



**TECHNOSEUM**

Landesmuseum  
für Technik und Arbeit  
in Mannheim

## **Digitalstrategie TECHNOSEUM 2020**

(Claudia Paul, 31. Oktober 2020)

### **Vision** *(Zur Aufnahme in Gesamtvision des Hauses)*

„Das TECHNOSEUM – Landesmuseum für Technik und Arbeit ist ein innovativer Lehr- und Lernort, der die Möglichkeiten einer Erweiterung in den digitalen Raum kompetent nutzt, aktiv gestaltet und kontinuierlich fortentwickelt.“

### **1. Prolog**

Das TECHNOSEUM hat als Museum einen klaren Auftrag, der mit den fünf zentralen Aufgaben beschrieben werden kann: Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln von technischen und sozialgeschichtlichen Originalzeugnissen aus Geschichte und Gegenwart. Digitalität hilft, diese Aufgaben zu erfüllen.

Dafür brauchen wir eine digitale Strategie. Analog zur Gesellschaft ändern sich auch die Museumslandschaft, die Prozesse, die Möglichkeiten und die Bedürfnisse und Erwartungen der Besucherinnen und Besucher. Das alles wird digitaler oder digital geprägt. Damit ändert sich die Form der Arbeit und Zusammenarbeit, die dieser Entwicklung Rechnung tragen muss.

Durch eine digitale Strategie wird ein notwendiges gemeinsames Selbstverständnis und eine grundsätzliche Zielrichtung entwickelt. Sie bietet das Gerüst, vor dessen Hintergrund geplante Maßnahmen bewertet und eingeordnet werden. Sie dient der zielgerichteten Arbeit und hilft, die Inhalte auch allen anderen zu vermitteln.

Unsere wesentlichen Zielgruppen sind Kinder und Jugendliche im Rahmen von Schulklassen, Familien oder auch allein. Daraus folgend stehen im Fokus unserer Kommunikation Eltern, Großeltern und Lehrkräfte.

### **2. Analyse Ist-Zustand**

Das TECHNOSEUM wurde im Jahr 1990 eröffnet. Thema des Hauses ist die Technikgeschichte des deutschen Südwestens und ihre sozialen Auswirkungen mit Beginn der Industrialisierung vor gut 200 Jahren. Das Museum verbindet damit zwei Erzählstränge: die Geschichte der technischen Innovationen und ihre Auswirkungen auf Arbeit und Gesellschaft. Von Anfang an hat das TECHNOSEUM Digitalität auch in seiner Arbeit mitgedacht. So wurden die Objekte der Sammlung in einer Datenbank

(Faust) erfasst (mittlerweile 90 Prozent), die Daten sind teilweise online über den Faust iServer abrufbar, ebenso die Daten des Archivs und des Medienarchivs. Im Sammlungs-Depot existiert ein Barcode-System.

Die digitale Infrastruktur des Hauses ist gut. So existiert eine stabile WLAN-Abdeckung im gesamten Haus, eingebaut wurde Netzwerkverkabelung und Glasfaser. Seit 2009 arbeitet das TECHNOSEUM mit einem elektronischen Buchungssystem, mittlerweile mit Beckerbillett. Es gibt eine direkte Verbindung zur Kasse, dort werden auch die Postleitzahlen erhoben und können ausgewertet werden. Online-Buchungen inkl. Bezahlvorgang sind bislang nicht möglich.

Besucherevaluation ist von Beginn an ein wichtiges Thema für das TECHNOSEUM, so werden die Bedürfnisse und Meinungen der unterschiedlichen Kundengruppen seit 2017 auch über digitale Fragebögen erhoben und seit 2018 die Kundenzufriedenheit über ein Besucherterminal im Eingangsbereich abgefragt.

Im Ausstellungsbereich existieren etliche digitale Anwendungen wie digitale Spiele, Roboter an interaktiven Stationen, Informationspräsentationen an Touch-Bildschirmen und Augmented Reality-Erweiterungen im Ausstellungsbereich „Mediengeschichte“. Sie folgen bislang jedoch keinem formulierten digitalen Konzept, sondern werden im Rahmen der Ausstellungsplanung von Fall zu Fall eingesetzt. Die Museumspädagogik im TECHNOSEUM nutzt digitale Geräte zur Bildung und Vermittlung und bietet seit etwa einem Jahr auch digitale Rallies an, die prozesshaft weiterentwickelt werden. Die Vermittlungsarbeit ist seit mehreren Jahren insbesondere durch Programmierworkshops und Workshops im Rahmen des Medienkompetenzpreises der Heinrich Vetter Stiftung inhaltlich auch stark digital fokussiert. Dazu gehören ebenfalls Projekte zum „Internet der Dinge“. Diese thematische Ausrichtung auf Digitalität zeigt sich auch im Veranstaltungsprogramm des Hauses, beispielsweise durch die enge Kooperation mit der SAP bei dem europaweiten Codeweek oder an Vorträgen zum Thema Industrie 4.0. In der Kommunikation nutzt das TECHNOSEUM lange schon neueste digitale Mittel, so war es eines der ersten Museen in Deutschland, das seine Website responsiv und damit gleichzeitig für die stationäre und mobile Nutzung angelegt hatte. 2019 konnte das TECHNOSEUM mit einem komplett neuen Web-Auftritt online gehen und bietet seitdem einen virtuellen 360 Grad-Rundgang durchs Haus an.

Um der Digitalität des Hauses eine strategische Richtung zu geben und künftig als ganzes Haus integriert digital zu arbeiten hat sich im Sommer 2018 eine abteilungsübergreifende Gruppe gebildet, um den Antrag für das Fördervorhaben Digitale Wege ins Museum 2 zu erarbeiten. Damit wurde die Basis geschaffen für die Formulierung einer digitalen Strategie des TECHNOSEUM, und im gesamten Haus ein Change-Prozess eingeleitet, der die Belegschaft seitdem permanent begleitet. Gestartet wurde im Februar 2019 mit einem Worldcafé zu dem alle eingeladen waren. Unterstützend begleitet wurde das Haus in dieser Phase von den KULTURKONSORTEN aus München. Rund 70 Kolleginnen und Kollegen nahmen an dem Worldcafé teil. Begleitet wurde es von Grafic Recording, das Ideen, Fragestellungen und Herausforderungen auf einzelnen Bildern illustrierte. Drei davon wurden als Postkarten produziert, mit denen die gesamte Belegschaft zur Nutzung eines Projekt-Blogs eingeladen wurde. Zudem wurde das Instrument der „Lunch-Dates“ installiert, ein lockerer Austausch über das Projekt Digitalstrategie in der Mittagspause bei Pizza und Mineralwasser.

In regelmäßigen Treffen entwickelte das Projektteam eine grundsätzliche Haltung des TECHNOSEUM zum Thema Digitalität. Sie wurde formuliert, mit Interessierten aus der Belegschaft diskutiert, ergänzt

und als Living Document kommuniziert. In vier großen Workshops wurden dann die einzelnen Säulen der formulierten Haltung diskutiert und konkrete Projekte für das Haus als Selbstverpflichtung innerhalb der Digitalstrategie entwickelt.

Im Frühjahr 2020 entstand während der Schließung des Museums in der ersten Covid-19-Welle ein neues Digitalangebot, das aus Digital-Führungen, Lern-Apps und der Bereitstellung von Lernmaterialien bestand. Zudem wurde die Eröffnung der Ausstellung zu Energie erstmals als Digitalformat und live gestreamt. In dieser Zeit wurde auch intern die technische Ausrüstung für mobiles Arbeiten und digitale Konferenzen und Treffen sehr ausgeweitet.

Die Digitalstrategie ist als Living Document angelegt, soll jährlich auf ihre Aktualität überprüft werden und als ein Raster genutzt werden, vor dessen Hintergrund künftige Digital-Ideen bewertet werden. Die Leitfragen lauten: Passt das Projekt zu unseren strategischen Zielen? Welche Priorität räumen wir ihm ein?

### **3. Selbstverständnis und Selbstverpflichtung**

#### **TECHNOSEUM – Landesmuseum für Technik und Arbeit**

Das TECHNOSEUM ist ein von seinen Besucherinnen und Besuchern wertgeschätzter außerschulischer Lehr- und Lernort. Seit 1990 ist das Haus ein engagierter und agiler Vermittler – ein Erlebnisort und Forum für die Themenbereiche Technik und Arbeit. Wir sind seit vielen Jahren im digitalen Raum aktiv und entwickeln uns kontinuierlich weiter.

Unsere Digitale Strategie dokumentiert unser Selbstverständnis und formuliert unsere Ziele im digitalen Wandel.

Uns leitet das zentrale Ziel, das TECHNOSEUM

- (1) auch digital zu einem bedeutenden Identifikationsort insbesondere für die Bürgerinnen und Bürger der Region weiter zu entwickeln und unsere nationale und internationale Anerkennung als Museum und Wissensvermittler weiter zu steigern,
- (2) und zu einem ein bundesweiten Wegweiser und Diskussionsort für Digitalisierung zu entwickeln.

Um diese Ziele zu erreichen, werden wir uns in den kommenden Jahren insbesondere den folgenden Themenfeldern widmen.

#### **eCulture**

Das Grundprinzip unseres Hauses ist es, historische Prozesse dinglich zu machen, Technik zu erklären sowie erlebbar zu machen und technikgeschichtlich, sozialgeschichtlich sowie wirtschaftsgeschichtlich einzuordnen. Im Zeitalter der Digitalisierung überträgt das TECHNOSEUM dieses Prinzip auch in den digitalen Raum. Es versteht sich als Museum mit einer idealen Kombination der Angebote aus physisch und digital.

Das TECHNOSEUM ist der Ort, an dem die Technik hinter den digitalen Anwendungen sowie die Auswirkungen dieser Technik auf den Menschen erläutert werden. Als aktives und interaktives Museum

verstehen wir unter eCulture ein Angebot an besonderen digitalen Formaten, Instrumenten und Konzepten - im reflektierten Blick auf diverse Zielgruppen.

Wir kommen durch ein schrittweises, sich der Lösung annäherndes und permanent evaluiertes Arbeiten zu passgenauen digitalen Angeboten für unsere Besucher. Wir verstehen uns als lernendes und agiles Haus, das Experimente und Evaluation als wichtige Elemente der Weiterentwicklung betrachtet. Dialogische Kommunikations- und Austauschformate im Haus führen zu Transparenz, Akzeptanz und effizientem Einsatz von Wissen. Unsere digitalen Angebote werden bestmöglich nach den Anforderungen der Inklusion realisiert. Das TECHNOSEUM betrachtet die formulierte digitale Strategie als ein sich auf Basis unserer Erfahrungen stetig fortentwickelndes Dokument.

### **Digitale Transformation und Digital Literacy**

Es ist uns wichtig, die digitale Kompetenz (Digital Literacy) der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kontinuierlich zu fördern. Dies ist die Grundlage für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung des Hauses im 21. Jahrhundert.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begegnen digitalen Entwicklungen offen und interessiert. Sie experimentieren mit neuen digitalen Formaten, Methoden, Möglichkeiten und Instrumenten. Das Museum sieht es als Aufgabe, die dafür notwendige technische Infrastruktur bereitzustellen und zu entwickeln. Es unterstützt die Belegschaft, digitales Know-how zu erwerben und sich in diesem Themenfeld weiter zu qualifizieren.

Die digitale Transformation des Hauses umfasst alle Bereiche – sowohl die externen „klassischen“ Tätigkeitsfelder eines Museums wie Ausstellungen, Museumspädagogik, Kommunikation, Sammlung als auch die internen Prozesse in der Verwaltung. Als Institution verstehen wir den digitalen Wandel ganzheitlich und als Querschnittsaufgabe.

### **Online-Sammlung und digitale Ausstellungen**

Das TECHNOSEUM stellt die Informationen seiner Sammlungs-Datenbank mit Objekten und einer Vielzahl von Dokumenten und Fotografien zu großen Teilen online zur Verfügung. Die Sammlung von rund 200.000 Objekten ist mit 10.000 Objekten öffentlich einsehbar.

Langfristig setzen wir uns zum Ziel, die Attraktivität dieses umfassenden Informationsangebots weiter auszubauen und über neue Zugangsinstrumente zu erschließen.

Das TECHNOSEUM ermöglicht digitale Besuche und kuratiert virtuelle Ausstellungen. Diese und die vergangenen Ausstellungen seit dem Jahr 2010 werden der Öffentlichkeit nicht nur über die eigenen Instrumente und Plattformen, sondern auch über Schnittstellen in andere Architekturen wie „European“, „Deutsche Digitale Bibliothek“, „Google Arts & Culture“ und „Museum Digital“ verfügbar gemacht.

Als digitaler Lehr- und Lernort streben wir Vernetzung und weitere kooperative Projekte mit externen Plattformen an.

## **Digitale Vermittlung**

Das TECHNOSEUM versteht Vermittlung als Kombination digitaler und analoger Angebote. Maßnahmen und Angebote orientieren sich dabei an der aktuellen Lebenswelt der Besucherinnen und Besucher.

Während Webseite und soziale Medien auch Vermittlung im digitalen Raum erlauben, haben wir uns zum Ziel gesetzt, in der Ausstellung besondere digitale Gruppenerlebnisse zu ermöglichen. Während die personale Vermittlung im Hause ein zentrales Instrument des Museums darstellt, eröffnet die digitale Vermittlung die Möglichkeit, die Kernkompetenzen unabhängig vom Ort zu übertragen. Diese Chancen werden wir verstärkt nutzen.

Im Netz öffnet sich das TECHNOSEUM den Möglichkeiten der Partizipation und Kollaboration. Wir verstehen unsere Besucher als Partner, die mit ihren Impulsen wertgeschätzt werden.

Für Lehrende und Lernende werden spezielle Instrumente und Angebote geschaffen. In den vergangenen Jahren hat das TECHNOSEUM mit unterschiedlichen digitalen Angeboten und Anwendungen gearbeitet, Erfahrungen gesammelt und entwickelt dieses Konzept und seine Fähigkeiten im Umfang mit diesen Vermittlungsmethoden kontinuierlich weiter.

Für die Fokuszielgruppe Lehrkräfte bedeutet das: Wir entwickeln im offenen Diskurs mit Lehrenden digitale Angebote zur einfachen Unterrichtsvor- und -nachbereitung als webbasiertes Baukastensystem (OER – Open Educational Ressourcen).

#### 4. Ziele und Maßnahmen (2020-2022)

##### Besucher

Ziel: Online zielgruppengerecht agieren

- Online-Nutzer und Nutzerinnen mit digitalen Umfragen bestimmen
- Personas entwickeln und Online-Zielgruppe(n) definieren
- Visitor Journey für einzelne Personas erstellen

Ziel: niederschwelliger Zugang für Besucherinnen und Besucher

- Shop-System für Buchungen

##### Angebote

Ziel: Passgenaue digitale Angebote umsetzen

- Interaktive Erklärfilme in die Ausstellung und online implementieren
- Museumspädagogische Web-Seminare entwickeln
- Projektbezogene Evaluation verstetigen

Ziel: Individuelles Entdecken im Ausstellungshaus ermöglichen

- App für Ausstellungshaus entwickeln und umsetzen
- Augmented Reality-Angebote ausbauen

Ziel: vernetzte Angebote aus physisch und digital etablieren

- Ausstellungseröffnungen als Präsenz und Livestreaming-Veranstaltung (Hybrid) konzipieren
- Ausgewählte Aktionstage als Präsenz- und Digitalangebot konzipieren

Ziel: Sammlung niederschwellig und attraktiv online zugänglich machen

- Kuratierte Auswahl in Faust-Datenbank auf Website integrieren
- Präsentation der Sammlung online für die intuitive Nutzung durch das Publikum erweitern

##### Personal

Ziel: Effiziente Arbeitswelten gestalten

- Neues (soziales) Intranet
- Kollaborationssoftware etablieren und nutzen
- Digitale Kommunikationstools etablieren und nutzen

Ziel: Digital Literacy erlangen

- Internes Schulungskonzept erarbeiten
- Externes Schulungs- und Konferenzangebot bündeln

##### Umfeld

Ziel: Reichweite erhöhen und Vernetzung verstärken

- Verknüpfungen zu Plattformen und Datenbanken ausbauen (Europeana, Deutsche digitale Bibliothek, Google maps, Google arts & culture, Wikimedia, Wikipedia)
- Rechtekonzept überarbeiten und verschriftlichen (CC0)