

Inhalt

Rainer Wenrich / Josef Kirmeier Kommunikation, Interaktion und Partizipation als Koordinaten der Kunst- und Kulturvermittlung im Museum am Beginn des 21. Jahrhunderts	7
--	---

I Kommunikation

Anna Beke T®an(z)formation – Bewegung als Methode der Kunstvermittlung	19
Sabine Brantl Die Archiv Galerie im Haus der Kunst Ein neues Format zur Erforschung und Vermittlung einer bewegten und belasteten Geschichte	27
Jürgen Kniep Texte in Ausstellungen – nie im Zentrum und doch zentral	35
Anja Dauschek Museumsmanagement als Aufgabe zwischen Ökonomie und kultureller Praxis – ein Rückblick	43
Paul Rösch Die Marke Touriseum	53
Karl Borromäus Murr Kommunikation, Interaktion und Partizipation im Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)	61

II Interaktion

Peter Borkopp Inhaltevermittlung im medialen Wandel	79
---	----

Jens Döring	
Digitale Exponate – ein neues Medium	85
Christian Gries	
Niemand besucht ein Museum	95
Regina Franken-Wendelstorf	
Gestaltung von Wissens- und Erfahrungsräumen	107
Virtuelle und kollaborative Konzepte für Museen und Ausstellungen	
Tanja Praske	
Das Projektmanagement der App „Schlosspark Nymphenburg“ –	
Konzept, Umsetzung und Marketing	115

III Partizipation

John H. Falk	
Die Besucher von Kunstmuseen aus der Perspektive	
der identitätsbezogenen Besuchermotivationen	129
Miriam Hannig	
Social Media und Museum	141
Möglichkeiten der Kommunikation, Interaktion und Partizipation	
zwischen Museen und NutzerInnen	
Susanne Pfleger / Christin Haase	
Social Media im Museum – Traum und Wirklichkeit	151
Astrid Brosch	
Von Social Tagging und der Lust auf das Original	157
Ein Zwischenbericht	
Thomas Endl	
Bilder drehen, Bilder verstehen – Vom Still zur Story	165
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	171