

*Kultur*Betrieb

Magazin für innovative und wirtschaftliche Lösungen
in Museen, Bibliotheken und Archiven



Bewahren & Konservieren Mengenschätzung von Archivgut

Branchentreff ARCHIVISTICA | Das grüne Museum | MUTEK

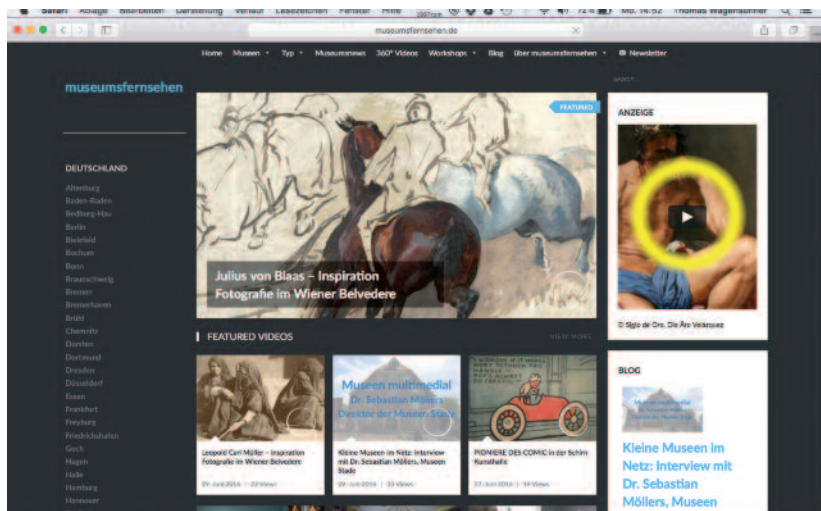
Im Fokus Gesundheit & Service

Personal & Service Umfrage: Was Nutzer von Bibliotheken erwarten

Riegel – KulturBewahren Eine neue, unabhängige und dotierte Auszeichnung

Wirtschaft Leistungscontrolling & Finanzierung

museumsfernsehen – Das Portal für Museumsvideos



Das Angebot von museumsfernsehen auf einen Blick (Screenshot); © museumsfernsehen – Das Portal für Museumsvideos

Mit dem Start von YouTube vor etwas mehr als zehn Jahren begann eine Revolution im Internet, deren Ende nicht abzusehen ist. Vor 2004, dem Gründungsjahr von YouTube, erfolgte die Vermittlung von Inhalten primär über Text und Bild. Mit YouTube wurde Video zum Massenphänomen. Mehrere hundert Stunden Video werden pro Minute hochgeladen und durch Nutzer abgerufen.

Kulturbetriebe im Video: Von Hochglanz bis selbstgemacht

Museen u.a. Kulturbetriebe haben die Möglichkeiten, die Video im Netz bietet, früh erkannt. So hat z.B. das Frankfurter Städel seit Dezember 2008 einen eigenen YouTube-Kanal; das New Yorker MOMA sogar schon seit 2006. Unter den deutschsprachigen Museen nutzen ca. 170 Bewegtbild als Marketing- und PR-Instrument. Die Menge reicht von mehreren Produktionen im Monat bis zum einzelnen Imagevideo zur Dauerausstellung. Auch die Bandbreite der Produktionsqualität ist groß: Von Hochglanz bis selbstgemacht ist alles dabei.

Im Vergleich zu den auf YouTube dominierenden Unterhaltungsformaten sind die Inhalte der Museen immer noch Nische. So kommt z.B. das Städel seit Beginn der Aktivitäten auf YouTube auf etwas über 800.000 Videoabrufe insgesamt. Der deutsche YouTuber Le Floid kommt auf über 460 Millionen.

Museumsvideos eine Heimat geben

Das Projekt museumsfernsehen von Ilona Aziz und Thomas Wagenonner entstand genau in diesem Spannungsfeld. Als langjährige Projektentwickler und Berater im Bereich Bewegtbild-PR stellten wir fest, dass es bei den Museen im Netz einen riesigen

Schatz an hochwertigen Inhalten gibt, der es gegenüber den Unterhaltungsformaten zunehmend schwer hat. Wahrscheinlich nie wird es ein Museumsvideo auf die Startseite von YouTube schaffen. Die Anrufe sind im Vergleich zu anderen viel zu gering, um ein attraktives Werbeumfeld für YouTube zu bieten. Gleichzeitig wird es immer schwieriger, in der großen Menge an Material die Videos der Museen zu entdecken.

So entstand die Idee, diesen Inhalten eine Art Heimat zu bieten. museumsfernsehen bündelt Videos deutschsprachiger Museen auf einem Videoportal. Alle Videos sind über Land, Bundesland, Stadt oder auch Museumsname recherchierbar. Begleittexte und Schlagworte strukturieren die Inhalte zusätzlich. Die Seite wird manuell gepflegt. Das Material wird gesichtet, bevor es online geht. In den Augen der Redaktion besonders interessante Beiträge werden auf der Startseite hervorgehoben. Die Redaktion nutzt eigene Kanäle auf twitter und facebook, um die Inhalte der Seite weiter zu bewerben oder auch, um andere relevante Informationen aus dem Museumsumfeld zu teilen. Das Portal hat derzeit rund 12.000 Zugriffe monatlich. Diese Reichweite erzielt die Plattform durch die Vernetzung von Webseite und Social Media Aktivitäten. Berichterstattung in klassischen Medien, NDR-Kultur, NDR.de und Hamburger Abendblatt hat in den letzten Monaten einen deutlichen Reichweitzuwachs gebracht. Neben dem Betrieb und der Kuratierung des Portals produziert museumsfernsehen auch eigene Inhalte. Diese Eigenproduktionen entstehen in der Regel zu Museumsthemen, wie beispielsweise der Wiedereröffnung der Hamburger Kunsthalle, im Rahmen von Konferenzen, z.B. der MAI-Tagung, oder als Interview mit interessanten Museumsmachern. museumsfernsehen

Einfach. Persönlich. Versichert.

sieht sich jedoch nicht nur als Plattform, sondern will Museen in der Videoproduktion aktiv unterstützen. Dabei konzentriert sich das Produktionsangebot unter anderem auf spezielle Anwendungen wie z.B. interaktive 360° Videos.

Die Produktion mit einfachen Mitteln hat Potenzial

Das größte Potenzial für die Produktion von Bewegtbild sieht museumsfernsehen bei den Museumsmachern selbst. Der wachsende Bedarf an Video, vor allem auch auf Plattformen wie facebook oder Instagram, lässt sich wirtschaftlich nicht mit Auftragsproduktionen realisieren. Auch erwarten die Nutzer, vor allem auf facebook, eher schnelle und authentische Bilder als Hochglanzvideos. Vor diesem Hintergrund entwickelt museumsfernsehen ein eigenes Angebot an Workshops. Es richtet sich gezielt an solche Museumsleute oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anderer Kulturbetriebe, die Bewegtbild professionell, aber mit einfachen Mitteln umsetzen wollen. Im Augenblick liegt der Fokus hier auf der Videoproduktion mit dem Smartphone. Orientiert an der Arbeitsweise von Online-Videojournalisten lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einem Tag die Grundlagen von Bild, Ton und Schnitt kennen. Der Workshop schließt mit der Produktion eines eigenen kleinen Films ab. Weitere Themen rund um die visuelle Kommunikation von Kulturbetrieben sind geplant.

museumsfernsehen – Das Portal für Museumsvideos

Ein Projekt von Ilona Aziz und Thomas Wagensonner
c/o Ilona Aziz, Grindelallee 25, 20146 Hamburg

Tel 0049 | 40 | 22869709

redaktion@museumsfernsehen.de

www.museumsfernsehen.de

www.facebook.com/museumsfernsehen

www.twitter.com/museumsFS

www.instagram.com/museumsfernsehen

museumsfernsehen
Das Portal für Museumsvideos



Kunst- und Transportversicherungen: Damit Ihre Kunst überall sicher ist.

- Fachkundige Bewertung Ihrer Kunstgegenstände als Basis für die Vereinbarung des bedarfsgerechten Versicherungsrahmens
- Enge Zusammenarbeit mit renommierten Spezialisten für Kunstlogistik
- Langjährige Kompetenz auf den Versicherungsmärkten Europas

Gern beraten wir Sie individuell.
Kontaktieren Sie uns.

ZILKENS | FINE ART
Insurance Broker

tel +49 221 8 00 68 420

info@zilkensfineart.com · www.zilkensfineart.com

Impressum



Berthold Schmitt
Herausgeber

Herausgeber SchmittART
Beratung | Konzeption | Public Relations

Erscheinungsweise vierteljährlich

Auflage (gedruckt und verbreitet) 2.800 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, Wielandstraße 5, 04177 Leipzig
Tel 0049 | 341 | 5296524
mail@schmitt-art.de
www.kulturbetrieb-magazin.de

ISSN 2194-3648

AGB www.kulturbetrieb-magazin.de

Fotonachweis

Titelbild und S. 21: Quelle 123RF; © Worachai Yosthamrong
S. 3 Quelle: Photocase; © 12frames
S. 22 Quelle: Photocase; © pencake

Illustrationen © Susanne Schön

*Kultur*Betrieb übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit und Zulässigkeit der in Anzeigen, redaktionellen Beiträgen oder Beilagen enthaltenen Aussagen.

Vorschau Heft *vier* 2016 (Auswahl*)

Digitalisierung
Bewahren & Bewegen
Ausstellen & Vermitteln

(*Änderungen vorbehalten)

Entscheidungen in erfolgreichen Unternehmen
gründen weder auf dem flüchtigen Glamour von
Events noch auf pompösen
Bilderfluten in Gazetten.

**Entscheidungen in erfolgreichen
Museen, Bibliotheken und Archiven
auch nicht.**

Entscheiderinnen und Entscheider schätzen
nützliche Informationen, praktische
Erfahrungen und solide Lösungen.

Kultur^o**Betrieb**

Das Magazin

Von Fachleuten für Fachleute.



www.kulturbetrieb-magazin.de