

Ein digitales Museumskonzept für Genossenschaften

Im Rahmen dieser Tagung werde ich heute den Entwurf eines digitalen Museumskonzeptes vorstellen, welchen ich 2020 im Rahmen eines Praktikums beim Genossenschaftshistorischen Informationszentrum geschrieben habe.

Ausgangspunkt war, dass das Genossenschaftshistorische Informationszentrum das Wissen rund um das Genossenschaftswesen sowie die damit verbunden Werte und Grundsätze einem breit aufgestellten, interessiertem Publikum zugänglich machen möchte.

Der erste Gedanke war es, für Bankfilialen Aufsteller zu konzipieren, die durch die Geschichte der Genossenschaften führen. Diese Aufsteller hätten eventuelle Wartezeiten in den Filialen lehrreich füllen und auch einen dekorativen Mehrwert schaffen können.

Diese Überlegung hat jedoch den großen Nachteil, dass ein großer logistischer und organisatorischen Aufwand für den Initiator und die Mitarbeiter in den Filialen entstanden wäre.

Erfahrungswerte haben außerdem gezeigt, dass diese Art der Informationsweitergabe in den Filialen nicht besonders gut ankommt, auch weil das Aufbauen der Aufsteller eher für Unmut sorgt und teilweise auch einfach der Platz fehlt.

Daraufhin stellte sich die Frage, ob nicht auch ein Plakat mit einem QR Code, der in eine digitale Welt weiterleitet einen viel besseren Mehrwert schafft?

Ein digitales Museum, welches die Welt der Genossenschaften vorstellt und die Geschichte sowie die Werte erläutert und vorstellt, wäre so für alle von überall erreichbar.

Die Kunden und Kundinnen können so selbst entscheiden, ob sie Informationen zur Genossenschaftsgeschichte während eventueller Wartezeiten konsumieren möchten oder eben auch nicht. Außerdem hätten sie die Möglichkeit, das digitale Museum vom Komfort des eigenen Sofas aus zu besuchen und zu erkunden.

Der Schritt in den digitalen Raum kommt nicht von ungefähr. Gerade im Jahr 2020 bekam die digitale Welt einen ganz neuen Stellenwert.

In der Zeit, in welcher Abstand das höchste Gebot war, gab das Digitale die Möglichkeit, mit einem Publikum in Verbindung zu treten, Inhalte auszustellen und so weiterhin zugänglich zu machen.

Der digitale Ausstellungsraum, das digitale Museum, ist somit keine neue Errungenschaft, die vereinzelt angeboten wird, sondern wurde zu einer Unumgänglichkeit.

Das genossenschaftliche Informationszentrum als Gedächtnis des Genossenschaftswesens unterscheidet sich in einem ganz großen Punkt von Museen wie beispielsweise dem Städel, von dem wir gestern berichtet bekommen haben, und jedem anderen Museum.

Es gibt keinen physischen Raum, kein Museum im realen Raum, das man physisch besuchen könnte, um die Geschichte des Genossenschaftswesens in Gänze vermittelt zu bekommen.

Anknüpfend an die bereits bestehenden Ideen eines Ausstellungshauses, von denen Dr. Gleber berichtete, wurden verschiedene Möglichkeiten diskutiert, wie die Idee weiterverfolgt werden könnte. Ich wurde mit dem Verfassen eines Konzeptes für ein Digitales Museum für die Stiftung GIZ beauftragt.

Themen wie die Ideengeber, die Anfänge und Entwicklung des Genossenschaftswesens, das Genossenschaftsgesetz, das Sparen als Konzept der ‚Vorsorge des kleinen Mannes‘, die Verbandsstruktur, das Netzwerk Genossenschaftswesen als solches, das Genossenschaftswesen außerhalb Deutschlands und die Erinnerungskultur des Genossenschaftswesens können und sollen unter anderem Themen der Ausstellung sein.

Durch das virtuelle Konzept können Ausstellungen mit Exponaten konzipiert werden, die im reellen Raum an völlig unterschiedlichen Orten stehen oder bereits anderweitig verplant sind. Auch Einzelstücke können so an zwei Orten gleichzeitig ausgestellt und wahrnehmbar gemacht werden.

Der virtuelle Raum ist an keinen anderen Standort als den heimischen Laptop oder PC gebunden.

Um den Museumsbesuch so angenehm wie möglich zu gestalten, wird überlegt, unterschiedlichste Ausstellungsmethoden einzusetzen, die sich durch den virtuellen

Raum als neue Möglichkeiten bieten. Die traditionelle Führung durch ein Museum muss in diesem Konzept auch überdacht werden. Die Interaktion mit den Besuchenden muss einen großen Stellenwert bekommen und kann so als Feedback auch in die Ausstellungskonzeption aufgenommen werden.

Das Genossenschaftshistorische Informationszentrum, kurz die Stiftung GIZ, hat als Archiv bereits die Aufgabe, Wissen zu konservieren und zugänglich zu machen. Hierfür gibt es bereits die Datenbank GenoFinder, welche Interessierten die Möglichkeit gibt, selbst Recherche zu betreiben oder auf Anfrage Informationen auch vor Ort ansehen zu können. Von der Weiterentwicklung der Datenbank hat Herr Brand im letzten Vortrag bereits berichtet.

Ein Museum hat die Aufgaben, Kulturgüter zu verwalten, zu erhalten, zu beforschen und zu vermitteln.

Das Pflegen einer Erinnerungskultur oder das Bewahren von Kulturgütern sind hier als wichtige Beispiele zu nennen. Es mangelt häufig an Platz und Ressourcen, alle zur Verfügung stehenden Kulturgüter auszustellen. So wird es fast unmöglich, der Aufgabe der Vermittlung dieser Kulturgüter in vollkommenem Maße nachzukommen oder gerecht zu werden.

Ein Rückbesinnen auf das Aufbauen von Sammlungen mit dem Anspruch, die Gesamtheit einem Publikum präsentieren zu können, könnte in einem digitalen Raum mit den richtigen Speichermedien möglich gemacht werden.

Im speziellen Fall des Genossenschaftswesens kommt hinzu, dass dieses auf den Werten der Hilfe zur Selbsthilfe, der Solidarität, der Subsidiarität und der Selbstverwaltung aufbaut. Dies bedeutet, dass die Organisationen und Institutionen innerhalb des Genossenschaftswesens alle auf diesen Werten basieren, sich aber auf unterschiedliche Schwerpunkte spezialisiert haben. Nach basisdemokratischem Verständnis hat jede Organisation und Institution innerhalb des Genossenschaftswesens ein Mitspracherecht, ob und wie ihre Geschichte ausgestellt werden könnte.

Der digitale Raum benötigt ebenso wie der reale eine Struktur, eine Architektur, ein Gerüst, welches die Ausstellung rahmt.

Welche ‚Architektur‘ ist nötig, um ein digitales Ausstellungserlebnis, einen digitalen Museumsbesuch barrierefrei / angenehm / wiederholungswürdig zu gestalten?

Es ist wichtig, dass das Publikum in den digitalen Räumen nicht verloren geht. Der sogenannte rote Faden, der sonst wieder im realen Raum aufgegriffen werden kann, indem man sich an Beschilderungen orientiert, auf den Orientierungssinn verlässt oder das Aufsichtspersonal befragen kann, ist in einem digitalen Raum nicht in dieser Weise gegeben.

Das Konzept, das zur Diskussion stehen soll, beruht auf einem Bausteinmodell, welches die Bedürfnisse jeder Organisation und Institution an gegebener Stelle in den Fokus rückt.

Der Schritt in den virtuellen Raum lässt die Möglichkeit der Expansion offen. Die Ausstellungsräume sind nicht an eine vorgegebene reale Baustruktur gebunden, die räumliche Limits hat. Personalkosten werden auf das Backend der Webseite reduziert. Es wird kein klassisches Aufsichtspersonal benötigt, da im digitalen Raum kein Besucher und keine Besucherin den Ausstellungsstücken zu nahe kommen würde oder diese beschädigen könnte.

Ein Ausstellungshaus für das Genossenschaftswesen soll entstehen und sich in seiner Entstehungsgeschichte von Anfang an an dem grundlegenden Motto „Was einer alleine nicht schafft, schaffen viele zusammen“ orientieren.

Es soll also ein Ausstellungshaus für und mit den Institutionen des Genossenschaftswesens entstehen. Das bedeutet ganz klar, dass auf Zusammenarbeit und Kooperation gesetzt wird.

Die ‚Bauphasen‘ des Hauses sollen durch so genannte Module/ Bausteine umgesetzt werden. Dies hat den Vorteil, dass in kleinen überschaubaren Schritten vorangeschritten werden kann. Die einzelnen Bausteine sollen so aufeinander abgestimmt vorbereitet werden, dass sie nahtlos in einander passen, sobald sie fertig gestellt sind. Weiter ist ein Baustein- / Modulmodell von Vorteil, da viele unterschiedliche Menschen kleine Teile des großen Projektes auch zeitversetzt bearbeiten können.

Das Projekt als solches soll und kann als fertiges Produkt sowie in allen Erarbeitungsphasen als Kommunikationsmittel genutzt werden. Kooperationen zwischen den beteiligten Institutionen und Organisationen fungieren als Multiplikatoren und dienen der Netzwerkarbeit des Genossenschaftswesens.

Durch das virtuelle Konzept können Ausstellungen zu genossenschaftlicher Historie sowie zu zeitlich relevanten Themen konzipiert und Exponate des realen Raums genutzt werden, die sich im realen Raum an völlig unterschiedlichen Orten befinden. Der virtuelle Raum ist nicht an diese Standorte gebunden, hat jedoch die schöne Möglichkeit, auf diese zu verweisen.

Das Projekt soll nach Fertigstellung die Möglichkeit bieten, dass Banken, Verbände und andere genossenschaftliche Organisationen auf das entstandene Ausstellungshaus als verlässliche Informationsquelle verweisen können. Es soll ein Aushängeschild für die Genossenschaften werden und als Visitenkarte für die grundlegenden Werte, auf welchen das Genossenschaftswesen aufbaut, nutzbar sein.

Es soll die Informationen der sonst angelegten historischen Verweise auf einzelnen Webseiten der Organisationen in einem Ort vereinen. Die Informationen sollen im musealen Kontext so aufbereitet sein, dass sich Interessierte bestens informieren können und vielleicht sogar inspiriert werden, weitergehend eine Runde im Museum zu drehen.

Schlussendlich soll durch das Bereitstellen von gut aufbereiteten Informationen Mitglieder gewonnen werden. Der virtuelle Ausstellungsraum kann als Werbematerial für potentiell neue Mitglieder genutzt werden. Der virtuelle Auftritt wird Auskunft über die Historie, die Werte und den aktuellen Stand des Genossenschaftswesens bieten und damit die perfekte Grundlage zur Information potentieller neue Mitglieder darstellen, sich zu informieren, welcher Struktur sie sich eventuelle anschließen könnten.

Wie bereits erwähnt, soll für eine effiziente Arbeitsweise das Projekt virtueller Ausstellungsraum in mehrere Bausteine / Module zerlegt werden.

Hierfür wird eine Grundstruktur benötigt. Diese sollte so aufgebaut sein, dass es möglich ist, diese immer wieder zu erweitern und daran ‚anzubauen‘, ohne dass die Struktur immer wieder grundlegend erneuert werden muss.

Ein Projekt bedeutet, einen Raum für die virtuelle Ausstellung umzusetzen. Ein Raum stellt ein Modul dar. Für jedes Modul muss ein Kooperationsprojekt geplant werden, welches schlussendlich ein Ausstellungsdrehbuch (Ausstellungskonzeption sowie Besucherführung) für den betreffenden Raum verfasst und dieses umsetzt. Dieses muss verschiedene Ebenen bedienen, damit die ausgestellte Thematik durch

unterschiedliche Vermittlungsansätze dargestellt und vermittelt werden kann. So sollen unterschiedliche Zielgruppen erreicht und abgeholt werden.

Neben dem klassischen Ausstellungsbild sollten Möglichkeiten der Gamifikation wie Quizz, Filme oder Ähnliches eingesetzt werden. Auch Interview und Ausschnitte aus Reportagen können für eine persönlichere Note und Abwechslung im Sinne vom Edutainment sorgen.

Das Thema Inklusion darf ebenfalls nicht vergessen werden. Der Inhalt müsste in mehreren Sprachen zur Verfügung stehen, auch mit Untertiteln oder gesprochen für blinde oder sehbehinderte Menschen.

Als Kooperationspartner ist es unabdingbar, dass die auszustellende Organisation beteiligt ist. Das basisdemokratische Prinzip soll gewahrt werden. In Abstimmung mit diesen Akteuren kann dann über weitere Kooperationspartner gesprochen werden.

Ein Gedankengang war es, dieses Projekt an Universitäten als Lernprojekt zu tragen und auch so genossenschaftliche Themen in die universitäre Lehre zu bringen.

Die Überlegung ist es, das Haus, in welchem das GIZ zu Hause ist, ein altes genossenschaftliches Gebäude, als Vorlage für die virtuellen Räumlichkeiten zu nutzen.

Der Eingangsbereich ist der Bereich, welcher den ersten Eindruck bei den Besuchern hinterlässt.

Für die Orientierung der Besucher ist es wichtig, dass ein Floorplan des virtuellen Hauses immer einsehbar ist, der den Standpunkt im Haus anzeigt. Dies sollte auf einer grafischen Ebene für die nötige Orientierung sorgen können.

An einer Kombination dieser beiden Ansätze könnte sinnvoll weitergearbeitet werden.