

Inhalt

Rainer Wenrich / Josef Kirmeyer
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 Erfahrensräumen		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