



Mangold | Weibel | Woletz (Hrsg.)

# Vom Betrachten zum Gestalten

Digitale Medien in Museen –  
Strategien, Beispiele und  
Perspektiven für die Bildung

2. Auflage



Nomos

////// ZKIII  
Zentrum für Kunst und  
Medientechnologie Karlsruhe /

Herausgeber:

Michael Mangold

Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung e.V. (IAW),  
Tübingen

Peter Weibel

ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe,  
[www.zkm.de](http://www.zkm.de)

Julie D. Woletz

THM | Technische Hochschule Mittelhessen,  
Gießen

Lektorat:

Vanessa Platz, THM | Technische Hochschule Mittelhessen,  
Gießen

Michael Mangold | Peter Weibel | Julie Woletz (Hrsg.)

# Vom Betrachten zum Gestalten

Digitale Medien in Museen –  
Strategien, Beispiele und  
Perspektiven für die Bildung

2. Auflage



**Nomos**

Titelbild:

Michael Gleich, Jeffrey Shaw, Bernd Lintermann, Lawrence Wallen, Torsten Belschner,  
Manfred Wolff-Plottegg: „Web of Life“, 2002

Screenshot © ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in  
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-5512-7 (Print)

ISBN 978-3-8452-9696-8 (ePDF)



Onlineversion  
Nomos eLibrary

2. Auflage 2020

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2020. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte,  
auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der  
Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

# Inhalt

<i>Überblick</i>	9
Gegenwärtige Herausforderungen für das Museum als Bildungsinstitution und Teil einer Medienkultur des 21. Jahrhunderts	11
<i>Michael Mangold, Peter Weibel, Julie Woletz</i>	
<i>Aufgabenstellung und Lösungsperspektiven</i>	29
Das intelligente Museum	31
<i>Peter Weibel, Dominika Szope</i>	
Das Museum als Lern- und Bildungsinstitution	45
<i>Michael Mangold</i>	
Museum – der Sitte wegen	61
<i>Uwe Hochmuth</i>	
<i>Medienintegrierte (Bildungs-)Konzepte</i>	75
Digital Storytelling als Technik zur Wissens- und Kulturvermittlung (nicht nur) in Museen	77
<i>Julie Woletz, Jelena Volkwein-Mogel</i>	
Kommunikation und Vermittlung im Museum. Überlegungen zur Museumskommunikation, kognitiven Lerntheorie und zum digitalen Storytelling	93
<i>Hans W. Giessen, Werner Schweibenz</i>	

## *Inhalt*

Entschleunigung, Schlichtheit und gute Geschichten. Aneignungen szenischen Designs für die hypermediale Wissensvermittlung	109
<i>Harald Kraemer</i>	
<i>Museumskommunikation mit Podcasts und Blogs</i>	137
Podcasting – Kommunikationstool für die Museumscommunity	139
<i>Claudia Schallert</i>	
Ein Modell zur Analyse der Auswirkungen von Podcasting auf die Beziehung zwischen Museum und Besuchenden	153
<i>Lena Maculan</i>	
Forschung.Alltag – Videoblog zu kulturwissenschaftlichen Themen. Ein Werkstattgespräch	169
<i>Daniel Alles, Timo Heimerdinger, Thomas Laufersweiler, Philipp Pape</i>	
<i>Partizipative Formate</i>	185
Web 1.0, 2.0, 3.0 – Wikis für das Wissensmanagement im Museum	187
<i>Georg Hohmann</i>	
Vom Sondieren des Unbekannten – Kulturelle Bildung und digitale Transformation	197
<i>Janine Burger, Sabine Faller, Barbara Zoé Kiolbassa</i>	
Digitale Vermittlung nachhaltig in Museen etablieren – Das Verbundprojekt museum4punkt0	211
<i>Silke Krohn</i>	

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	The Marguerite and Aime Maeght Foundation/ Gartenspaziergang (Videowalk)	113
Abbildung 2:	Museum Insel Hombroich	114
Abbildung 3:	That's Kyôgen/Character/Kaminari (Thunder)	117
Abbildung 4:	Museum Schloss Kyburg/Talkshow Wissen ohne Grenzen/Johann Jakob Leu und Dr. Gugel	119
Abbildung 5:	Virtueller Transfer Musée Suisse/Zeitzeugen/ Mauritius Ehrlich: Notzimmer	121
Abbildung 6:	Kidai Shoran/Spaziergänge/Bürgersfrau mit ihrer Tochter	123
Abbildung 7:	Navegar/Voyages/Vasco da Gama/Lisbon 1497	124
Abbildung 8:	Le Livre de Lulu/Prinzessin Lulu und Roboter Mnémo	125
Abbildung 9:	Museum Schloss Kyburg/Johannes Grün von Kauffbüren	126
Abbildung 10:	Vienna Walk Demo/Pauline im Gespräch	128
Abbildung 11:	Dieter Kiessling: continue	130
Abbildung 12:	Kontinuum von Feedback	159
Abbildung 13:	Kontinuum von Sprach-Rollen	159
Abbildung 14:	Forschung.Alltag, der Videoblog (Screenshot)	170
Abbildung 15:	Forschung.Alltag, der Videoblog (Screenshot)	175





# Überblick



## Gegenwärtige Herausforderungen für das Museum als Bildungsinstitution und Teil einer Medienkultur des 21. Jahrhunderts

*Michael Mangold, Peter Weibel, Julie Woletz*

Den Ausgangspunkt der ersten Auflage des vorliegenden Bandes im Jahr 2007 bildeten einerseits Aufgabenstellungen und Perspektive der Bildung, die insbesondere seit 2001 aus der Diskussion um die PISA-Studien hervorgingen und in der Folgezeit alle Akteure im Bildungs- und Kulturbereich erheblich unter Druck setzten.<sup>1</sup> Die Öffnung des Bildungssystems und die gesteigerte Aufmerksamkeit gegenüber der Bedeutung von Bildung insgesamt führten gar zeitweilig zur Ausrufung einer „Bildungsrepublik Deutschland“<sup>2</sup>.

Damit wird zugleich der andere Ausgangspunkt angedeutet, der durch die euphorische Wahrnehmung der Entwicklung des Internets gebildet wurde. Die unter dem Titel „Web 2.0“ (O’Reilly 2005) diskutierten Neuerungen des Internets und der damals noch „Neuen Medien“ versprachen eine Aufhebung der Trennung zwischen den klassischen Produzenten und Konsumenten zugunsten von „Prosumenten“ (Toffler 1980) und damit eine Emanzipation der NutzerInnen, die nun allesamt zu gleichgestellten Akteuren in der medial vernetzten Welt wurden.

„Da dieser gleichermaßen technologische wie soziale Entwicklungsprozess zumindest in Teilen von eben den Bevölkerungsgruppen vorangetrieben wird, die es als Besucher in Museen einzubinden bzw. im allgemeinen Sinn als Klientel für institutionalisierte Bildung zu gewinnen, sind die erforderlichen Änderungen recht offensichtlich“ (Mangold/Weibel/Woletz 2007, 14).

---

1 Aus den zahlreichen Dokumenten: Deutsches PISA-Konsortium (Hrsg.) 2001; 2004; Konsortium Bildungsberichterstattung (Hrsg.) 2007; Bundestag 2007, u.a. 8, 55.

2 Am 12.06.2008 rief die Bundeskanzlerin Angela Merkel im Rahmen ihres Festvortrages zum 60. Jahrestag der sozialen Marktwirtschaft die „Bildungsrepublik Deutschland“ aus. Frankfurter Rundschau vom 12.06.2008.

Die im Mai 2007 am ZKM | Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe<sup>3</sup> durchgeführte Fachveranstaltung des Landschaftsverbandes Rheinland unter dem Titel „Museums and the Internet“ bot seinerzeit eine attraktive Gelegenheit für eine Übersicht zu Forschung und praktischer Umsetzung dieser neuen Entwicklungen im musealen Kontext. Diese Beiträge bildeten den Kern der ersten Auflage, denn es wurde als Aufgabe von Bildungs- und Kulturinstitutionen identifiziert, „an diese autonom entstandene Medienkultur anzuknüpfen, ihre emanzipatorischen Potenziale zu erkennen und zu nutzen“ (ebd.). Es verband sich damit auch die Hoffnung „zur Erweiterung der traditionellen Klientel und somit auch die Erfüllung einer Kernaufgabe aller Bildungsinstitutionen“ (ebd.).

Die ebenfalls im Jahr 2007 eröffnete Jubiläumsausstellung des ZKM mit dem Titel „YOU[ser]: Das Jahrhundert des Konsumenten“ widmete sich diesen wahrgenommenen Entwicklungen aus künstlerischer Perspektive und erweiterte dadurch nochmals den Betrachtungshorizont.

### *Drei Dimensionen der gegenwärtigen Herausforderungen*

Dieser kurze Rückblick auf die erste Auflage erfüllt damit nicht lediglich informatorische Aufgaben und ermöglicht es, auf die dankenswerte Zusammenarbeit aller Beteiligten zu verweisen. Er leitet auch über zu den zwischenzeitlich hervorgetretenen Herausforderungen, mit denen sich die Akteure in Bildung und Kultur konfrontiert sehen. Wichen doch mittlerweile aus guten Gründen euphorische Wahrnehmungen und wurden zumindest in Teilen verdrängt von Verunsicherungen infolge des Missbrauchs von Social Media und der durch sie generierten Daten. Gleichzeitig lösten sich die angemahnten gesellschaftlichen Probleme nicht in Wohlgefallen auf. Während die durch Indikatoren messbaren Bildungsaspekte sich allmählich verbesserten, verschärften sich insbesondere in Bezug auf die soziale Kohäsion die Verhältnisse ganz erheblich (u.a. Geißler 2014; Srowig et al. 2018). Vor diesem Hintergrund drängen sich drei Dimensionen besonders hervor, die teils der Digitalisierung insgesamt, teils den digitalen Medien und schließlich den wissenschaftlichen Instrumenten zu ihrer Analyse zuzuordnen sind:

Es ist (1) die extrem hohe Veränderungsdynamik im Bereich der digitalen Medien, verschiedenster digitaler Technologien und ihr Zusammen-

---

3 Seinerzeit hieß es noch „ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe“.

wirken in der Erscheinung einer digitalen Transformation, die es erschwert, ephemere Phänomene von einem dynamischen, jedoch bewältigbaren Strukturwandel und schließlich von problematischen Strukturbrüchen zu unterscheiden. Ist es daher erforderlich, insgesamt differenzierter die Entwicklungen der Digitaltechnologie zu beobachten, so gibt es gleichermaßen gute Gründe für – gegenüber der Web-2.0-Euphorie – differenziertere Bewertungen.

Weiterhin ist (2) Bildung in der digitalisierten Gesellschaft in einer janusköpfigen Situation: Einerseits weist sie mithilfe digitaler Medien besondere Chancen zur Inklusion aller Bevölkerungsgruppen in das Bildungssystem auf, und andererseits verliert sich die Gewissheit einer Verlaufsform der Zunahme von Vernunft durch eine bessere Verfügbarkeit von Informationen und Wissen.

Schließlich sind (3) Museen als Institutionen äußerst heterogen, was sich auch in der Museologie als Wissenschaft vom Museum dadurch zeigt, dass sie über keine konsistenten Instrumente zum Erkenntnisgewinn verfügt. Wie können unter diesen Bedingungen gesellschaftliche Aufgaben erfüllt werden?

(1) Dynamischer bzw. durch Brüche gekennzeichneten Wandel kennzeichnet den gesamten Bereich der Digitalisierung. Ein Beleg hierfür ist das zum Zeitpunkt der ersten Auflage des vorliegenden Bandes nicht weiter erläuterungsbedürftige *Second Life* ([secondlife.com](http://secondlife.com)), das heute allenfalls noch medienhistorisches Interesse findet. Andere Medienphänomene bzw. ihre Begriffe wurden in ähnlicher Art und Weise abgelöst, so beispielsweise die Begriffe Hypertext, Hypermedia, Neue Medien oder soziale Medien wie StudiVZ oder Google+. Auch zukünftig auftauchenden Phänomenen kann eine längere Dauer nicht umstandslos zugesprochen werden, sodass sich in der Öffentlichkeit ein erhebliches Maß an Unübersichtlichkeit und eine damit einhergehende Unsicherheit gegenüber tatsächlich prägenden Neuerungen gebildet hat.

Untersuchungen (u.a. Boockmann et al. 2020; Hochmuth/Mangold 2020) verweisen darauf, dass relevante Veränderungen sich dabei weniger durch die weitere Digitalisierung einzelner Bereiche kennzeichnen als vielmehr durch ihre zunehmende Verknüpfung untereinander.

Dies wird deutlich, wenn man die Perspektive über digitale Medien hinaus erweitert und die verschiedenen, isoliert erscheinenden und vielfach lediglich als technisch wahrgenommenen Neuerungen in einem weiteren Rahmen betrachtet. Von besonderer Bedeutung sind hierbei die Veränderungen in der Arbeitswelt, wie sie unter den Schlagwörtern „smart factory“ oder „Fabrik 4.0“ (u.a. Bürkardt et al. 2019; Hofmann 2016) oder im Be-

reich der Stadt- und Gemeindeentwicklung unter den Begriffen „smart city“ oder „smart country“<sup>4</sup> diskutiert werden. Letztere ziehen durch umfassende Integration in Gesamtsysteme weitreichende Neustrukturierungen nach sich, wie in den Megacitys Asiens (Altrock/Schoon 2013) bereits sichtbar und in diesen ökonomisch attraktiven Dimensionen sich mitten in der Umsetzung befinden. Digitale Technologien nehmen hierbei offenkundig eine vermittelnde und vernetzende Rolle ein, sodass homogen durchgängige und steuerbare Strukturen geschaffen werden und dadurch bedingt qualitative Neuerungen entstehen. Bei einer *smart city* zeichnet sich in dieser Art und Weise eine Restrukturierung der Lebensbereiche und eine komplette Umgestaltung wirtschaftlicher Branchen ab.<sup>5</sup>

Gesamtgesellschaftlich drohen innerhalb kurzer Zeit soziale, wirtschaftliche und kulturelle Strukturen aufgelöst zu werden, die zuvor historisch gewachsen und – im europäischen Raum – mit Bezug auf das Gemeinwohlkriterium zu einem Interessenausgleich und dadurch auch zu sozialer Stabilität führten. Treten an die Stelle von sich auflösenden Strukturen jedoch nicht mindestens gleichermaßen leistungsfähige und anerkannte Ordnungsmuster, drohen soziale Desintegration bis hin zum Zerfall von Gesellschaften.<sup>6</sup>

Sozialer Wandel als gestalteter und gemeinwohlorientierter Veränderungsprozess, der jene Desintegration zu vermeiden sucht, erfordert daher aus guten Gründen stets eine Perspektive auf die systemischen Verknüpfungen und auch auf die Einbindung von zivilgesellschaftlich organisierter Öffentlichkeit. Kultur und Bildung und insbesondere Repräsentanten von Museen können hierzu, wie in mehreren Beiträgen des vorliegenden Bandes erläutert wird, einen wichtigen Beitrag leisten.

---

4 Die Literatur teilt sich in diesen Themenbereichen in besonderer Art und Weise auf in wissenschaftliche und von Consultingunternehmen oder wirtschaftsnahen Stiftungen publizierte Beiträge. Erstere sind beispielsweise die fachliche Einordnung von „smart city“ in Stadtplanung von Schubert (2015) oder die Übersicht von Meier/Portmann (2017). Prototypisch für Zweitere sind Bertelsmann-Stiftung (2019); Kaczorowski (2015); Kaczorowski/Swarat (2018).

5 Automobilhersteller treten als Dienstleister für Mobilität auf, Energieversorger als Betreiber ganzer Stadtteile. Hierzu u.a.: <https://www.daimler-financialservices.com/de/urban-mobility/smart-city/>. Sowie: <https://www.enbw.com/integrierter-geschaef-tsbericht-2016/energie-vernetzt/>.

6 Dies ist als Ertrag der Klassiker der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zum Phänomen des sozialen Wandels bzw. der wirtschaftlichen Entwicklung zu werten. Siehe hierzu u.a.: Weber (1921); Durkheim (1893), Schumpeter (1912), Sombart (1916).

Anstelle von umfassenden und analytisch gehaltvollen Perspektiven zu diesen Entwicklungen finden sich in der breiten Öffentlichkeit jedoch eher Ansammlungen von Trugbildern, die das Verständnis der Digitalisierung und notwendige Unterscheidungen zwischen Strukturbrüchen („Disruptionen“) und temporären technologischen Neuerungen erschweren.

Hierzu zählt die Verengung der Sicht auf Digitalisierung als Technologie, wie sie insbesondere im politischen Raum stattfindet<sup>7</sup>. Der Ausbau von technologischer Infrastruktur und die Konzentration auf gleichermaßen hochkomplexe wie universelle Problemlösungen versprechende Technologien, so z.B. die künstliche Intelligenz (KI), versperren dabei die Sicht auf kulturelle bzw. gesamtgesellschaftliche Veränderungen, die im Sinne einer Co-Evolution mit in Gang gesetzt werden bzw. in Gang gesetzt werden müssen, um den Wandel zu begleiten. Das Verständnis von KI geht dabei vielfach von der Möglichkeit der Bewältigung gesellschaftlicher Probleme durch die Anwendung technischer und damit vermeintlich normativ neutraler Lösungen aus.<sup>8</sup> Die Umsetzung in KI oder andere digitale Technologien vermag jedoch nur solche Lösungen zu wählen, die zuvor in der Konfiguration von Modellen bzw. der Programmierung vorgesehen wurden. Normative Fragen werden mithin eher durch ihre technischen Beschreibungen und Modellierung verhüllt, als dass sie in ihren Alternativen sichtbar werden.

Mit dieser Reduktion der Sichtweise auf technologische Aspekte einher gehen weitere Trugbilder. Sie werden geschaffen durch vielfältige Generalvermutungen, beispielsweise im Zusammenhang mit „big data“ oder „open (government) data“. Es wird in beiden Themenbereichen davon ausgegangen, alle Daten seien (wirtschaftlich) wertvoll (u.a. Bertelsmann-Stiftung 2019), bzw. Transparenz, im Sinne von Verfügbarmachen von Digitalisaten, würde automatisch zu neuen Geschäftsmodellen (Bundesregierung 2017, 1) sowie zur Verbesserung der Willensbildung und einer Erweiterung der Partizipation der Bürger (ebd., Begründung 1) führen. Es stellt sich u.a. die Frage, ob durch die Vorreiterrolle der USA bei der Verpflichtung zur Transparenz, durch den „Freedom of Information Act“ von 1966 sowie nachfolgender Regelungen – u.a. zu „open government“ – während

---

7 Von zentraler Bedeutung sind in diesem Zusammenhang europäische Strategien und Programme, so beispielsweise die Lissabon-Strategie. Hierzu: [http://www.euro-parl.europa.eu/summits/lis1\\_de.htm](http://www.euro-parl.europa.eu/summits/lis1_de.htm).

8 Dies klingt zumindest in den euphorisch formulierten Eckpunkten der Bundesregierung bzw. des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie zur Künstlichen Intelligenz an. [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunktepapier-r-ki.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&cv=10](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunktepapier-r-ki.pdf?__blob=publicationFile&cv=10).

der Obama-Administration zwischen 2009 und 2017<sup>9</sup>, ein höheres Maß an politischer Willensbildung erwuchs. Die in diesem Zusammenhang in Erscheinung tretenden Phänomene der Verfügbarkeit von Informationen und Wissen leiten zugleich über zum zweiten Themenkomplex.

(2) Akteure in Bildung und Kultur sind konfrontiert mit bislang unkritisch geteilten Grundannahmen der europäischen Aufklärung. Konnte man, nicht zuletzt begründet durch ihre bisherigen praktischen Erfolge, von einem Fortschritt des Wissens und eines daraus sich mittelbar ergebenden Fortschritt der Demokratie ausgehen, so wird diese Vorstellung einer kulturgeschichtlichen Evolution zunehmend infrage gestellt.

Seit der mediengeschichtlich einschneidenden Innovation des Buchdrucks im ausgehenden 15. Jahrhundert (Giesecke 1991; Bösch 2011, 34 ff.) konnte die Verbreiterung des Wissensbestandes und die Erweiterung der an ihm teilhabenden Bevölkerung als Beleg für einen derartigen Fortschritt gewertet werden, die nach Giesecke derart wirkmächtig war, dass sie zu einer Standardisierung des kollektiven Sozialverhaltens (1991, 646) führte.

Neuere Entwicklungen zur Nutzung des Internets verweisen jedoch auf Phänomene, die nicht mehr umstandslos diesem Pfad zuzuordnen sind. Die im vorherigen Abschnitt bereits genannte allgemeine Verfügbarkeit von Daten und Informationen, beispielsweise in den Vereinigten Staaten zum Thema Klimaveränderung<sup>10</sup> oder Todesfälle durch Schusswaffen<sup>11</sup>, stehen offenkundig nicht im Zusammenhang mit einer entsprechenden Anhebung des allgemeinen Wissensstandes bzw. ihrer Wirkung in der politischen Willensbildung.

Der unterstellte Automatismus von allgemein verfügbaren Informationen, Daten und Wissen mit allgemeinem gesellschaftlichen Fortschritt, insbesondere einer leistungsfähigeren Demokratie, stellt daher ein weiteres Trugbild im Zusammenhang mit der digitalen Transformation dar. Die genannten Phänomene werden verschärft durch weitere Prozesse, die die

---

9 Während der Präsidentschaft von Barack Obama (2009–2017) wurde der Freedom of Information Act (FOIA) erheblich ausgeweitet und ein Programm zu „open government“-initiiert. Siehe hierzu die ehemalige stellv. Technologieberaterin und Leiterin der „Open-government“-Initiative im Weißen Haus, Beth Simone Noveck (2009) sowie die Erweiterung der FOIA: <https://www.justice.gov/sites/default/files/oip/legacy/2014/07/23/foia-final.pdf>.

10 Siehe hierzu beispielsweise die Angaben des Federal Geographic Data Committee (FGDC.GOV): <https://communities.geoplatform.gov/resilience/>.

11 Hierzu u.a.: [https://en.wikipedia.org/wiki/Gun\\_violence\\_in\\_the\\_United\\_States](https://en.wikipedia.org/wiki/Gun_violence_in_the_United_States).



moderne Mediengesellschaft kennzeichnen. Hervorzuheben ist dabei insbesondere die Fragmentierung der Öffentlichkeit (Habermas 2008, 162) in nur noch bedingt permeable Teilöffentlichkeiten, wiewohl hierzu unterschiedliche Einschätzungen vorgebracht werden (Übersicht bei Weber/Drücke 2012). Das idealtypische Modell einer bürgerlichen Öffentlichkeit, in welcher „gleichsam aus der Mitte der Privatsphäre heraus ein relativ dichtes Netz öffentlicher Kommunikation“ (Habermas 1990, 12) entsteht und das „öffentliche Resonnement des bürgerlichen Publikums [...] sich im Prinzip unter Absehung von allen sozial und politisch präformierten Rängen nach allgemeinen Regeln [vollzieht]“ (Habermas [1962] 1990, 119), bildet hierzu das Referenzmodell. Die unter dem Begriff „Echokammern“ feuilletonistisch beschriebene Isolation eines Austausches von weltanschaulich ähnlichen oder zumindest in Bezug auf bestimmte Einstellungen sich entsprechenden kommunikativen Aggregaten erschwert gesamtgesellschaftliche Verständigung, und damit für eine demokratische Gesellschaft essenzielle Prozesse, in erheblicher Art und Weise.

Die soziale und kulturelle Entwicklung einer demokratischen Gesellschaft basiert auf sich allmählich herausbildenden, schließlich allgemein geteilten und daher zu einem späteren Zeitpunkt nicht weiter zu hinterfragenden normativen Urteilen. Die pluralistische Demokratie lässt daher nicht mehr alle Standpunkte, im Sinne eines gleichen Geltungsanspruchs (Habermas 1981, Bd. 1, 64 ff.) gleichermaßen zu, sondern selektiert notwendigerweise. Zu einem früheren Zeitpunkt nach öffentlicher Auseinandersetzung als „unvernünftig“ bewertete Positionen erfahren dann nicht umstandslos einen Anspruch als relevante Debattenbeiträge.<sup>12</sup> Würden derartige Abschichtungen von Geltungsansprüchen nicht erfolgen, würde jede Kommunikation bei einem Punkt Null beginnen, mit dem Resultat eines Stillstandes bzw. eines Zerfalls kultureller bzw. gesellschaftlicher Ordnung. Die nicht zuletzt im musealen Kontext hochbewertete Bedeutung eines „kulturellen Erbes“ bzw. eines „kulturellen Gedächtnisses“ (Assmann 1992) verweist gleichermaßen auf die Notwendigkeit wie auf die grundsätzliche Anerkennung eines derartigen selektiven Prozesses. Er kennzeichnet sich dadurch, dass ein Resultat einer öffentlichen Deliberation in der Folgezeit nicht mehr fortwährend zu begründen und hervorzu-

---

12 In diesem Sinn können Positionen, die beispielsweise die Geltung der allgemeinen Menschenrechte bezweifeln, in der demokratischen Gesellschaft nicht mit dem Verweis auf Pluralismus anderen Positionen gleichgestellt werden.

hebend ist, da er Eingang fand in einen allgemeinen Konsens.<sup>13</sup> Es sind gerade diese, sich auf gesamtgesellschaftliche Konsenserzeugung richtende Prozesse, die durch falsch verstandene Vorstellungen von politischer Pluralität in ihrem Bestand gefährdet werden.

Ein weiteres Phänomen – teilweise mit vorherigem verknüpft, aber nicht notwendigerweise – ist der Umstand der offenkundig im Internet schnelleren Verbreitung von nicht-wahren gegenüber wahren Aussagen (vgl. Vosoughi et al. 2018). Im populären Jargon als „Fake News“ bezeichnet, erfuhren sie mit Beginn der Präsidentschaft Donald Trumps eine breite Bekanntheit und verweisen bei näherer Betrachtung auf die hohe Bedeutung der Neuigkeit und des emotionalen Erregungspotenzials gegenüber der offenkundig geringeren Bedeutung einer geprüften und wahren, jedoch nicht durch Emotionalität und Neuigkeit geprägten Information. Es ist davon auszugehen, dass bereits vor der Ära der Digitalisierung der Medien derartige Unterscheidungen die Verbreitung von Informationen beeinflussten, jedoch gewinnen sie im Zeitalter der Digitalmedien einen anderen Durchschlageffekt. Sie erschweren die ohnehin bereits gefährdeten Prozesse der Konsensfindung im öffentlichen Raum zusätzlich und verändern damit in gegenwärtig nicht absehbarer Art und Weise die Bedingungen der Akteure in Bildung und Kultur.

(3) Um als RepräsentantIn im Bereich des Museums – bzw. der Bildung und Kultur – erforderliche Orientierung zu gewinnen, wäre es vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen naheliegend, die Erkenntnisse von etablierten und einschlägig tätigen wissenschaftlichen Disziplinen zu transformieren und den eigenen Anforderungen entsprechend anzupassen. Eine derartige Adaptation wissenschaftlicher Erkenntnisse erscheint für den Bereich des Museums besonders naheliegend, da seit den Anfängen des Museums und auch während seiner Entfaltung als Kultur- und Bildungsinstitution im 19. und 20. Jahrhundert (Burke 2014b) keine in sich geschlossene und sich mit eigenen Begriffen, Methoden und Theorien kennzeichnende Disziplin der „Museumswissenschaft“ existiert. Te Heesen (2012) verweist mit dem Kunsthistoriker und -kritiker Douglas Crimp (1996) darauf, dass vonseiten der Museologie die Heterogenität des Museums immer wieder geleugnet und ein homogenes System postuliert wird. Sie führt diesen Gedanken weiter: „Es gibt nicht die Wissenschaft vom

---

13 Daraus ergeben sich u.a. auch Folgerungen für die Sprachregelung in der Geschlechterfrage, nach welcher eine Hervorhebung der Gleichstellung eigentlich nicht erforderlich wäre.

Museum, sondern ein weitaus komplizierteres Geflecht, das andere Institutionen und Fächer in der Beschreibung und Analyse eines musealen Phänomens miteinbeziehen muss und nicht aus sich selbst erklärt werden kann. Deshalb ist es fraglich, ob man aus dem Museum gleich eine Wissenschaft machen soll“ (te Heesen 2012, 12 f.).<sup>14</sup>

Eine Erschließung und Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse zur Erfüllung eigener Aufgaben im gesamtgesellschaftlichen System entspricht letztlich auch einer Rolle der Wissenschaft (u.a. Luhmann 1994, 52). Gleichwohl hadern zumindest die Sozialwissenschaften, als genuine Diagnosewissenschaften (Friedrichs/Lepsius/Mayer 1998, 9 ff.), mit diesen Problemen. So setzt sich zwar eine ganze Reihe von Teilbereichen der Soziologie mit den Phänomenen der Digitalisierung auseinander, jedoch gegenwärtig ohne Verständigung zugunsten eines gemeinsamen Kanons an Instrumenten in Sprache, Methode und Theorie. Vielmehr stehen zahlreiche Einzelerkenntnisse und Theorien mit mittlerer Reichweite unvermittelt nebeneinander.<sup>15</sup>

Ohne eine unmittelbare Lösung für diese Aufgabe bzw. eine rezeptartige Vorgehensweise zur Bewältigung der in diesen drei Dimensionen eingeschlossenen Herausforderungen unterbreiten zu können, vermag jedoch das Museum in besonderer Weise auf sie zu verweisen und sie zum Gegenstand öffentlicher Aufmerksamkeit zu machen. Für den vorliegenden Band bedeutet dies, sich um Beiträge zu bemühen, welche zur Verbindung von tragfähigen und weitergreifenden theoretische Erklärungen, grundlegenden Begriffen und Konzepten mit den Phänomenen der dynamischen Entwicklung der digitalen Medien und den aus ihnen prototypisch abgeleiteten Umgangsweisen im musealen Kontext beitragen.

---

14 Te Heesen zieht hierbei das Bonmont des Soziologen Ferdinand Tönnies heran, der seinerzeit entsprechende Bestrebungen zur Gründung eigener Wissenschaften in anderen Bereichen sehr kritisch sah und der Ansicht war, dass „nicht jede Sache, über die man sehr nützliche Studien macht, gleich den Namen einer besonderen Wissenschaft haben [muß], denn dann gäbe es innerhalb der Zoologie eine Hühnerwissenschaft, eine Entenwissenschaft, eine Wissenschaft der Schwäne, die übrigens recht schön wäre! Das ist nicht nötig“ (Tönnies 1931, 72 nach te Heesen 2012, 13).

15 Exemplarisch hierzu: Arbeitskreis Digitalisierung und Organisation in der Sektion Organisationssoziologie der DGS (2019).

*Die Beiträge des Themenbandes*

Im Rahmen einer Einführung zum Potenzial digitaler Medien für Museen und Bildungseinrichtungen werden im ersten Kapitel „Aufgabenstellungen und Lösungsperspektiven“ theoretisch-konzeptionelle Grundlagen resümiert sowie Herausforderungen und Lösungsansätze vorgestellt. Im Anschluss daran folgen drei Kapitel mit thematischen Vertiefungen zu den einzelnen Schwerpunkten. **Peter Weibel** und **Dominika Szope** beginnen mit einem kunsthistorischen Streifzug, der verdeutlicht, wie die interaktive Medienkunst die Kultur der Teilhabe im Netz des beginnenden 21. Jahrhunderts antizipiert hat. Neue Handlungsmöglichkeiten und -fähigkeiten des Web 2.0 führten im Folgenden zur Ausbildung des Prosumers (Toffler 1980), der eigene Inhalte bzw. Werke im Netz veröffentlicht. Die mitunter mit dem kreativen Schaffen verbundene zunehmende Selbstdarstellung im Netz führt heute zur Schaffung eigener Öffentlichkeiten, die ohne konventionelle Medien auskommen. Zugleich führen die zunehmende Digitalisierung und die neuen technologischen Möglichkeiten zu sozialen und politischen resp. demokratischen Veränderungen innerhalb der Gesellschaft, die offenbaren, dass es falsch wäre, sich im Geiste der Post-Digitalität zu wähnen. Vielmehr müssen wir beständig neue Kulturtechniken erlernen, um sie adäquat reflektieren und kritisch hinterfragen zu können. Eine besondere Rolle kommt hierbei Kulturinstitutionen zu, die als Assembly, als Orte der Versammlung eine neue Bedeutung im 21. Jahrhundert erlangen.

Im Beitrag von **Michael Mangold** wird das Museum als Lern- und Bildungsort analysiert und dabei nicht nur seine historisch bereits frühen Formen als Umgebungen für Reflexion und Verhaltensänderungen – d.h. für Lernprozesse – identifiziert. Auch die Kommunikation über diese Lernprozesse werden in ihrer Bedeutung hervorgehoben. Sie sind notwendig, um einen Beitrag zur gesellschaftlichen Verständigung zu leisten, aus denen sich schließlich jene, u.a von der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, gewünschten kulturellen Innovationen ergeben können. Dem Museum wird hierbei eine besondere Bedeutung zugeschrieben, da es noch – trotz einer Gegenströmung zugunsten von Spektakel und einer Annäherung an betriebswirtschaftliche Effizienzkriterien – einen Freiraum zur Entwicklung von normativen Positionen erlaubt, der im Bereich der institutionalisierten Lernorte nahezu verschwunden ist. Um diese Rolle wirkungsvoll einnehmen zu können, ist die Öffnung des Museums zugunsten breiter Schichten und eine Abwehr von sich immer wieder neu formierenden sozialen Schließungsprozessen erforderlich.

**Uwe Hochmuth** widmet sich in seinem Beitrag „Museum – der Sitte wegen“ der Frage, ob und wie Museen einen Beitrag zur Förderung der moralischen Urteilsfähigkeit liefern können. Ausgehend vom Begriff der ästhetischen Wahrnehmung und der daran anknüpfenden begrifflichen Fassung normativer Sachverhalte wird zu zeigen versucht, dass Museen nicht nur dazu geeignete Orte sind, sondern dass sie sich durch die Nutzung neuer medialer Möglichkeiten innovative Wege erschließen, um sich dieser Aufgabe noch besser stellen zu können.

Dass die Fragen der Medienevolution nicht nur die Ausstellungspraxis in Museen, sondern weit genereller die Problematik zeitgemäßer Wissensvermittlung betreffen, stellen die folgenden drei Beiträge im Kapitel „Medienintegrierte (Bildungs-)Konzepte“ mit grundlegenden Überlegungen und Strategien erfolgreicher Museumskommunikation und medialer Wissensvermittlung vor.

Den Anfang machen **Julie Woletz** und **Jelena Volkwein-Mogel** mit dem Themenbereich Digital Storytelling. Die Projekte des Digital Storytelling zeigen, wie das Potenzial digitaler Medien genutzt und an traditionelle Formen der Wissensvermittlung durch Narration angeknüpft werden kann. Die Kombination von digitalen Medien und narrativen Vermittlungsstrategien bildet durch den hohen Aufforderungscharakter und die niedrige Hemmschwelle bei bereits bestehender Medienkompetenz einen Lösungshorizont, die BesucherInnen aktiv in den Museumsbesuch einzubinden, langfristiges Interesse zu wecken und gleichzeitig Inhalte lerntheoretisch sinnvoll – und nicht zuletzt auch anschaulich und unterhaltsam – zu vermitteln. Dabei wird in exemplarischer Weise verdeutlicht, wie auch bildungsferne Personengruppen in Lernprozesse einbezogen werden können.

Dem traditionellen Kommunikationsmodell von Sender-Nachricht-Empfänger (Shannon/Weaver 1949) setzen **Hans W. Giessen** und **Werner Schweibenz** das Ziel entgegen, die BesucherInnen als aktive, mitgestaltende KommunikationsteilnehmerInnen zu akzeptieren, die ausgehend von Museumsobjekt und Museumsinformation ihre eigene Bedeutung konstruieren. Die Idee der aktiven RezipientInnen verbinden sie mit Erkenntnissen der konstruktivistischen Lerntheorien. So wird das Museum nicht mehr (vorrangig) als Medium in einem einseitigen Kommunikationsprozess, sondern vielmehr als Kommunikationsort im Sinne eines Erfahrungsaustauschs verstanden. Da sich mit diesem Anspruch zwangsläufig auch die Form der Kommunikation ändert, plädieren auch Schweibenz und Giessen dafür, verstärkt handlungsorientierte und emotionale Vermittlungsformen wie insbesondere das Storytelling in der Museumskommunikation einzusetzen.

In dem Beitrag „Entschleunigung, Schlichtheit und gute Geschichten. Aneignung szenischen Designs für die hypermediale Wissensvermittlung“ konstatiert **Harald Krämer** zunächst, dass das museale Vermittlungsangebot der Museumswebseiten und hypermediale Anwendungen nach wie vor nur in Ausnahmefällen von ganzheitlichen Gestaltungsprinzipien für Konzeption, Navigation und Design bestimmt ist. Irgendwo zwischen Accessibility und Usability, zwischen ergonomischem Interface-Design und datenbankorientierter Informationsarchitektur liegt für ihn jedoch die Chance, neue Wege der medialen Wissensvermittlung zu beschreiten. Dazu bedarf es Strategien, die mit den Worten „Entschleunigung“, „Schlichtheit“ und „Erzählung“ umschrieben sein wollen. Anhand diverser, im letzten Jahrzehnt entwickelter CD-ROMs, DVDs und Webseiten mit kunsthistorischen und kulturellen Themen diskutiert Harald Krämer die in den Beispielen verwendeten Strategien hinsichtlich interaktiver Narration, systemischen Designs, szenografischer Dramaturgie, anregender Navigation und Sound-Design.

Im folgenden Kapitel „Museumskommunikation mit Podcasts und Blogs“ wird exemplarisch dargestellt, welche neuartigen Stile der Ausstellung, Darstellung und Vermittlung von Wissen durch die digitalen Medien entstanden sind.

Der Beitrag von **Claudia Schallert** stellt die Entwicklung von Podcasting speziell im Museumskontext vor. Die medienspezifischen Charakteristika von Podcasts werden sowohl an gesellschaftliche Entwicklungen und mediale Praktiken angebunden als auch auf ihr Potenzial für Bildungsinstitutionen hin untersucht. Damit wird deutlich, dass die geforderte Öffnung gegenüber neuen Besuchergruppen nicht nur Integrationsmöglichkeiten für sogenannte bildungsferne Personen bietet, sondern zugleich auch die Gruppe eher junger, überwiegend männlicher, hoch gebildeter Techniknutzer anspricht. Die geschilderten Best-Practice-Beispiele experimentieren mit den Möglichkeiten des Podcastings und versuchen, neue Möglichkeiten für die Kommunikation mit der Kunst- und Kultur-Community zu finden.

**Lena Maculan** befasst sich ebenfalls mit Podcasting, setzt den Schwerpunkt ihrer Untersuchung jedoch auf die Frage, wie sich die tatsächlichen Auswirkungen von Museums-Podcasts analysieren lassen. Ausgehend von Theorien der Linguisten Norman Fairclough und Louis Ravelli schlägt sie eine Methodik zur Analyse der Auswirkungen von Podcasting auf die Beziehungen zwischen Museen und ihren BesucherInnen vor. Es zeigt sich einerseits, dass sich auf diese Art wertvolle Erkenntnisse über die Wirkung von Podcasting gewinnen lassen, andererseits eine Analyse gemäß dem