

Leitfragen für Social-Media-Aktivitäten von Museen

Simon A. Frank, Martin Gebhardt und Werner Schweibenz

Warum Leitfragen für Social-Media-Aktivitäten?

Zur Museumsarbeit gehört vermehrt die Nutzung von Social Media für den Austausch mit dem Publikum (Vogelsang, Minder, Mohr 2011), dies gilt insbesondere für die Museumspädagogik. Die partizipativen Medien ermöglichen es Museen und Nutzern, sich auszutauschen, Inhalte zu kommentieren, zu bewerten oder zu gestalten (Schweibenz 2010). Technische Plattformen für diesen Dialog bilden beispielsweise *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* oder Blogs und Kommentarfunktionen auf Webseiten. Grundsätzlich ist das Social Web ein Mitmach-Medium, weshalb es durchaus möglich ist, praktische Erfahrungen durch Ausprobieren zu sammeln, also durch Versuch und Irrtum. Allerdings bietet eine strukturierte Herangehensweise Vorteile, vor allem für Institutionen mit knappem Budget, sowohl in personeller als auch in finanzieller Hinsicht. Deshalb ist sinnvoll, vor dem Einstieg in Social-Media-Aktivitäten einige grundlegende Fragen zu klären, um anschließend diese Instrumente sinnvoll und effektiv zu nutzen und damit die Kommunikation mit den Benutzern erfolgreich zu gestalten. Dabei bietet ein kostenloser Online-Fragenkatalog eine praxisbezogene Unterstützung durch Leitfragen zu organisatorischen, rechtlichen und politischen Aspekten der Einführung von Social Media.

Zur Entstehung des Online-Fragenkatalogs

Die Idee für den Online-Fragenkatalog entstand im Laufe von verschiedenen Untersuchungen, Projekten und Beratungsdienstleistungen zum Einsatz von Social Media in Museen. Denn die auftretenden Fragen und Probleme waren bzw. sind häufig dieselben und das ziemlich unabhängig von der Art oder der Herangehensweise der jeweiligen Institution. Deshalb haben sich die Autoren entschlossen, die einschlägigen Fragen zu sammeln, in einem Fragenkatalog zusammenzufassen und als strukturierte Sammlung von Leitfragen online zugänglich zu machen. Der Prototyp wurde als Beta-Version auf der Tagung *Museums and the Internet* am 22.05.2012 in Leipzig vorgestellt und soll nun in enger Kooperation mit der Community der interessierten Nutzer weiterentwickelt werden, so dass Kritikpunkte, Anmerkungen und Anregungen in künftige Versionen einfließen können. Zur weiteren inhaltlichen Verbesserung wurde der Fragebogen im Wintersemester 2012/13 im Rahmen des Fachgebiets *EDV im Museum* von Prof. Dr. Dorothee Haffner an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Berlin evaluiert.

Die Autoren legen Wert darauf, dass die Nutzung des Online-Fragenkatalogs sowohl jetzt als auch künftig kostenlos möglich ist, weshalb er unter einer sogenannten Creative-Commons-Lizenz verfügbar gemacht wird.

Die Themengebiete des Online-Fragenkatalogs

Der Online-Fragenkatalog besteht aus folgenden fünf Themengebieten, die interessierte Museen sowohl einzeln als auch in Kombination bearbeiten können:


- Analyse der Ausgangslage, z.B. Situation der Dokumentation und der Rechte (Urheberrecht sowie Nutzungs- und Verwertungsrecht) an Texten und Medien
- Stand der Besucherforschung in der Institution, z.B. Analyse von Besucherinteressen und -profilen
- Organisatorische Fragen, z. B. Möglichkeiten der Mitarbeiteraktivierung, Koordinieren des Vorgehens
- Rechtliche Fragen, z.B. Rechtemanagement, Datenschutz und -sicherheit
- Politische Fragen, z.B. Bereitschaft zur Benutzerbeteiligung, Kontrolle der Inhalte und Qualitätssicherung

Einzelheiten zu den Leitfragen entnehmen Sie bitte dem Online-Fragenkatalog.

Zur Benutzung des Online-Fragenkatalogs

Der Online-Fragenkatalog ist unter der folgenden Webadresse verfügbar:

<http://www.social-media-museen.de/>



www.social-media-museen.de

Leitfragen für Social-Media-Aktivitäten von Museen (beta)

Zur Museumsarbeit gehört vermehrt die Nutzung von Social Media für den Austausch mit dem Publikum. Obwohl das Social Web ein Mitmach-Medium ist, ist es natürlich möglich, praktische Erfahrungen durch Versuch und Irrtum zu sammeln, allerdings bietet eine strukturierte Herangehensweise Vorteile, vor allem für Institutionen mit knappem Budget (personell und finanziell). Eine solche Herangehensweise an die Vorbereitung und Umsetzung von Social-Media-Aktivitäten von Museen unterstützt dieser web-basierten Fragenkatalog.

Zielgruppe dieses Fragenkatalogs sind Museen, die sich schon mit Social Media befasst haben und nun wissen wollen, welche Fragen vor einem Einsatz sinnvollerweise zu klären sind. Der Fragenkatalog will praktische Entscheidungs- und Einführungshilfe dienen, nicht als inhaltliche Einführung in die Thematik. Einen Einstieg ins Thema bieten unsere [Link- und Literaturempfehlungen](#).

Der Fragekatalog besteht aus folgenden Themengebieten, die Sie sowohl einzeln als auch in Kombination durcharbeiten können:

- Klärung der institutionellen Voraussetzungen für Social-Media-Aktivitäten
- Analyse der Ausgangslage, z. B. Situation der Dokumentation und der Rechte (Urheber-recht sowie Nutzungs- und Verwertungsrecht) an Texten und Medien
- Stand der Besucherforschung, z. B. Analyse von Besucherinteressen und -profilen
- Organisatorische Fragen, z. B. Möglichkeiten der Mitarbeiteraktivierung, Koordinieren des Vorgehens
- Rechtliche Fragen, z. B. Rechtemanagement, Datenschutz und -sicherheit
- Politische Fragen, z. B. Bereitschaft zur Benutzerbeteiligung, Kontrolle der Inhalte und Qualitätssicherung

Der Fragenkatalog sowie die automatische Auswertung der Antworten geben Auskunft über die Ausgangsbedingungen in Ihrer Einrichtung, helfen, die Möglichkeiten von Social-Media-Aktivitäten im Vorfeld besser einzuschätzen und die Umsetzung zu strukturieren.

Die Benutzung des Fragenkatalogs und der Auswertung ist kostenlos. Sie können den Fragenkatalog ohne Registrierung nutzen, wenn Sie anonym bleiben wollen. Oder Sie können sich als Benutzer registrieren, wenn Sie Ihre Ergebnisse speichern und weiterverwenden wollen.

Viel Erfolg wünschen Ihnen die [Projektinitiatoren](#) Simon A. Frank, Martin Gebhardt und Werner Schwelbenz

Online-Leitfragen starten

Der Leitfaden steht unter einer [Creative Commons Namensnennung-Nicht-kommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Unported Lizenz](#).

Startseite | [Aktuelles](#) | [Über das Projekt](#) | [Link- und Literaturtipps](#) | [Kontakt und Impressum](#) | [Leitfragen](#)

Abb. 1 Die Startseite des Online-Fragenkatalog (Screenshot)

Die Benutzung des Online-Fragenkatalogs ist kostenlos. Es steht Ihnen frei, sich als Benutzer zu registrieren oder anonym zu bleiben. Eine Registrierung bietet den Vorteil, dass Sie Ihre Eintragungen und Ergebnisse speichern und weiterverwenden können. Ihre Registrierungsangaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Nach der Auswahl

einer der beiden Benutzungsoptionen beginnen Sie mit der Beantwortung der einzelnen Fragen. Diese haben je nach Art der Frage vorgegebene Antwortmöglichkeiten, entweder „ja – teilweise - nein“ oder „Ist nicht geklärt – ist geklärt, möchte ich aber hier nicht angeben – ist geklärt, Details“.

Während der Beantwortung der Fragen können Sie jederzeit über die Fußzeile in die Auswertung des Online-Fragenkatalogs wechseln, um sich einen Überblick über den Stand zu verschaffen. Das Auswertungsfenster öffnet sich automatisch in einer neuen Registerkarte (Tab) des Web-Browsers. Über die Registerkarte des Online-Fragenkatalogs können Sie jederzeit zu den Fragen zurückkehren und weitermachen. Fragen, die Sie nicht beantworten können oder möchten, übergehen Sie einfach indem Sie auf die Schaltfläche *weiter* klicken. Die Antworten auf die Leitfragen werden registriert und automatisch ausgewertet (siehe Abb. 2). Derzeit steht die Auswertung nur online zur Verfügung, eine Ausgabe als PDF und Excel-Dokument ist in Planung.

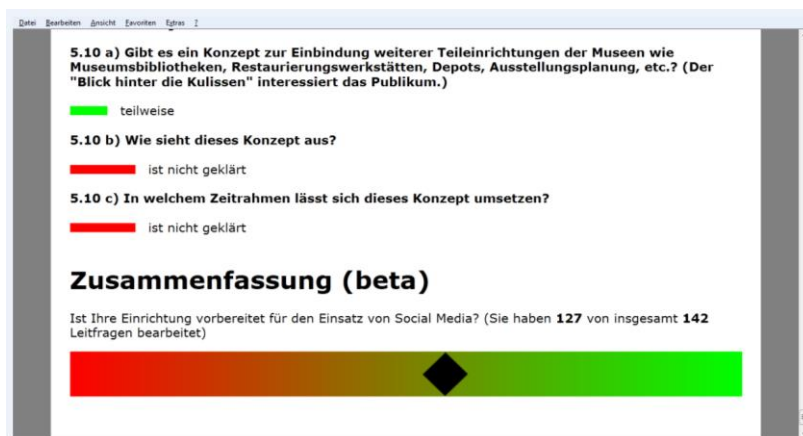


Abb. 2 Ergebnis der Auswertung der Antworten mit Einstufung (Screenshot)

Zusammenfassung und Ausblick

Der kostenlose Online-Fragenkatalog besteht aus fünf Themengebieten, wobei es weder zwischen den Themengebieten noch unter den einzelnen Fragen eine Hierarchie gibt. Je nach Frage sind die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten entweder „ja – teilweise - nein“ oder „ist nicht geklärt – ist geklärt, möchte ich aber hier nicht angeben – ist geklärt, Details“. Die Antworten werden registriert und automatisch ausgewertet. Neben der Zusammenfassung am Ende werden außerdem Tipps für das weitere Vorgehen gegeben. Bei Registrierung kann man zu einem späteren Zeitpunkt auf die Angaben zurückgreifen. Der Online-Fragenkatalog, derzeit eine Beta-Version, soll gemeinsam mit den interessierten Nutzern und Studierenden der HTW Berlin weiterentwickelt werden, indem Kritikpunkte, Anmerkungen und Anregungen in künftige Versionen einfließen können. Deshalb bitten wir Sie, bei Interesse mit den Autoren Kontakt aufzunehmen und Ihre Anmerkungen, Anregungen und Kritikpunkte in die Weiterentwicklung einzubringen.

Literatur

Schweibenz, Werner: Museen, Web 2.0 und Benutzerbeteiligung. In: Standbein, Spielbein – Museumspädagogik aktuell, No. 86, April 2010: 47-51.

Vogelsang, Axel; Minder, Bettina; Mohr, Seraina: Social Media für Museen. Ein Leitfaden zum Einstieg in die Nutzung von Blog, Facebook, Twitter & Co, Berlin 2011. Siehe: audience plus: <http://blog.hslu.ch/audienceplus> (15.06.2012)

Adressdaten und biographische Angaben der Autoren:

Simon A. Frank M.A.
Glemsstr. 39
71229 Leonberg

Simon A. Frank arbeitet als Entwickler und Berater für Webtechnologien und (Web-)Kultur für Kultur- und Bildungseinrichtungen.

Dr. Martin Gebhardt
Großer Weiher 13
91301 Kersbach

Martin Gebhardt ist History Communication Manager bei adidas. Seine Dissertation vergleicht den Web-Auftritt deutscher und englischer Museen. Er berät Museen zu ihrem Internet- und Social Web-Auftritt.

Dr. Werner Schweibenz
Museen, Archive und Repositorien
Bibliotheksservice-Zentrum Baden-Württemberg, Universität Konstanz
78457 Konstanz

Werner Schweibenz ist wissenschaftlicher Mitarbeiter von Museumsinformationssystem (MusIS) am BSZ. Neben Dokumentation und Digitalen Katalogen befasst er sich mit der Anwendung von Social Media für Museen.