



Dezernat, Dienststelle
VII/4522

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Ausschuss Kunst und Kultur	14.03.2023
Digitalisierungsausschuss	24.04.2023

Digitalstrategie der Museen, hier: Information zur Ausstattung der Museen mit WLAN und Publikums-WLAN

Ableich mit der Digitalstrategie der Museen und museumsnahen Institutionen der Stadt Köln (1. Iteration 2022-2025)

Die Maßnahme ist Bestandteil der Digitalstrategie: Handlungsfeld 6 „Infrastruktur und Ausstattung“, Oberprojekt 1 (von 5) „WLAN“.

Museumsverbund

Der städtische Museumsverbund besteht aus insgesamt 10 Museen und Instituten:

Wallraf-Richartz-Museum (WRM), Museum Ludwig (ML), Römisch-Germanisches Museum (RGM), Rautenstrauch-Joest-Museum (RJM), Museum für Angewandte Kunst Köln (MAKK), Museum für Ostasiatische Kunst (MOK), Museum Schnütgen (MS), Kölnisches Stadtmuseum (KSM), NS-Dokumentationszentrum (NS-DOK), Museumsdienst (MD), Kunst- und Museumsbibliothek (KMB).

Neues museales Selbstverständnis nach ICOM

Die Museen und Institute nehmen gemeinsam, arbeitsteilig und in enger Abstimmung alle musealen Aufgaben nach der neuen ICOM-Definition wahr (International Council of Museums, s. <https://icom-deutschland.de/de/aktuelles/museumsdefinition.html>):

"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" (informelle Übersetzung).

So werden die vormaligen Aufgaben des Sammelns, Bewahrens, Forschens und Vermitteln weiter gefasst: Erforschen, Sammeln, Bewahren, Interpretieren und Ausstellen. Diese neue Definition ist auch für den Standort Köln handlungsleitend, insbesondere ihr zweiter Teil.

Denn dort werden Museen als leicht erreichbare und integrative Orte bezeichnet.

Der Begriff der museumspädagogischen Bildung wird herausgehoben und umfassend ergänzt mit Vergnügen, Reflexion und Wissensaustausch.

Professionelles Marketing und Kommunikation erfahren eine Spezialisierung, indem die mu-

sealen Anforderungen u.a. an Ethik und die Einbindung von Communities berücksichtigt werden müssen.

Im Ergebnis bilden so museumspädagogische Erlebnisse und museumsspezifische Kommunikation gleichwertig breit aufgestellte Säulen eines Audience Development.

Neue Herausforderungen

Nicht zuletzt die erweiterte Verpflichtung auf vielfältige Erfahrungen für Bildung, Vergnügen, Reflexion und Wissensaustausch zeigt, dass die Museen sich nicht allein an der Kernverwaltung Kölns orientieren können, sondern ihre Relevanz in Konkurrenz zu anderen Freizeitangeboten unter Beweis stellen (müssen). Hierzu sind die Lebenswirklichkeiten der (Nicht-)Besucher*innen heranzuziehen, und es ist ein spezifisches museales Audience Development zu integrieren, das im Wechselspiel von Bildungsarbeit und Museumsmarketing sowohl die Grundlage für ICOM-Ziele wie auch für strategische, bspw. betriebswirtschaftliche und gesellschaftspolitische, Ziele darstellen kann.

Agile Lösungen

Dieses Selbstverständnis kann nur wirksam werden, wenn es durch entsprechende digitale Ansätze unterfüttert wird. In Zeiten knapper Ressourcen werden die strategische Einbindung digitaler Möglichkeiten und ein optimaler Ressourceneinsatz zu essenziellen sog. Enablern.

Mit dem Verwaltungsreformprogramm hat der Museumsdienst bereits 2021 die Weichenstellung vorgenommen, um sukzessiv die notwendige Veränderung seiner Aufgabenwahrnehmung entsprechend dem veränderten Museumsauftrag erbringen zu können. Die programmatischen Ansätze von MMM werden parallel zu den Weiterentwicklungen und Erkenntnissen in der Museumswelt angepasst und fortgeschrieben.

WLAN

Im Zeitalter der Digitalität stellt das Internet unbestritten nach wie vor die universellste Informationsquelle zur freien Meinungsbildung sowie Wissensbeschaffung dar. (Kosten)freier Internetzugang bedeutet Teilhabe und Lebensqualität und ist integraler Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens.

WLAN in der Stadt Köln

Bereits seit Mai 2014 wird auf immer mehr öffentlichen Plätzen und Straßen im Kölner Stadtgebiet kostenloses WLAN bereitgestellt. Die Standorte mit den meisten Nutzern befinden sich dabei rund um den Dom und den Neumarkt.

Auch in den städtischen Dienststellen wie Bibliotheken, den Kundenzentren, der KFZ-Zulassungsstelle und dem Standesamt sind alle Wartebereiche für die kostenlose WLAN-Nutzung über hotspot.koeln freigeschaltet. Außerdem sind die Besprechungsräume und Sitzungssäle des Rates, der Ausschüsse und Bezirksvertretungen und auch die Trauzimmer im Rathaus mit kostenlosem WLAN ausgestattet. (vgl. auch Anlage 1)

Umgesetzt wird dies mit der städtischen Tochter NetCologne. Nach deren Information wählen sich rund 1,4 Millionen Nutzer*innen pro Monat in das öffentliche WLAN-Netz ein – das entspricht circa 50.000 Nutzer*innen am Tag.

WLAN in den Museen der Stadt Köln

Leider befindet sich die WLAN-Ausstattung in den Museen noch nicht auf einem vergleichbaren Stand. Dabei stellt sich schon lange nicht mehr die Frage, ob (kostenfreies) WLAN in Museen überhaupt notwendig ist. Die Frage muss vielmehr lauten, warum es noch nicht flächendeckend vorhanden ist, denn leistungsstarkes, breitbandiges Internet und WLAN sind die Voraussetzung für eine wettbewerbsfähige Aufgabenwahrnehmung der Museen nach ICOM.

Die neue ICOM-Definition macht sogar noch deutlicher, dass die Museen sich noch viel stärker engagieren müssen, denn die aktuellen Großprojekte der städtischen Museen aus den unterschiedlichsten Handlungsfeldern der Digitalstrategie setzen auf den WLAN-Grundlagen auf bzw. sind ohne WLAN nicht umsetzbar.

Großprojekte (Auswahl)

- Online Shops inkl. digitales Ticketing (Kauf und Kontrolle)
Handlungsfeld u.a. „Infrastruktur und Ausstattung“, Oberprojekt „Kassen und Ticketing“
- Großveranstaltungen wie Museumsnacht oder Museumstag (Kauf und Kontrolle von digitalen Tickets, Publikumssteuerung)
Handlungsfeld u.a. „Publikum im Wandel“, Oberprojekt „Digitales Marketing“
- Museumsportal (digitaler Content der Museen und zentraler Ausgangspunkt für die Konzepte und Angebote gem. AN/ 2235/2022)
Handlungsfeld u.a. „Infrastruktur und Ausstattung“, Oberprojekt „museen.koeln“
- Online Collections (Auspielung digitalen Contents)
Handlungsfeld u.a. „Das erweiterte Museum“, Oberprojekt „Online Collections“

Hinzu kommen hausbezogene Projekte im Rahmen der Digitalstrategie.

Hausspezifische Projekte (Auswahl)

- Digital Signage (Auspielung digitalen Contents)
Handlungsfeld u.a. „Publikum im Wandel“, Oberprojekt „Digital Signage“
- Bestandserfassung (Erfassung digitalen Contents)
Handlungsfeld u.a. „New Work“, Oberprojekt „Bestandserfassung“
- Werkräume zwischen Dritten Orte und Bildung & Vermittlung
Handlungsfeld u.a. „Digitale Vermittlung“, Oberprojekt „Multimediale Vermittlung“

Vervollständigt wird das WLAN-Nutzungsspektrum durch Use Cases.

Use Cases (Auswahl)

- Ausstellungen und Künstlerperformances mit (teil-)digitalen Elementen
- eigene und externe Veranstaltungen und Events im Museum
- digitale kuratorische Begleitung von Leihobjekten Dritter

Nicht primär-museale Bedarfe

Die Erkenntnisse sog. „Customer Journeys“, also der ganzheitlich betrachteten Reise des Publikums durch das Museum, zeigen, dass in der Regel ein Gastronomiebesuch Auftakt oder Abschluss und zugleich beste Möglichkeit der intensiven WLAN-Nutzung bildet.

Daher ist insbesondere auch dieser nicht primär museale Bereich flächendeckend mit WLAN auszuleuchten.

Sachstand

Die nachfolgenden Ausführungen zur Ausstattung der Museen mit WLAN sowie die derzeitigen Planungen zum Publikums-WLAN sind in der Anlage 2 als Übersicht dargestellt.

Basisausstattung mit WLAN

Sofern zur Bereitstellung von WLAN keine Baumaßnahmen im jeweiligen Haus erforderlich sind, arbeiten das Amt für Informationsverarbeitung und der Museumsdienst im Rahmen der vertrauensvollen Zusammenarbeit konstruktiv an der Ausweitung der WLAN-Angebote in den Museen.

Seit der Etablierung des Shared Service Centers im Museumsdienst im Jahr 2022 wurden auf diese Weise gemeinsam bereits die nachfolgend aufgelisteten WLAN-Angebote erfolgreich implementiert:

- Im **WRM** wurde der Kassenbereich mit WLAN versorgt.
- Im **ML** wurde der Kassenbereich mit WLAN ausgeleuchtet.
- Das Interim des **RGM** ist im Ausstellungsbereich, Verwaltungsbereich und Eingangsbereich inkl. Kassenbereich mit städtischem WLAN ausgeleuchtet.
- So konnte in den verkabelungstechnisch „neuen“ Häusern MS und RJM seit der Etablierung des **SSC** in 2022 eine WLAN-Ausleuchtung in allen Bereichen umgesetzt werden.

- Lediglich das **Depot im Keller des KAN**-Komplexes konnte bislang noch nicht mit WLAN ausgestattet werden, da das Depot bauseitig nicht mit einem Internetanschluss geplant wurde und die verwendeten Materialien nicht durchlässig für WLAN sind. Hier ist eine bauliche Maßnahme erforderlich.
- Im **MAKK** wurde der Kassensbereich mit WLAN ausgeleuchtet.
- Im **MOK** konnten in 2022 der vollständige Ausstellungsbereich, das Foyer und der Verwaltungsbereich inkl. Bibliothek erfolgreich mit WLAN ausgestattet werden.
- Das kommende Interim des **KSM** im Haus Sauer wird analog dem RGM mit WLAN versorgt.
- Im **NS-DOK** wurden die Kassensbereiche mit WLAN ausgeleuchtet.
- Die WLAN-Versorgung von **MD** und **KMB** werden im Zuge neuer Anmietungen sichergestellt.
- In anderen Gebäudeteilen der Museen bietet der Museumsdienst bedarfsorientiert mit vorhandenen WLAN-Routern auf LTE-Basis mit „mobilem“ WLAN eine **Überbrückungslösung** an. Dieses WLAN kann allerdings aufgrund einer begrenzten Menge von Hardware und Verträgen immer nur befristet zur Verfügung gestellt werden. Diese überbrückende Lösung ist allerdings in Bereichen wie bspw. dem Keller-Depot des KAN aufgrund des fehlenden Empfangs nicht anwendbar.

Zusammenfassung:

Um eine flächendeckende WLAN-Ausstattung zu erreichen, wie sie beispielsweise für eine effiziente Bestandserfassung oder auch Ausstellungunterstützung erforderlich ist, sind bauliche Maßnahmen notwendig. Diese müssen auf Basis priorisierter Nutzungsszenarien der Museen projektiert und - ggf. auch bei bereits geplanten Sanierungsmaßnahmen vorab – durchgeführt werden.

Andernfalls können konkurrenzfähige Veranstaltungen und Projekte nicht wie erforderlich für den gesamten Standort geplant und durchgeführt werden.

Handlungsbedarf:

Für die Museen erscheint es daher notwendig, über einen museumsübergreifend erarbeiteten, abgestimmten und priorisierten Bedarfsplan einen Beschluss zur Beauftragung der Gebäudewirtschaft zu erwirken. Es wäre zu prüfen, inwieweit die Finanzierung der Baumaßnahmen bspw. über Mittel des zentralen Renovierungsprogramms der Museen oder der Kulturförderabgabe sichergestellt werden kann.

Publikums-WLAN in den Museen

Städtischer WLAN-Standard:

Das städtische WLAN wird über städtische Router bereitgestellt und ermöglicht einen Zugriff für zunächst städtische Mitarbeitende (SSID002 und SSID003).

Ergänzt wird dies um ein freies WLAN für mobile Geräte, die durch die Stadt Köln verwaltet werden (SSID001), und durch einen Zugriff auf den hotspot.koeln der NetCologne, der technisch auf die städtischen Router aufgeschaltet ist.

Das Angebot von hotspot.koeln ist zeitlich limitiert. Allerdings kann man sich unmittelbar nach Ablauf der Sitzung erneut einwählen.

Museums-Standard

Aufbauend auf diesem städtischen Standard wird das freie Publikums-WLAN in den Museen als musealer Standard bereitgestellt.

Dieser Museumsstandard stellt den Besucher*innen WLAN ganztägig und ohne zeitliche Begrenzung bereit.

Der Aufruf erfolgt niedrigschwellig über ein einfaches „2-Klick-System“*.

Design und Layout des Startbildschirms können durch jedes Haus im Layout des eigenen Corporate Designs – passend zum eigenen Webauftritt – gestaltet werden.

Sofern also bauseitig alle notwendigen Voraussetzungen gegeben sind, kann durch das Amt für Informationsverarbeitung die notwendige Ausstattung für eine flächen-deckende Ausleuchtung bereitgestellt werden.

Nächste Schritte:

Derzeit läuft eine Testphase in ausgewählten Häusern (Beispiel siehe Anlage 3) und ein Ausbau zum dauerhaften Betrieb ist für 2023 geplant.

Hierzu ist ein Vergabeverfahren zum Ausbau durchzuführen. U.a. ist die Beschreibung der möglichen Nutzungsszenarien (Use Cases) in Vorbereitung, um den Bedarf strategisch planen zu können.

Rahmenbedingungen:

Essenzielle Rahmenbedingung ist das Vorhandensein eines breitbandigen Internetzugangs über WLAN im jeweils ganzen Haus.

Ausblick

Im Rahmen der Digitalstrategie ist beabsichtigt, museale Informationen auch im Haus selbst multimodal WLAN-basiert zur Verfügung zu stellen, indem unterschiedliche Technologien geschickt miteinander kombiniert werden. So kommen je nach Use Case genau die Technologien zum Einsatz, die den gewünschten Content am besten und nutzungsfreundlichsten transportieren können.

Diese Technologien können von Augmented Reality über Beaconttechnologie bis hin zu QR-Codes uvm. reichen.

So bieten sich eigenprogrammierte Beacons an, um aufgrund ihrer proaktiven Sendetechnologie bspw. im Eingangsbereich eines Museums mit aktuellen Informationen zu Öffnungszeiten, Sonderausstellungen, Restplätzen in öffentlichen Führungen o.ä. zu informieren. In Ausstellungsbereichen hingegen können QR-Codes, gerne in Kombination mit anderen digitalen Angeboten, individuell abrufbare weiterführende Informationen zu Objekten anbieten. Aber auch ein gezielter Direkt-Aufruf der hauseigenen Homepage kann so ermöglicht werden.

Perspektivisch wird zusammen mit dem im Relaunch befindlichen Museumsportal und den erneuerten Hauswebseiten ein vielschichtiges contentorientiertes digitales Ökosystem angestrebt. Dabei werden auch die Anforderungen und Ergebnisse des Beschlusses AN/2235/2022 (Stadtraum, Stadtgeschichte und Museen digital verbinden) berücksichtigt.

Anlagen

Anlage 1 - Übersichtsdarstellung hotspot.koeln

Anlage 2 - Übersichtsdarstellung WLAN in den Museen

Anlage 3 - Screenshots Publikums-WLAN

Gez. Charles