

Museen in Quarantäne – Online-Symposium am 7. Mai 2020, Department für Kunst und Kulturwissenschaften / Donau-Universität Krems

Hanna Sauer

Junge Kulturfreunde Freiburg, Freundeskreis Augustinermuseum e.V.

<https://www.mein-augustinermuseum.de/freundeskreis/die-jungen-kulturfreunde.html>

<https://de-de.facebook.com/jungekulturfreunde>

Stay Home And Support Your Local Museum: Digitale Vermittlungsstrategien junger Kulturfördervereine am Beispiel der Jungen Kulturfreunde Freiburg

Aus gegeben Anlass sind auch wir als junger Freundeskreis vor Herausforderungen gestellt, gleichzeitig versuchen wir aber auch dies als Chance zu begreifen und für uns Neues auszuprobieren. Ich werde Ihnen stellvertretend für die Jungen Kulturfreunde Freiburg Einblicke in unsere Tätigkeit rund um das Freiburger Augustinermuseum, das Haus der Graphischen Sammlung und das Museum für Stadtgeschichte geben und eine digitale Vermittlungsaktion vorstellen.

Kurz zu uns: Die Jungen Kulturfreunde Freiburg sind die junge Sektion des Freundeskreises des Augustinermuseums und haben sich im Jahr 2013 auf Initiative einiger Vorstandsmitglieder gegründet. Seit Dezember 2017 bin ich ehrenamtlich als Mitorganisatorin der Jungen Kulturfreunde tätig, seitdem sind wir zu einem festen Team von 7 Mitgliedern herangewachsen

Unsere Leitziele analog wie auch digital sind:

- Einmal die Partizipation, also Kunst und Kultur erleb- und erfahrbar zu machen. Wir versuchen, unsere Teilnehmer*Innen intensiv in unser Angebot miteinzubeziehen. Zum Beispiel durch „Behind the Scenes“- Veranstaltungen, kreativ-ästhetische Interaktionen zu verschiedenen Themen und mittels partizipativer Kunstvermittlung wie beispielsweise durch das Ausprobieren neuer und auf Austausch angelegter Formate
- Auch die DIVERSIFIZIERUNG ist eines unserer Leitziele, die wir uns für unser Engagement gesteckt haben. Wir verstehen das Museum als modernen Ort des Zusammentreffens heterogener Menschengruppen. Daher bemühen wir uns um Kooperationen mit anderen Vereinen, insbesondere aus der Geflüchteten- und Inklusionsarbeit. So versuchen wir, auch eher museumsferne Zielgruppen anzusprechen.

Mit diesen beiden Leitzielen im Blick haben wir überlegt, wie wir trotz der Schließung der Städtischen Museen und der Absage all unserer Veranstaltungen unseren Teilnehmer*Innen auch von zu Hause aus einen möglichst niederschweligen Zugang zur kulturellen Teilhabe bieten können. Wir haben verschiedene Social-Media-Formate entwickelt, die in den

kommenden Wochen nach und nach veröffentlicht werden. Der Hauptfokus liegt dabei auf unserer „Lieblingsstück-Aktion“, die ich Ihnen kurz vorstellen möchte.

Social-Media-Aktion #Lieblingsstück:

Unter dem Hashtag „Lieblingsstück“ haben wir in der Vergangenheit Veranstaltungsfotos, Kurzclips oder auch einzelne Kunstwerke im wöchentlichen Rhythmus vorgestellt. Die Abbildungen der Werke erhielten wir damals noch aus weitestgehend analogen Quellen, aus der internen Bilddatenbank des Museums oder mit Hilfe eigener Fotografien. Seit der Museumsschließung vor sieben Wochen haben wir diese Aktion auf die kürzlich veröffentlichte Online-Sammlung der Städtischen Museen zugeschnitten. Die Online-Sammlung sehen wir als das digitale Herzstück des Augustinermuseums und stellen sie als zentrales Medium in den Vordergrund unserer Aktion

Unter diversen Hashtags und mit kurzem Begleittext stellen wir zweimal wöchentlich Objekte aus der digitalen Sammlung auf Facebook und Instagram vor. Dazu rufen wir unsere Follower*Innen auf, uns ihre Lieblingsstücke aus der Online-Sammlung zuzuschicken und fragen danach, was sie am jeweiligen Kunstwerk so besonders finden. Für ihre Beteiligung können sie auf verschiedene Formate zurückgreifen: es können Kurztexte mit wissenschaftlichem Charakter wie auch rein subjektive Auseinandersetzungen wie etwa Memes und Videoclips sein - was sie aus ihrem jeweiligen Lieblingsstück machen, steht ihnen also frei zur Gestaltung. Die Einsendungen nehmen wir per Mail, Nachrichten- und Kommentarfunktion an, neuerdings aber auch analog per Post, um sie anschließend zu digitalisieren und um technischen Hürden proaktiv zu begegnen. Die Aktion ist zeitlich unbefristet angelegt und soll nun zu unserem konstanten Angebot gehören. Da eine rege Beteiligung besonders dann zu erwarten ist, wenn das Format kontinuierlich läuft und regelmäßig Content gepostet wird, haben wir zunächst teamintern Objekte für Posts vorbereitet. Nach und nach hat das kontinuierliche Fortlaufen der Aktion Früchte getragen, sodass wir nun schon einige Zusendungen verbuchen konnten wie Sie an diesen Beispielen sehen können

Im zweiten Schritt laden wir nun andere kulturelle und soziale Vereine zur Beteiligung ein, wie auch die Mitglieder des Freundeskreis Augustinermuseum e.V., die wir über einen E-Mail-Verteiler erreichen. Damit erweitern wir im digitalen Raum unsere Kernzielgruppe, da nun nicht mehr nur junge Erwachsene bis 35 Jahren angesprochen werden und machen von unserer Rolle als Multiplikator*Innen gebrauch. Darüber hinaus sind wir gerade dabei auch lokale Zeitungen über unsere Aktion zu informieren

Wozu dient die #Lieblingsstück-Aktion?

- Hier spielt auch die PARTIZIPATION wieder eine große Rolle: Da die Online-Sammlung bisher noch nicht mit anderen digitalen Angeboten verlinkt ist und daher vor allem der Fachcommunity dient, möchten wir unseren

Teilnehmer*Innen einen erweiterten Zugang zu den Objekten eröffnen und zur selbstständigen, nicht ausschließlich zielgerichteten Erkundung einladen.

- WISSENSTRANSFER: Wir laden gezielt zur Auseinandersetzung mit den Kunstwerken aus der Sammlung ein und vermitteln über unsere Posts kompakte Informationen, die wiederum geteilt werden können.
- DIGITAL OUTREACH: Wir nutzen unsere Reichweite und Vernetzung, da wir weiterhin als Multiplikator*Innen eine Erweiterung der klassischen Zielgruppe für das Augustinermuseum anstreben und die bestehende gerade während der Schließzeit weiter an das Museum binden möchten.
- Daher ist auch der Aspekt des COMMUNITY-BUILDINGS relevant: Denn auch wenn unsere analogen Get-Togethers im Museum wegfallen, möchten wir weiterhin den persönlichen Austausch unserer Community fördern und um digitale Wirkungsräume erweitern.
- VERNETZUNG:
 - Neben der Mitgliedschaft in der Bundesinitiative junger Freunde Kunstmuseen sind wir auch Teil des jungen DAKU, ein Netzwerk für Kulturfördervereine. Über beide Netzwerke sind wir in regelmäßigem Kontakt mit weiteren Akteur*Innen junger Kulturfördervereine und tauschen uns über Aktionen aus.
 - Durch die Verwendung diverser Hashtags wird sowohl unsere Reichweite vergrößert als auch die digitale Vernetzung unterstützt:
Beispielsweise findet man unter dem Hashtag „Lieblingsstück“ auch andere Aktionen bspw. eine Selfie-Aktion der Jungen Freunde der Staatlichen Kunstsammlung Dresden.

Zwischenstand:

Um immer wieder eine Zwischenbilanz über den Erfolg aber auch potenzielle Lücken und blinde Flecken bei unserer Aktion ziehen zu können, sind die quantifizierbaren Werte der Facebook-Benchmarks hilfreich. Über diese Funktion kann man die Seiten-Aktivitäten unserer Follower*Innen und deren Reaktionen gut überblicken.

Dabei haben wir folgendes feststellen können:

- Die Facebook-Benchmarks der Reichweite und Reaktionen vor und seit Corona zeigen deutlich, dass die Referenz und Nachfrage gestiegen ist, was auf unser gewachsenes digitales Angebot und die regelmäßigen Postings zurückzuführen ist.
- Die Zahlen beziehen sich ausschließlich auf unbezahlte Posts, da wir für bezahlte Beiträge keine finanziellen Ressourcen haben.
- Seit dem ersten #Lieblingsstück-Posting am 30. März lässt sich eine relativ konstant hohe Beitragsreichweite erkennen, die wir beibehalten wenn nicht sogar noch intensivieren möchten

Herausforderungen:

Mit der Social-Media-Aktion bewegen wir uns in einem wenig kontrollierbaren Raum und im Gegensatz zu unseren analogen Veranstaltungen müssen wir auf unmittelbare, persönliche Reaktion und Feedback verzichten. Die Aktion befindet sich in einem laufenden Prozess und auch Lernprozess für uns, in dem es verstärkt gilt, die Bedürfnisse unserer Zielgruppen herauszufinden und darauf möglichst gut zu reagieren. Dafür kann ich kein Best-Practice-Beispiel nennen aber eine klare Definition der Aufgabenstellung und deren Vermittlung ist beispielsweise ein wichtiger Aspekt, mit dem wir uns intensiver beschäftigt haben. Mit dem Aspekt des ständigen Weiterentwicklungs- und Lernprozesses möchte ich nun auch abschließen, das ist nämlich eine Sache, die wir als junger Freundeskreis jetzt schon aus der Corona-Zeit mitnehmen können und damit sicherlich nicht die einzigen sind. In diesem Sinne vielen Dank und ich bin gespannt auf Ihr Feedback.