

Holger Simon



Die „App“ fürs Museum – Flyer, Guide, Souvenir und Sprachrohr auf dem persönlichen Handy der Besucher

Die Steigerungsraten von Smartphone-Verkäufen sind ungeboren. In diesem Jahr rechnet die BITKOM mit einer Zunahme von 36% auf 10,1 Mio. verkauften Geräten allein in Deutschland. Ihren Durchbruch verdanken die Smartphones vor allem einer entscheidenden Neuerung: den Apps. Mit diesen kleinen Anwendungen wird das Smartphone zum multimedialen Alleskönner, mit dem man sich informieren, spielen und kommunizieren kann. Kein Bereich, zu dem es nicht auch eine App gibt. Da bleiben Museen natürlich nicht außen vor. Doch wofür brauchen Museen eine App?

Für Museen ist Multimedia kein Fremdwort. Nicht nur, daß viele der Ausstellungsstücke selbst bereits Teil medialer Inszenierungen sind, vielmehr gehört multimediale Vermittlung seit den 90er Jahren längst zum festen Bestandteil der musealen Ausstellungskonzepte. Ein Audioguide ist für jede publikumsstarke Ausstellung ein Muß, Computerterminals und Videopräsentationen bereichern die Sammlungen.

So liegt es nahe, daß Verantwortliche in den Museen auch Apps für sich entdeckt haben. Bei über 7500 Museen in Deutschland erstaunt es allerdings, daß nur neun Museen mit einer App im iTunes App-Store vertreten sind. Erst vor wenigen Wochen hat das Stadtmuseum Penzberg mit seiner bemerkenswerten Campendonk-Sammlung die erste App eines bayerischen Museums veröffentlicht und zeigt damit, wie ein kleines Haus die moderne Technologie fruchtbar nutzen kann.

iPhone-App für das Stadtmuseum Penzberg

Die App ist Teil der neuen Öffentlichkeitsoffensive des Museums der oberbayerischen Bergarbeiterstadt. Im vergangenen Jahr hatte das Haus einen Großteil des Nachlasses von Heinrich Campendonk, dem Jüngsten der Künstlervereinigung „Der Blaue Reiter“, erhalten. Das derzeit stattfindende „Blaue Jahr“ von 2011 bis 2012 – das Jubiläumsjahr der Gruppe – bietet nun die Gelegenheit, diesen Künstler in zwei großen Ausstellungen der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Gisela Geiger, Leiterin des Stadtmuseums, ist sich über die schwierige Situation ihres Museums im klaren: „Wer glaubt schon, daß in einer kleinen Industriestadt ein sehenswertes Museum zu finden ist? Der Münchner Süden bietet viele kleine, hochkarätige Museen, die dem deutschen Expressionismus gewidmet sind. Das Haus in Penzberg ist das kleinste unter ihnen und dazu noch ein Newcomer. Wir müssen uns also etwas einfallen lassen.“

Mit der App wendet sich das Museum Penzberg besonders an ein junges Publikum, das für Museumsbesuche erst noch gewonnen werden will. Das Programm besteht aus einem kurzen, einführenden Film, in dem sich das Museumsteam vorstellt und ein erster Blick in die Ausstellung geworfen werden kann, einem Audioguide für Kinder, der durch die Ausstellung führt, sowie einem interaktiven Raumplan, über den sich die Hörstationen anwählen lassen.



Zentrales Element der App ist die Audioführung. Sie erklärt Kindern in acht Hörstücken geschichtliche Hintergründe zu den Werken Heinrich Campendonks, führt in die Bilderwelt des Künstlers ein und macht die Protagonisten des Blauen Reiters lebendig: Campendonk natürlich, aber etwa auch das befreundete Ehepaar Franz und Maria Marc.

In Zukunft wird eine Erwachsenenführung den Kinderaudioguide des Museums ergänzen. Auf dem Touchpad sind alle Hörstationen direkt auf dem Raumplan anwählbar, über den sich auch die drei Geschosse des Museums erschließen. Läuft die Hörführung, ist auf dem



Smartphone-Screen das jeweilige Kunstwerk zur Audiostation zu sehen. Auf diese Weise ist es sogar möglich, den Audioguide außerhalb des Museums zu nutzen – sei es, um die eigene Erinnerung noch einmal aufzufrischen oder etwa als Vorbereitung auf einen Besuch des Museums.

Dazu sind in der App auch alle wichtigen Besucherinformationen abrufbar. Sie gibt Auskunft über Öffnungszeiten, angebotene Führungen und Eintrittspreise, informiert über die Geschichte des Museums und bringt darüber hinaus auch die aktuellen Mitteilungen des Hauses auf das iPhone. Neuigkeiten, Veranstaltungen, Ausstellungen und Weiterführendem zum Blauen Jahr wird auf diese Weise in der App Raum gegeben.

Die App erfüllt damit mehrere Funktionen. Als Programm auf dem Gerät der Museumsbesucher ist sie gleichzeitig Flyer, multimedialer Guide, Souvenir und dauerhafter Kommunikationskanal für das Museum. Das gilt für die App des Stadtmuseums Penzberg, aber prinzipiell für jede eigenständige Museumsapp:

1. Apps machen Besucher neugierig auf das Museum.

Apps werden sowohl unterwegs als auch zu über 60%! – zu Hause genutzt. Damit sind Apps mehr als ein hausinterner Audioguide. Sie sind darüber hinaus wie geschaffen dafür, neugierig auf das Museum und Schätze machen – denn sie informieren vor dem Besuch darüber, was das Museum bietet. Vor Ort kann sich der Besucher dann durch den integrierten Audioguide führen lassen. Somit dienen Apps zu gleichen Teilen dem Marketing wie der Kunstvermittlung.

2. Apps binden die Besucher an das Museum.

Sein Smartphone hat der Besucher stets dabei. Es ist in Griffweite und nur selten aus. Apps sind damit die Flyer in der Jackentasche der Besucher. Im Unterschied zum gedruckten Flyer können Apps aber schnell und aktuell informieren. Damit kann das Museum leicht auf Sonderveranstaltungen, VIP-Programme etc. hinweisen. Sie ist also ein ideales Instrument für die Besucherbindung.

3. Apps sprechen eine neue und für Museen wichtige Zielgruppe an.

Mit Ausnahme weniger Event-Ausstellungen, Naturkundemuseen und Museen moderner Kunst liegt der Altersdurchschnitt der Museumsbesucher meist über 55 Jahren. Nach einer aktuellen Studie sind 22,1% der Smartphone-Nutzer zwischen 35 und 44 Jahre alt, 27,4% zwischen 25 und 34 Jahre und 16,9% zwischen 18 und 24 Jahre (comScore). Da die Bildungsabschlüsse in diesen Nutzergruppen überdurchschnittlich hoch sind, bieten Apps auf diesen Geräten ein großes Potential, neue Besuchergruppen für das Museum zu gewinnen.

Artguide

Singuläre Apps sind großartige Werbe- und Vermittlungsmedien für Museen. Daneben gibt es weitere Einbindungsmöglichkeiten für Museumsguides in eine App. Für Museen, die nicht auf aktuelle Informationen und mehrsprachige Museumsguides auf dem iPhone angewiesen sind, bietet sich beispielsweise „Artguide“ an. Die stark nachgefragte und preisgekrönte App beinhaltet eine Vielzahl von Kunstführern für kulturelle

Sehenswürdigkeiten und Museen. Das klare und übersichtliche Format hat einen festen Rahmen. Dazu gehören

- ein bebildeter Audioguide
- ein bebildertes eBook mit individuell anpaßbarer Schriftgröße
- ein Raumplan, auf dem alle Audioguide-Stationen eingezeichnet sind und sich durch Berührung aktivieren lassen
- eine Zeittafel mit den wichtigsten historischen Daten zur jeweiligen Sammlung
- Besucherinformationen mit Öffnungszeiten, Zeiten für Besucherführungen sowie allen wichtigen Kontaktdaten.



Besonders für Museen mit historisch bedeutsamer Architektur bietet sich eine Einbindung in Artguide an. Die Häuser erscheinen in der App in einem Zug mit herausragenden Kirchen- und Profanbauten wie dem Mainzer Dom, der Wartburg oder der Frauenkirche in München.

Das feste Format ermöglicht eine schnelle und kostengünstige Veröffentlichung. Umfang, Qualität und Informationstiefe aller Artguide-Titel sind dabei gedruckten Kunstführern mindestens ebenbürtig. Allein die Synchronisation aktueller Meldungen zwischen Museumswebsite und App ist in Artguide nicht möglich.

Dafür bietet die App andere Vorteile: Da Artguide schon mehrere Duzend Kunstführer zu Museen und kulturellen Sehenswürdigkeiten umfaßt (die Zahl wächst wöchentlich), bewerben sich die teilnehmenden Häuser auf dem iPhone gegenseitig. Wer Artguide verwendet, bekommt in der App gewissermaßen Tips für weitere kulturelle Unternehmungen. Wohin die nächste Tour führen kann, erfährt der Nutzer auf einer integrierten Karte. Dort sind sämtliche Standorte der teilnehmenden Museen und Sehenswürdigkeiten verzeichnet. Weiterhin macht ein Newsticker auf besondere Ereignisse aufmerksam.

Vier deutsche Museen sind schon mit virtuellen Museumsführern in Artguide vertreten:

- Das Bachhaus in Eisenach
- das Deutsche Apothekenmuseum in Heidelberg
- das Römermuseum Homburg
- und die Kunstsammlung der Veste Coburg.

Ihr hoher Innovationsgrad und hochwertiger Inhalt hat der App in diesem Jahr schon zwei Auszeichnungen eingebracht: Auf der MCTA, einer Expertenkonferenz für den Mobilfunkbereich, wurde Artguide mit dem „Mobile Innovation Award“ ausgezeichnet. Auf den VIR Online Innovationstagen 2011, einer Veranstaltung der Online-Tourismusbranche, errang Artguide im Rahmen des sog. Sprungbrett-Innovationspreises den zweiten Platz in der Kategorie „Startup“.

Ziel von Artguide ist es, seine Position als mobiler „kleiner Kunstführer“ weiter auszubauen. Zu diesem Zweck führt Pausanio intensive Gespräche mit Kunstführerverlagen, Stiftungen, Museen und Sehenswürdigkeiten, um weitere Kunstführer für Artguide zu gewinnen.



Das Audioguide-Portal Pausanio

Eine schnelle, effektive und einfache Art, einen Museumsführer auf das Besucher-Smartphone zu bringen, ist das Audioguide-Portal <http://www.pausanio.de> mit der größten Sammlung deutschsprachiger Audioguides und Hörbücher für

den Bereich Reise, Kunst und Kultur. Häuser wie das Schnütgen-Museum in Köln, das Museum für angewandte Kunst in Frankfurt oder das Landesmuseum in Mainz stellen auf dieser zentralen Website ihre Audioguides kostenlos oder kostenpflichtig zum Download bereit. Folgende Vorteile bietet das Portal für Museen:

- Die Guides werden kostenlos von der Pausanio-Redaktion eingestellt.
- Die Guides sind für alle Smartphones über die mobile Website <http://www.pausanio.mobi> und für iPhone-Nutzer über die App „Pausanio – Kunst und Kultur mobil“ von unterwegs zugänglich.
- Pausanio übernimmt anfallende GEMA-Gebühren.
- Vor Ort kann das Museum per QR-Code auf die Hörführer verlinken. Gerade in Außenbereichen steht der Museumsguide auf diese Weise jedem Besucher mit Smartphone zur Verfügung – ganz ohne Aufwand für das Museum, ohne Ausleihe und unabhängig von Öffnungszeiten.
- Will ein Museum seine Hörführung auch Besuchern ohne Internetzugang zugänglich machen, richtet Pausanio zusätzlich einen Telefonabruf ein.

Fazit

Für Text, Ton und (Bewegt-)Bild haben mobile Zeiten begonnen. Museen sollten die neuen Möglichkeiten in Marketing und Kunstvermittlung zu ihrem Vorteil nutzen. Pausanio bietet hierzu passende Technologien an.