

## NEUE PR-INSTRUMENTE: INSTITUTIONELLE KULTURBLOGS

Ștefana CIORTEA-NEAMȚIU

West University of Timisoara, Romania

**Abstract:** Blogs haben als individuelle Online-Journale begonnen; sie werden jedoch heute vermehrt auch von Institutionen verwendet und sind dadurch zu institutionellen Blogs geworden, zu Instrumenten des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit. Als solche haben sie ihren ursprünglichen Charakter verloren. Welchen Content bieten sie an? Wie wird der institutionelle Blog benutzt, um Geschichten zu erzählen (Storytelling) und das öffentliche Interesse an der Institution zu steigern, Interessengemeinschaften rund um diese zu bilden und Beziehungen zwischen Menschen zu festigen? Diesen Fragen gilt es nachzugehen anhand von Beispielen von Blogs von Kulturinstitutionen, wobei der Fokus auf Museen fällt.

**Schlüsselwörter:** institutioneller Blog; Kulturinstitution; Museum; Content; Storytelling.

### 1. Einleitung

Die ersten Blogger haben sich unter einem Web-Log ein Online-Tagebuch vorgestellt, das aber – im Vergleich zum klassischen Tagebuch – nicht nur für die eigenen Augen gedacht war und nicht für die Schublade/den Nachttisch, sondern ein Publikum einband und nicht nur Text, sondern auch multimediale Elemente hinzuziehen konnte. Das Konzept wurde etwas später von Firmen, Institutionen und Organisationen aufgegriffen und hat sich als erfolgreich erwiesen, was die Sichtbarkeit und den Verkauf betrifft.

Institutionelle Blogs sind gleichzeitig eine Plattform und ein PR-Instrument. Die verschiedensten Arten von Firmen und Institutionen setzen Blogs ein, um sich bekannt zu machen und/oder mit dem Publikum in Kontakt zu treten/im Kontakt zu bleiben. Kulturinstitutionen sind keine Ausnahme.

Die vorliegende Arbeit soll zeigen, welchen Content institutionelle Kulturblogs anbieten. Bei der Recherche nach Blogs von Kulturinstitutionen fällt auf, dass Museen öfter Blogs verwenden als andere Kulturinstitutionen. Deshalb soll auch der Sache nachgespürt werden, warum gerade Museen Interesse dafür bekunden.

### 2. Blogs als PR-Mittel für äußeres Publikum

Eine klassische Definition der Public Relations besagt, dass diese „das Management der Kommunikation von Organisationen mit ihren Zielgruppen“ darstellen (Grunig, Hunt 1984, 12). Dabei bezieht man sich sowohl auf die internen als auch auf die externen Teilzielgruppen. Die externe Kommunikation ist viel breiter gefächert als die interne, die nur auf die Mitarbeiter oder Mitglieder der Institution zielt. Bei der externen Kommunikation muss der PR-Spezialist so verschiedene Teilpublika ins Visier nehmen wie aktuelle oder potenzielle Kunden, Vertreter der Medien, die Gemeinschaft, in der die

Institution eingebettet ist, diverse Interessengruppen, aber auch die allgemeine Öffentlichkeit.

Diese Kommunikation wird mit Hilfe mehrerer Instrumente verwirklicht, von den klassischen ausgehend wie die Pressemitteilung bis hin zu den neueren, zu denen man auch die Blogs zählt ebenso wie YouTube-Kanäle oder ein Instagram-Konto. Vor allem diese im Online entwickelten Instrumente haben auch eine neue Perspektive auf die Kommunikation entwickelt: Allgemein wird heute in der Kommunikation, egal ob man damit Journalismus oder PR meint, die Position des Empfängers als eine dem Sender ebenbürtige (oder fast ebenbürtige) angesehen. Der Empfänger wird nicht mehr mit Informationen „gefüttert“, sondern es wird ihm das Mitspracherecht anerkannt, der Dialog wird gefördert, ja, manchmal auch die Zusammenarbeit. Von dem Sofa-Publikum, das lediglich „konsumierte“, kommt man so zu einer Gemeinschaft, zu der das Publikum gehört, der Einzelne kann durch Kommentare, Bewertungen, aber durchaus auch durch Inhalte zur Gestaltung des Online-Contents und der Online-Präsenz einer Institution beitragen, was durchaus auch die Glaubwürdigkeit steigert.

### **2.1. Blogs als Teil des Social Webs und ihre Funktionen**

Blogs sind Plattformen im Social Web und das Social Web ist ein Teilbereich des Web 2.0. In den Worten von Anja Ebersbach, Markus Glaser und Richard Heigl besteht das „Social Web“ aus

„(im Sinne des WWW) webbasierten Anwendungen, die für Menschen, den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie den Daten, die dabei entstehen und den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen.“ (2016, 32)

Zu erkennen sind einige Schlüsselwörter wie „Informationsaustausch“ und „Beziehungsaufbau“, „Kommunikation“ und „kollaborative Zusammenarbeit“, was eben den Empfänger aus seiner Passivität herausholt. Und damit wären auch die zwei wichtigsten Funktionen der Blogs auf den Punkt gebracht: einerseits als „Werkzeug des Informationsmanagements“ und andererseits zur Stärkung sozialer Beziehungen (Ebersbach et al. 2016, 71).

### **2.2. Institutionelle Kulturblogs**

Mit der Bezeichnung „institutionelle Kulturblogs“ beabsichtigt die Autorin einerseits Blogs zu erfassen, die vom Inhalt her auf kulturelle Themen abgeschnitten sind, andererseits einen Hinweis auf den Betreiber, in diesem Falle eine Institution, geben. Als institutionelle Blogs sind sie damit den sogenannten Corporate Blogs ähnlich:

„Corporate Blogs dienen dabei in erster Linie dem Marketing und der PR nach innen und außen. Sie können aber auch für ein kollektives Newspublishing verwendet werden und somit die Kommunikation der Mitarbeiter untereinander oder mit den Kunden erweitern. Ähnlich einem Wiki bedürfen Blogs als wirkliche Medien »von unten« einer entsprechenden Firmenkultur. Mit der entsprechenden Unterstützung der Unternehmensleitung können sie diese aber auch fördern.“ (*Idem*, 64)

Die hier für Corporate Blogs hervorgehobenen Funktionen im Marketing und PR, der Kommunikation nach innen und außen sowie dem gemeinsamen Veröffentlichen, dem

Austausch dienend sind für institutionelle Blogs allgemein charakteristisch, also nicht nur für Unternehmensblogs mit wirtschaftlichem Charakter.

Hervorheben sollte man auch, was in der obigen Definition als „Firmenkultur“ genannt wurde. Blogs werden nur von den Institutionen als PR-Instrument eingesetzt, bei denen es sich die PR-Leute oder das Management Rechenschaft über den Nutzen und die Wirksamkeit eines Blogs geben oder die bereits etablierte „Firmenkultur“ in diese Richtung läuft.

Wie schon erwähnt, hat die Suche nach institutionellen Kulturblogs die meisten Ergebnisse im Bereich der Museen gebracht. Schlecht haben dabei die Museen in Temeswar abgeschnitten, obzwar die Suche damit angefangen hat, denn kein einziges (und es wurden die großen staatlichen Einrichtungen wie das Nationale Museum des Banats, das Nationale Kunstmuseum Temeswar, das Dorfmuseum, die Gedenkstätte der Revolution/Memorialul Revoluției bis hin zu den kleinen Privatinitiativen wie das Museum des kommunistischen Konsumenten überprüft) hatte zum Zeitpunkt des Erfassens der Daten (Februar-März 2023 und damit im Kulturhauptstadtjahr) einen Blog. Dafür aber sind zahlreiche Beispiele großer und kleiner musealer Einrichtungen mit einem eigenen Blog erfasst und analysiert worden.

Der Blogger ist ein „Selbsterzähler“ (Porombka 2012, 95), aber wie und was erzählt eine Kulturinstitution (ein Museum) über sich? Susanne Diehm und Lisa Sintermann nennen das Storytelling „Plotten wie im Märchen“, eine Strategie, die auf den erwachsenen Leser von heute wie auf das Kind von gestern wirkt: „Viele Menschen haben heute ein Bedürfnis nach «echten» Geschichten und Gefühlen, weil sie wissen, dass im weltweiten Kommunikationsverkehr viel Wind um nichts gemacht und die Wahrheit nicht selten zurechtgebogen wird. Genau da kommt Storytelling ins Spiel.“ (2016, 83)

### 3. Blogs von Museen

Die Definitionen von Museen haben von Epoche zu Epoche und von einem Ort zum anderen wie auch von einer Enzyklopädie zur anderen variiert. Eine einheitliche Definition gibt der International Council of Museums ICOM/UNESCO seit 1946. Über die jüngste Definition des Museums haben die ICOM-Mitglieder 2022 in Prag abgestimmt. Sie lautet:

„Ein Museum ist eine gemeinnützige, dauerhafte Einrichtung im Dienste der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Offen für die Öffentlichkeit, zugänglich und integrativ, fördern Museen Vielfalt und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und unter Beteiligung von Gemeinschaften und bieten vielfältige Erfahrungen für Bildung, Vergnügen, Reflexion und Wissensaustausch.“ (ICOM 2022)

Dem Museumsbesucher ist von allen Tätigkeiten der Museen vorwiegend die der Ausstellung präsent. Erforschung, Sammlung, Bewahrung und Interpretation stecken hinter der Ausstellung, stellen die obligatorischen ersten Schritte dar, die aber weniger im Rampenlicht stehen.

Durchforstet man die ICOM-Webseite, so wird klar, dass allgemein das Interesse der Museen für die Onlinepräsenz in den letzten Jahren gestiegen ist. Sicherlich ist dies pandemiebedingt geschehen, aber nicht die Pandemie allein hat dazu beigetragen, dass man nach Lösungen im Online sucht, was auch zur Herausarbeitung von Standards und

Methoden für virtuelle Museen führen soll: Es gilt vor allem auf die „Unmöglichkeit des Zugangs zu einem Museum während einer langfristigen Schließung und auf die Einschränkungen des Besuchs für Einzelpersonen und Gruppen (z. B. während einer Pandemie)“ zu reagieren, aber ebenso

„auf das allgemeine Problem des Zugangs zum Museum für bestimmte Bevölkerungsgruppen: Publikum mit besonderen Bedürfnissen (Personen mit eingeschränkter Mobilität, Menschen mit Behinderungen usw.), Personen, die ihrer Freiheit beraubt sind, Schulen, die weit von den Museumsstrukturen entfernt sind oder nur über geringe Mittel verfügen, ältere Menschen in Wohnheimen usw. In diesem Sinne können Museen ihr kulturelles Engagement für alle bekräftigen, ohne Barrieren oder Diskriminierung.“

So kommen dadurch neue Funktionen für das Museum hinzu: das Museum kann „seine Rolle in Bezug auf die Gesellschaft und den sozialen [...] Zusammenhalt erweitern, Alternativen zum Besuch der Stätte während langer Schließungen oder Besuchsbeschränkungen anbieten“, aber auch „«maßgeschneiderte» Besuche für bestimmte Zielgruppen“ schaffen und die „Professionalisierung der Beschäftigung im Museumsbereich [...] erhöhen“ (ICOM 2023). Sicher, diese Ideen sind für die virtuellen Museen konzipiert, Blogs bilden keine virtuellen Museen, einige der hier erwähnten Ideen lassen sich auf die Blogs übertragen, die – diese Hypothese wollen wir aufstellen und auf Grund der Inhaltsanalyse überprüfen – eine augmentierte Realität für die Ausstellung darstellen.

### **3.1. Zehn Museen und ihre Blogs: Content, Stimmen und Aktualisierung**

Im Weiteren sollen zehn Blogs von Museen analysiert werden, wobei diese ein eklektisches Bild darbieten: Kunstmuseen wie auch Stadtmuseen, ethnologische wie auch Naturkundemuseen sind vertreten, kleine und große Namen sind dabei, auch von dem Ort her gibt es Unterschiede, es sind Museen aus den USA, Großbritannien, Deutschland, Österreich und Rumänien dabei.

#### **3.1.1. Das Smithsonian Institute**

Das Smithsonian Institute verfügt über 24 Blogs, für einzelne Einrichtungen, wobei nicht nur die Museen in der Blogosphäre vertreten sind, sondern auch die Bibliothek, die Gärten, Zeitschriften oder aber die Angestellten, die Experten des Instituts. Für das Exemplifizieren wurde der Blog des Nationalen Naturhistorischen Museums ausgesucht. Allgemein sieht das Institut seine eigene Mission als komplexe Bildungseinrichtung, worauf schon die Domäne (.edu) hinweist. Der Inhalt bietet einen ungewöhnlichen, neuen, aktuellen Blickwinkel. So macht der Eintrag „Peer Through the Glare to Glimpse the Night Sky in New Smithsonian Exhibition“ von Jack Tamisiea (23.03.2023) zur Ausstellung „Lights Out“ die Auswirkungen des elektrischen Lichts auf das Nachtleben verschiedener Tierarten bekannt und gehört dadurch zu einer Reihe von Einträgen, die das Umweltbewusstsein und – höchst aktuell und modern – den bewussten Konsumverzicht stärken. Es sind hier Einträge zu finden, die ein gewisses Exponat ins Rampenlicht rücken („In 1904 Theodore Roosevelt Won a Presidential Election and... a Pair of Ostriches“ von Jack Tamisiea 20.02.2023) oder ganze Kollektionen (wie zum Beispiel die Walknochenkollektion in „Five Facts About the Smithsonian’s Sprawling Whale Collection That Will Blow Your Mind“ von Emma Saaty 17.02.2023), wobei manchmal das auf Blogs beliebte Top-Facts-Format aufgegriffen wird und der Content

an ein bestimmtes Datum oder eine bestimmte Feier gebunden wird (z.B. President's Day, Tag des Wals). Andere Contents hingegen bieten ein Insight in Aspekte der Aktivitäten des Museums, auf die das Publikum sonst keinen Einblick bekommen würde: das Kennenlernen der Menschen, die hier arbeiten, einen Archäologen („Meet the Smithsonian Scientist Studying the Mysterious Mongolian Deer Stones“ von Emma Saaty 09.03.2023) oder einen Vulkanologen („Meet the Smithsonian Scientist Venturing to Volcanoes to Understand the Origins of Earth's Surface“ von Jack Tamisiea 28.02.2023)

Die meisten Einträge sind von der Form her Reportagen, Features und Porträts oder Interviews. Sie sind somit informativ, aber gleichzeitig anregend, weil sie die Information in eine Geschichte einpacken. Erstens kann man sich auf die Informationen verlassen, zweitens sind hier Aspekte beleuchtet, die komplementär zu dem Museumsbesuch sind. Sie können zum Museumsbesuch anregen. Sie können Dinge oder Menschen ins Spotlight bringen, die vielleicht nicht oder nicht so wahrgenommen werden. Die Inhalte werden von Mitarbeitern des „Smithsonian Magazine“ geschrieben, Spezialisten für Wissenschaftskommunikation, aber auch von Praktikanten. Pro Monat sind es zwischen vier und sieben neue Posts, was somit auf ein Hoch von zwei Posts pro Woche schließen lässt.

### 3.1.2. British Museum

Das „British Museum“ ist eines der großen Museen der Welt, das sich off- und online als besonders kreativ, „out of the box“ zeigt, wenn es um das Vorschlagen von Content geht, welches das Museum noch mehr ins Rampenlicht rückt. So hat etwa der Kunsthistoriker und einstige Direktor des British Museums Neil Mac Gregor *Eine Geschichte der Menschheit in 100 Objekten* geschrieben, ausgehend von 100 Exponaten des Museums.

Auch im Online präsentiert sich das British Museum als kreative Institution. Der Blog enthält Einträge zu historischen Themen wie etwa „An introduction to 19th-century China“ von Jessica Harrison-Hall. Die Autorin ist die Leiterin der China-Abteilung, Kuratorin der Sir Percival David Collection, chinesische dekorative Kunst und Keramik im British Museum, somit eine Spezialistin auf ihrem Gebiet. Der Text gibt einen Überblick in Text und Bild zu dem Thema und ist am 28.02.2023 erschienen, sozusagen als äußerst informativen Appetizer auf (aber zugleich auch Werbung für) eine Ausstellung, die erst am 18. Mai eröffnet wird: „The Citi exhibition, China's hidden century“, worauf auch Links erscheinen, um sich rechtzeitig Tickets zu kaufen oder das Buch zur Ausstellung vorzubestellen. Andere Einträge (etwa „Preserving papyrus: caring for 4000-year-old documents“ von Helen Sharp 27.01.2023) bieten ähnlich wie im Falle des schon analysierten Blogs einen Einblick in Aktivitäten, die dem Auge des Besuchers verschleiert bleiben. Auch hier ist der Blog-Eintrag nicht von einem Kommunikationsspezialisten, sondern von einer Fachfrau geschrieben: Die Autorin ist selbst Konservatorin. Somit wird der Einblick ähnlich wie in der oben erwähnten Geschichte Chinas von einer Spezialistin in dem Bereich gewährt, Fachleute werden zu Kommunikatoren.

Die Inhalte sind aber variiert, so sind auch Spiele mit eingebunden, um Interaktivität zu schaffen und die Rezipienten so zum Agieren zu motivieren: Schon mit der rhetorischen Frage im Titel des Eintrags „Can you crack the code?“ werden die jungen Leser- angesprochen, um Hieroglyphen zu entziffern. Das Spiel hat Links zu einer

gegenwärtigen Ausstellung („Hieroglyphs: Unlocking Ancient Egypt“) sowie zu einem Kinderlesebuch („The Curse of the Tomb Robbers: an Ancient Egypt Puzzle Mystery“), das im Museumsshop zu erstehen ist und das denselben Autor hat, Andy Seed, wie auch das Code-Cracking-Spiel auf dem Blog. Das ist ein Beispiel für das, was man „Transmedia Storytelling“ nennt.

Auch in anderen Einträgen kann man die Kunst des Transmedia Storytellings bewundern, so wird in dem Eintrag vom 16. März 2021 „The Queen’s Gambit: how the Lewis Chessmen won the world over“ (ohne Autor) der Fokus auf ein Exponat mit Hilfe des damals sehr populären Serienfilms „The Queen’s Gambit“ auf einer Streaming-Plattform gemacht. Das alte Schachspiel, das auf der Isle of Lewis in Schottland gefunden wurde und wohl aus dem 12. Jahrhundert stammen, ist schon in einer Harry-Potter-Episode erschienen und ist somit „hollywoodreif“ und trendy auch in einem Manga. Indem Exponate aus dem Mittelalter an die aktuelle Populärkultur gebunden werden, wird auch ein junges Publikum angesprochen. Auch hier sind Links, die zum Shop führen, wo Bücher zum Exponat sowie Repliken verkauft werden. Geschickt werden gleichzeitig Informationen in Geschichten verpackt, Museumsbesuche angeregt und zum Verkauf angebotene Objekte präsentiert. Die Möglichkeiten eines virtuellen Museums werden im Falle des Lewis Chessmen ausgeschlachtet: Wer Interesse bekundet, kann sich die Exponate im Google Street View oder im Sketchfab in 3D ansehen.

Auf diesem Blog sind weniger Einträge pro Monat als im Falle des Nationalen Naturhistorischen Museums, das zum Smithsonian Institute in Washington gehört. Ein Maximum an fünf Posts hatte das British Museum auf seinem Blog im Dezember 2022. In anderen Monaten sind es zwei bis drei Einträge.

### 3.1.3. Deutsches Museum

Der Blog des Deutschen Museums München antwortet selbst auf die Frage Warum? Warum sollte ein Blog zu einem Museum geführt werden? Unter dem Link „Über diesen Blog“ steht sich das Credo des Teams: Das Museum ist ein Ort, in dem vieles und viel Neues passiert. Es ist attraktiv, modern und weltberühmt. Und: „Unser vielschichtiges Vermittlungsangebot bewegt sich über die Museumsmauern hinaus ins Digitale“. Die „600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ sowie die „wahren Stars: rund 100.000 Exponate“ können genug attraktive und wertvolle Geschichten erzählen: „Kurz: Im Deutschen Museum stecken unerschöpflich viele Geschichten. Diese Geschichten und Hintergründe, unser Wissen und Neuigkeiten teilen wir auf dem Blog des Deutschen Museums.“ (Blog des Deutschen Museums 2023).

Der Fokus liegt bei vielen Einträgen auf bestimmte Objekte oder Räumlichkeiten im Museum. So zeigt „Albert Einstein und der Autopilot“ von Jobst Broelmann, in zwei Teilen (am 03.02.2023 sowie am 10.02.2023), „was der berühmte Physiker, ein junger Erfinder und das Deutsche Museum miteinander zu tun haben“ (Blog des Deutschen Museums 2023). Das Museumsangebot wird an die Tagesaktualität gebunden, auch wenn es wiederkehrende Ereignisse oder Feiern sind, die nicht unbedingt zu einer Steigerung der Museumsbesuche beitragen, wird daran erinnert, dass es trotzdem eine Bindung gibt zu diesen und es werden Besuche angeregt, so etwa in dem Beitrag „Chemische Weihnachten“ von Susanne Rehn-Taube (23.12.2023), wobei die Erwähnung von Zimtroma und Orangenduft mit den chemischen Formeln des Zimtaldehyds oder die süßen Weihnachtsplätzchen mit der Strukturformel der Saccharose unter einen Hut

gebracht werden. Nicht zuletzt ist es der ungewöhnliche Blickwinkel, unter dem sich das Museum präsentiert, um inklusiver zu sein, so etwa in dem Eintrag „Wie ein blinder Mensch das Museum «sieht»“ von Louisa Knörrich (23.03.2023).

Das Deutsche Museum setzt im Blog auf Fachleute unter seinen Mitarbeitern, ab und zu auch auf Praktikanten. Es sind maximal vier Einträge pro Monat, gewöhnlich zwei bis drei.

#### **3.1.4. Historisches Museum Frankfurt**

Der Blog des Historischen Museums Frankfurt schlägt Rubriken vor, die von den Hauptaktivitäten des Museums ausgehen: So erscheinen diese unter den Schlagwörtern „Eröffnen“, „Neudenken + entwerfen“, „Abreißen + bauen“, „Ausstellen“ sowie „Sammeln + pflegen“. Nicht nur Mitarbeiter posten hier, sondern oft sind Mitwirkende, die bloggen. Es geht dabei um Projekte oder Ausstellungen des Museums, um die persönliche Erfahrung damit. So in dem Eintrag „Demokratie aushandeln“ von Mariama Koller vom 16.02.2023. Es geht um die Erfahrungen aus dem „Stadtlabor“, zu dem Workshops und kuratorische Beratungen gehörten, bei denen sich sogenannte StadtlaborantInnen, BürgerInnen also, die sich für die Demokratie in der Stadt (Zusammenleben in der Zukunft etwa) auseinandergesetzt haben. Ebenfalls eine persönliche Perspektive bringen die Schülerinnen Lene und Elena der 9. Klasse, die „Ein Praktikum im HMF: Lehrreich und schön!“ (03.03.2023) absolviert haben und darüber berichten. Da werden Fragen wie „Was hat uns überrascht?“ oder „Was fanden wir spannend?“ beantwortet und so eine bestimmte Zielgruppe angepeilt. Im Falle der Stadtlabor Ausstellung „Stadt-Blicke. Eine subjektive Frankfurt-Kartographie“ ist der Blogbeitrag „Vorhang auf für die Karte und Zeichnung als Bühne“ von der freien Kuratorin Katharina Böttger unterschrieben (16.03.2023). Darin werden zwei Stadtlaborantinnen (und Künstlerinnen) und deren Arbeit vorgestellt.

Es bloggen „KuratorInnen, RestauratorInnen, wissenschaftliche VolontärInnen, BundesfreiwilligendienstlerInnen, FSJlerInnen, ehemalige, ehrenamtliche und frei MitarbeiterInnen“, wie das auf dem Blog verkündigt wird und jede(r) Einzelne wird kurz vorgestellt. Der Blog wird mit zwei bis drei Einträgen pro Monat erneuert, rühmt sich allerdings schon früh angefangen zu haben: im Jahr 2010. In der eigenen Präsentation geht es darum, was dem Team wichtig ist: dem Publikum „regelmäßig Einblicke in unsere Tätigkeiten, Planungen und Beobachtungen“ und somit „den Blick hinter die Kulissen“ zu gewähren und zu Diskussionen einzuladen. Hier geht es erneut um das moderne Mündigmachen des Publikums, das in einer alten Begriffsdeutung des Museums sich an der Hand führen ließ.

#### **3.1.5. Die Pinakotheken**

Der Blog der Pinakotheken (die Alte und die Neue Pinakothek München) enttäuscht dadurch, dass die Posts im Oktober abgebrochen sind. Der letzte Eintrag ist 26.10.2022 datiert und informiert auf Deutsch und Englisch unter dem Titel „Entdeckungsfreude“ über den „digitalen Besuchsassistenten“: Dieses Erkundungsinstrument soll eine Schnittstelle für die Online-Sammlung aller Bayerischen Staatsgemäldesammlungen sein. „Durch thematisch kuratierte und von Nutzer:innen erstellten Rundgängen und stichwortbasierten Entdeckungstools soll die Relevanz der Werke für unser heutiges Leben erkundet werden.“ (Die Pinakotheken 2022) Während die Pinakotheken somit als virtuelle Museen punkten und auch auf Kanälen wie Instagram aktiv sind, lässt der

Internet-Auftritt auf dem Blog zu wünschen übrig. Ein Blog muss „genährt“ werden, die Regelmäßigkeit des Postens ist eine bedeutende Komponente und im Internet-Zeitalter gelten Einträge schnell als überholt. Dem PR-Team ist es allerdings überlassen, welche Kanäle es aussucht, wie man das Mix gestaltet, was sich in welchem Falle als nützlich und sinnvoll erweist.

Inhaltlich sind die Blogeinträge, die bis zum genannten Zeitpunkt gepostet wurden, als eine Ergänzung und Erweiterung der Information aus und im Museum zu sehen und auch als ein Spiegel der Aktivitäten der Museumsmitarbeiter. So der Eintrag vom 31.03.2022, „Auf Spurensuche nach Jacobus Vrel...“ mit und von Dr. Bernd Ebert, dem Abteilungsleiter Holländische und Deutsche Barockmalerei. Der Text ist als Fragment und als Anreger auf die erste Monografie „Wer war Jacobus Vrel? Auf den Spuren eines rätselhaften Malers“. Der Eintrag hebt sich von den Einträgen auf anderen Blogs durch eine noch größere Anzahl von Fotos hervor sowie durch die sehr zum Blog gut passende Einteilung des Textes in kurze Abschnitte, die durch Zwischentitel voneinander getrennt sind. Zu bemerken ist hier auch das erzählende Ich, das ebenfalls ein Markenzeichen des Bloggens ist.

Ein weiterer Post (»Diskussion um Raum Panoptikum«/ Mix & Match“ vom 12. 10.2022) bringt die Stellungnahme der Leitung des Museums (als Frage-Antwort-Spiel) zu der Aufnahme eines Werkes des NS-Künstlers Adolf Ziegler in die Ausstellung „Mix & Match“. Der Künstler Georg Baselitz hatte in einem Schreiben an das Ministerium wie auch an die Leitung der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen die Entfernung des Werkes aus der Ausstellung verlangt. Es sei dahingestellt, ob die Antwort auf eine wichtige Frage in dem doch lockeren Umfeld eines Blogs gegeben werden sollte. Der Beitrag ist nicht unterzeichnet.

Mehrere Beiträge sind unter dem Rubrikittel „#pinabehind“ erschienen, wobei dem Leserpublikum ein Einblick hinter den Kulissen der Museen gegeben wurde, also was in den Räumen passiert, „wenn sie nicht für Besucherinnen und Besucher zugänglich sind“ (Blog Die Pinakotheken 2021).

Auf diesen Blog wurde auch bis zu seinem Abbrechen im Oktober 2022 nur sporadisch Content gepostet: 2022 sind es insgesamt vier Beiträge, einer im Januar, einer im März und zwei im Oktober.

### **3.1.6. Naturhistorisches Museum Wien**

Der Blog ist nicht dem Museum als Ganzes, sondern der Ausstellung „Brasilien – 200 Jahre Beziehungsgeschichten“ gewidmet, die bis zum 3. September gezeigt wird. Der erste Eintrag „Eine Ausstellung entsteht“ ist vom 25. Mai 2022 und zeigt die Arbeiten der Sonderausstellung, die anschließend am 8. Juni eröffnet wurde. Insgesamt sind seitdem 18 Beiträge dort erschienen. Diese zeugen von dem Werdegang der Ausstellung, von bestimmten Exponaten, die ins Blickfeld des Schon-Besuchers oder des potenziellen Besuchers gerückt wird, von der Beziehung zwischen Österreich und Brasilien und selbstverständlich von Brasilien selber, das unter die Lupe des Naturforschers genommen wird.

Bei den Autoren handelt es sich um Fachleute, jeweils um die Person, die das Thema am besten kennt: So ist der Beitrag „Von Rio de Janeiro bis in die Tiefen des Amazonas-Regenwaldes – Die Darstellung Brasiliens im dekorativen Programm des NHM Wien. Blicke auf Brasilien – Teil II“ vom 15.03.2023 von Dr. Stefanie Jovanovic-Kruspel unterzeichnet, die Wissenschaftlerin ist. Die Themen werden schön variiert,



damit keine Langeweile aufkommt. So war der Eintrag davor (am 02.02.2023 erschienen) zu dem Thema „Vademecum - Lebensregeln von Leopoldine von Österreich / geschrieben 1817 in Wien, gelebt 1817 bis 1826 in Rio de Janeiro“ von Prof. Gloria Kaiser, der Autorin eines Romans über Leopoldine, geschrieben. Somit ist nicht nur die Themenvielfalt, sondern auch eine Vielfalt an Schreibstilen gewährleistet. Es ist unter den analysierten Beispielen das einzige Blog mit so vielen Einträgen, das einer einzigen Ausstellung gewidmet ist.

### **3.1.7. ASTRA Museum**

Der Blog des ASTRA-Museums in Hermannstadt/Sibiu wird oft erneuert: Im März wurden vier Posts hier eingetragen: Der Blog wird wie ein „schwarzes Brett“ gehandhabt, alle Informationen von Interesse werden hier gepostet: Änderungen der Öffnungszeiten im Winter, Schließung wegen Unwetter, freier Eintritt für Frauen am 8. März, dem Weltfrauentag, Events, Projekte, Workshops, Frühjahrsaktivitäten und andere Zusatzangebote innerhalb des Museums (Kochateliers, Birdwatching u.a.). Auch mit der Anzahl der Abrufungen wird offen umgegangen, jeder kann lesen, wie oft ein Eintrag abgerufen wurde, wobei der Eintrag vom 21.03. von allen bisher in diesem Jahr erschienen Posts am öftesten gesichtet wurde: „Samstag mit Kochateliers und Samenverkauf im ASTRA-Museum“. Die Einträge sind kurz, informativ, im Nachrichtenstil und nicht unterschrieben.

### **3.1.8. Das Museum des rumänischen Landwirts**

„Muzeul Țăranului Român“ in Bukarest hat zwischen 2011 und 2012 einen von Freiwilligen erschaffenen Blog gehabt. Der letzte Eintrag ist vom Juni 2012. Die Einträge sind literarisch, spielerisch (eine Information zu einem Event wird auf diese Weise an die Leser gebracht), manchmal auch in Gedichtform. Vor allem ist die Reihe „Martor Mic“ („Kleiner Zeuge“) als eine gute Initiative hervorzuheben, denn unter diesem Titel werden Texte und Zeichnungen von Kindern veröffentlicht, die das Museum besichtigt haben. Die Initiative ist gut, denn nicht immer wird den Jüngsten diese Möglichkeit angeboten. Immer wenn das Publikum selbst eingebunden wird, es über seine eigenen Erfahrungen in einem Museum aussagt, gewinnt der Content an Glaubwürdigkeit.

### **3.1.9. Das Stadtmuseum Bukarest**

Das Museum des Munizipiums Bukarest verfügt über einen Blog mit reichem, vielfältigem Inhalt, der von Architektur (etwa „Die gegenwärtige Stadt/Bukarest aus dem Fenster, durch das Fenster...“ von Mădălina Manolache) und Geschichte („Die Geschichte Bukarests geschrieben von den Einwohnern der Stadt/Interview mit Alexandru Palas“ – von Simona Popescu) bis hin zu Urban Branding („Das Museum, ein Hauptakteur im Urban Branding“ von Simona Popescu) reicht. Der Übertitel lautet „București în 5 minute“ („Bukarest in fünf Minuten“): Die Texte sind viel länger als im Falle der anderen zwei Blogs rumänischer Museen und kommen Essays oder Features nahe, auch einige Interviews sind dabei. Die Autoren sind Museumsmitarbeiter, Fachleute. Es ist ungewöhnlich, dass bei den Einträgen keine Zeitangaben vom Datum des Postens gemacht werden, allerdings ist aus dem Inhalt der jüngsten Posts zu schließen, dass es sich um Texte aus diesem Jahr handelt.

### 3.1.10. Museum der Holzkunst Câmpulung Moldovenesc

Der Blog des Museums der Holzkunst in Câmpulung Moldovenesc ist eine freudige Überraschung, denn es handelt sich dabei um ein kleines Museum in einer Kleinstadt. Das Museum jedoch hat einen aktiven Blog, mit drei Einträgen pro Monat. Die Einträge werden sehr kurz gefasst, von zwei Zeilen aufwärts. Es handelt sich um Informationen wie der freie Eintritt für Paare am Valentinstag, um den 152. Geburtstag des Gründers des Museums, Prof. Ion Ștefureac, um Programmänderungen, Werkstätten, Improtheater oder andere Zusatzangebote.

## 4. Fazit

Aus der obigen Inhaltsanalyse der Blogs von zehn Museen lassen sich, trotz der Unterschiede, die auch sehr groß sein können, einige gemeinsame Merkmale herausarbeiten, die den Content von Museumsblogs charakterisieren: Die Blogs dienen der Information über das aktuelle Geschehen in den betreffenden Museen, dabei wird nicht nur die Aktivität in den Sälen und allgemein in den Räumlichkeiten, die dem Publikum zugänglich sind, berücksichtigt, sondern ein besonderer Schwerpunkt wird auf die Tätigkeiten gelegt, die dem Auge des Publikums verwehrt sind. Was in den Kulissen des Museums geschieht, wird ins rechte Licht gerückt, weil auf diese Arbeit schließlich das fußt, was in den Ausstellungen letztendlich gezeigt wird. Damit gewinnt das Publikum einen Einblick in eine viel größere Institution, als es vor Augen hatte, da sich ein Großteil der Aktivität eben nicht in den Ausstellungssälen abspielt. Schließlich ist es so:

„Die öffentliche Wahrnehmung des Museums wird insbesondere durch seine publikumswirksamen Ausstellungen und Veranstaltungen bestimmt. Dies sind jedoch nicht die alleinigen Kennzeichen der professionellen Museumsarbeit. Ein erheblicher Teil der originären Aufgaben der Museen bleibt der Öffentlichkeit in der Regel verborgen: das Sammeln, Bewahren und Forschen. Die Ergebnisse der Arbeit in diesen Bereichen sind jedoch die Grundlage für das Ausstellen und Vermitteln – und damit für das öffentliche Erleben der Museumssammlungen.“ (2017)

Des Weiteren kann man im Blog Akzente zu bestimmten Exponaten oder Ausstellungen setzen. Man kann mehr darauf eingehen und man kann Geschichten erzählen. Es ist jedes Mal dem Content Creator überlassen, wieviel Information und wieviel Narration der Text enthält. Bei besonders kreativen Inhalten wurden Elemente des Transmedia Storytellings gefunden.

Als Autor oder Content Creator werden Mitarbeiter, Fachleute, Kommunikatoren oder aber Leute aus dem Publikum herangezogen. Wenn es vorwiegend Fachleute sind, dann geht es der Institution vor allem darum, dass eine gewisse Qualität eingehalten wird. Das Heranziehen von Autoren aus dem Publikum des Museums zeugt vielleicht von einem gelasseneren Umgang mit dem Blog, gibt jedoch die Möglichkeit, das Publikum noch stärker an die Institution zu binden.

Warum aber diese Bereitschaft der Museen, Blogs zu halten? Die eingangs formulierte Hypothese wurde bewiesen: Blogs dienen in den meisten Fällen einer zusätzlichen Information, die nur beim Besuch der Ausstellung nicht möglich ist; der Blog-Eintrag wird in diesem Fall zu einer augmentierten Realität der Ausstellung, zu einer Geschichte, die vor Ort so vielleicht nicht erzählt werden kann und die dazu

verleiten soll, länger im Museum oder in Verbindung mit dem Museum (auf dem Blog) zu weilen.

## Literatur

1. Deutsches Museum. Blog. 2023. <https://blog.deutsches-museum.de/> (abgerufen März 2023).
2. Die Pinakotheken. Blog. 2022. <https://www.pinakothek.de/blog> (abgerufen März 2023).
3. Deutscher Museumsbund. 06.03.2017. „Museumsaufgaben“. <https://www.museumsbund.de/museumsaufgaben/> (abgerufen März 2023).
4. Historisches Museum Frankfurt. Blog. 2023. <https://blog.historisches-museum-frankfurt.de/> (abgerufen März 2023)
5. Ebersbach, A., M. Glaser und R. Heigl. 2016. *Social Web*. 3. Aufl. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
6. Grunig, J. E. und T. Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston Verlag.
7. ICOM, 24.08.2022. „Museum Definition“. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (abgerufen März 2023)
8. ICOM, 14.01.2023. „Virtual museum mediation: a necessary adaptation of methods“. <https://ceca.mini.icom.museum/virtual-museum-mediation-a-necessary-adaptation-of-methods/#> (abgerufen März 2023). <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (abgerufen März 2023).
9. Muzeul Arta Lemnului Blog. 2021. <https://muzeulartalemnului.ro/blog> (abgerufen März 2023)
10. Muzeul ASTRA Blog. 2023. <https://muzeulastra.ro/blog/> (abgerufen März 2023).
11. Muzeul Municipiului București: Blog. 2018. <https://muzeulbucurestiului.ro/blog.html> (abgerufen März 2023).
12. Muzeul Țăranului Român Blog. 2011. <http://muzeultaranuluiroman.blogspot.com/> (abgerufen März 2023)
13. Naturhistorisches Museum Wien: Brasilien – 200 Jahre Beziehungsgeschichten Der Blog zur Ausstellung. 2023. <https://www.nhm-wien.ac.at/brasilien/blog> (abgerufen März 2023)
14. Porombka, St. 2012. *Schreiben unter Strom. Experimentieren mit Twitter, Blogs, Facebook & Co*. Mannheim und Zürich: Dudenverlag.
15. Siehm, S. und L. Sintermann. 2016. *Erfolgreiche Blogtexte. Inspiriert Schreiben für guten Content*. Frechen: mitp Verlag.
16. Smithsonian Magazine. The National Museum of Natural History. 2023. <https://www.smithsonianmag.com/blogs/national-museum-of-natural-history/> (abgerufen März 2023)
17. The British Museum Blog. 2023. <https://www.britishmuseum.org/blog> (abgerufen März 2023)