



Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-  
Württemberg

📅 15.11.2017

KULTUR

# Museen 2.0: Erfahrungen, Erkenntnisse, Ergebnisse



MFG

Die digitale und soziale Transformation von Museen steht im Fokus des Coaching-Programms „Museen 2.0“ der MFG Baden-Württemberg. Neun Monate lang haben das Landesmuseum Württemberg, das Staatliche Museum für Naturkunde Stuttgart und das Deutsche Uhrenmuseum Furtwangen Fahrpläne für die Entwicklung ihrer eigenen digitalen Strategie erarbeitet. Bei der Abschlussveranstaltung „Roadmapping: Digitale Strategien in Museen“ am 15. November präsentierten die Teilnehmer ihre Ergebnisse einem interessierte Fachpublikum. Das Projekt wird vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg gefördert.

Stuttgart, 15.11.2017 – Der Weg durchs digitale Fahrwasser ist nicht immer leicht. Neben erfrischenden Erlebnissen erwarten den Steuermann oder die Steuerfrau auch überraschende Stürme und jede Menge Herausforderungen in den Stromschnellen des digitalen Zeitalters. Ein Fahrplan muss her – deswegen

unterstützt die MFG baden-württembergische Museen bei der Entwicklung eines solchen, begleitet sie mit dem Coaching-Programm „Museen 2.0“ auf dem Weg zur digitalen Strategie.

„Die digitale Transformation beeinflusst alle Arbeitsbereiche unserer Museen: Sammeln, Bewahren, Archivieren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln. Deshalb ist es für unsere Kultureinrichtungen wichtig, den digitalen Wandel konsequent zu vollziehen. Es geht darum, die Gesamtstrategie der Institution mit einer Digitalisierungsstrategie zu verbinden. Nur dann wird es möglich sein, neue Sammlungsfelder zu eröffnen und andere Publikumsgruppen zu erreichen. Wir haben daher in Baden-Württemberg zusammen mit der MFG das Coaching-Programm ‚Museen 2.0‘ entwickelt, das zeigt, wie das Museum des 21. Jahrhunderts aussehen kann“, sagte Staatssekretärin Petra Olschowski bei der Eröffnung der Veranstaltung „Roadmapping: Digitale Strategien in Museen“ am 15. November in Stuttgart.

## Maßgeschneiderte Unterstützung im digitalen Wandel

Das Abschlussevent war End- und Höhepunkt der ersten Runde „Museen 2.0“. Von Februar bis Oktober 2017 arbeiteten das Landesmuseum Württemberg, das Staatliche Museum für Naturkunde Stuttgart und das Deutsche Uhrenmuseum Furtwangen an ihrem digitalen Fahrplan. Das Programm kombiniert Gruppencoaching- und Einzelcoaching-Elemente mit informativen Online-Seminaren. Nach dem Ermitteln von Ist-Zustand und Bedarf definierten die Museen individuelle Visionen und sammelten in Pilotprojekten Erfahrungen, um schließlich spezifische Strategien zu entwickeln. Nun stellten sie ihre Ergebnisse vor.

„Am wichtigsten war die Erkenntnis, dass eine stimmige Gesamtstrategie notwendig ist“, resümiert Tobias Wilhelm vom Naturkundemuseum Stuttgart. „Wir setzen zwar schon länger digitale Werkzeuge ein, aber nur teilweise vernetzt. Das haben wir geändert und in einem abteilungsübergreifenden Pilotprojekt das digitale Engagement unserer Besucher und Mitarbeiter für die Neukonzeption der Dauerausstellung aktiviert.“ Zu den Maßnahmen gehörten eine Online-Befragung, digitale Tools für die tägliche Arbeit, ein zentraler Blog und verschiedene Mitmachaktionen. „Die Herausforderung wird jetzt sein, die Erfahrungen aus dem Pilotprojekt in eine übergreifende digitale Strategie zu übertragen“, so Wilhelm.

## Kultur der Offenheit und Kommunikation auf Augenhöhe

Auch das Landesmuseum Württemberg setzt auf Offenheit, möchte sich in einem offenen Transformationsprozess kontinuierlich weiterentwickeln. Die Vision: als weltoffenes Haus Zugang für alle interessierten Menschen gestalten. Dabei sollen die Kollegen und das Publikum aktiv mitwirken – und das auf Augenhöhe. Dafür hat das Landesmuseum eine eigene Stabsstelle eingerichtet und die Koordination der digitalen Museumspraxis als Querschnittsaufgabe verankert. Im Rahmen der erarbeiteten Strategie sind zum Beispiel eine virtuelle Zeitreise ins Mittelalter oder die interaktive Vermittlung von Restaurierungsprojekten geplant.

Aufgrund seiner Lage im Schwarzwald hat das Deutsche Uhrenmuseum mit anders gelagerten Herausforderungen zu kämpfen, spürt etwa die verkürzte Besuchsdauer von Touristen. Ziel ist es, in der

digitalen Welt sichtbar zu werden. Wie man Besucher mit ihren persönlichen Erfahrungen abholt, testete das Museum mit dem Blog „Uhrengeschichten“. Dessen Weiterentwicklung wird künftig im Kern der digitalen Strategie stehen.

Die nächste Runde des Programms „Museen 2.0“ wird von den bisherigen Erkenntnissen profitieren. Mit den teilnehmenden Häusern Staatsgalerie Stuttgart, Badisches Landesmuseum Karlsruhe und den Staatlichen Museen Freiburg hat sie im Oktober 2017 bereits begonnen. Im Sommer 2018 werden die drei Museen von ihren Erfahrungen berichten.

**Weiterführende Links:**

[innovation.mfg.de](http://innovation.mfg.de)

[digital-bw.de](http://digital-bw.de)

[naturkundemuseum-bw.de](http://naturkundemuseum-bw.de)

[landesmuseum-stuttgart.de](http://landesmuseum-stuttgart.de)

[deutsches-uhrenmuseum.de](http://deutsches-uhrenmuseum.de)

## Über Museen 2.0

Das Coaching-Programm im Bereich „Digitale Kultur“ der MFG Baden-Württemberg begleitet Kulturinstitutionen aus dem Südwesten im digitalen Wandel. Eine Fachjury hat insgesamt sechs Museen ausgewählt, die in zwei Runden an ihren digitalen Strategien arbeiten: von Februar bis November 2017 und von Oktober 2017 bis Juli 2018. Ziel ist, die strategischen Kompetenzen von Museen zu stärken und Leuchtturmprojekte zu schaffen. Das Projekt wird vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg unterstützt.

## Über die MFG Innovationsagentur Medien- und Kreativwirtschaft

Die MFG Medien- und Filmgesellschaft ist eine Einrichtung des Landes Baden-Württemberg und des Südwestrundfunks. Aufgabe der MFG ist die Förderung der Filmkultur und -wirtschaft und der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die MFG agiert als landesweites Kompetenzzentrum, ist öffentlicher Kultur- und Wirtschaftsförderer und bietet bedarfsorientierte Unterstützungsmaßnahmen an. Dabei liegt der Schwerpunkt des Bereichs „Filmförderung“ auf der Vergabe von Projektförderungen und der des Bereichs „Innovationsagentur Medien- und Kreativwirtschaft“ auf Vernetzungs- und Vermittlungsaktivitäten.

Diese Presseinformation finden Sie auch auf der Seite der [MFG](#).

Die neuste Pressemeldung zum Thema Museen 2.0 finden Sie [hier](#).

**Link dieser Seite:**

<https://mwk.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/museen-20-erfahrungen-erkenntnisse-ergebnisse/?cHash=9eb609f62a240337236fa2ab0a0a3e44&type=98>