

Forum: Digitale Welten | „Digitalität und Museen“ | Workshop 4

Termin:	Dienstag, 11. Dezember 2018, 9.00 Uhr – 17.00 Uhr	
Themenfeld/Titel:	Forum: Digitale Welten „Digitalität und Museen“	
Ort:	Staatsgalerie Stuttgart	
Workshoptitel:	Workshop 4: Instagram für die Kultureinrichtungen “Interaktion über Bilder“ Instagram Basics, Fotoworkshop und Interaktionssteigerung	
Impulsgeberin:	Michèle Lichte, <i>Beraterin im Umgang mit Instagram</i>	
Teilnehmende:	Vertreterinnen und Vertreter von Museen und Kultureinrichtungen	
Verlauf:	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellungsrunde, Bedarfe und Erwartungen • Einführung in Instagram (seit zwei Jahren Instagram-Stories: Film, der sich aus Fotos und Videos zusammensetzt; 15 Millionen Nutzer in D; Instagram hat sehr aktive, positive Community) • Museen und Bilder (besser steuern, denn das Fotografieren findet ohnehin statt; ist Feedback; ist Werbung; ist auch „Kundenbetreuung“ seitens des Museums durch Interaktion; TOP in D (Stand Mitte 2017): BMW Welt, c/o Berlin, Schirn Kunsthalle Frankfurt, Städel Museum Frankfurt, Ludwig Museum, Haus der Kunst) 	

- Vorstellung von Projekten (thisaintartschool: Kunsthalle Karlsruhe hat schon zwei Kooperationen gemacht; 52museums von Mar Dixon, 2016 gestartet)
- Eigene Aktionen bei Instagram (man muss Hashtag nennen!, Hashtag-Challenge, Instawalk, Zusammenarbeit mit Igers: organisieren Instawalks etc. (arbeiten ehrenamtlich, in großen Städten); Hashtags auf Flyer/Broschüren etc. drucken >> alle Kanäle nutzen; Hashtags-Challenges nutzen, um Printprodukte daraus machen)
- Influencer bei Instagram (einladen, bemerken, Eintritt erlassen; Kontakte zu Influencern sind sehr wertvoll!)
- Best Practice (inspirieren lassen, was die Kollegen machen! Dann anpassen ans eigene Haus!; nicht die neuesten Ergebnisse (...); Schirn Kunsthalle; Städel Museum; Museum Ludwig: Kooperation mit Pixum; c/o Berlin (Fotografiemuseum), z. B. Account-Übernahme durch Fotografen für eine Weile; „aktiv“ sein auf Instagram bedeutet, dass ein Museum antwortet = interagiert; Bundeskunsthalle Bonn; Fragen nach Hashtag-Strategie: immer eigenen Hashtag kommunizieren (auch in Profiltext) und weitere Hashtags, die passen; keine Urheberrechte auf Hashtags)
- Bei wem „liken“ und „kommentieren“?
- Die Ortsmarkierung (Geotag, aktueller Ort)
- Den richtigen Zeitpunkt finden (geht nur mit Business-Profil)
- Community (Igers und Instawalk): z. B. Instawalk bereits vor Ausstellungseröffnung; zeitgleiche Instawalks zum gleichen Thema; Instawalk und Wettbewerb)
- FAQs (praktische Hinweise, Personaleinsatz, Länge der Videos (keine aktuellen Zahlen parat), Nutzer von Instagram)
- Tipps für Apps zum Fotografieren (drei Apps)
- Tipps für Apps zur Bildbearbeitung (z. B. Snapseed)
- Tipps fürs Fotografieren: scharf, Weißabgleich, beschneiden!
Völlig ausreichend, Fotos mit dem Handy zu machen!

Ergebnisse:

- Vorgaben des Landesdatenschutzbeauftragten in puncto DSGVO: Bedürfnisse der Museen abbilden! (z. B. auf Facebook kann keine zielgruppenorientierte Werbung gepostet werden, für die mittels verschiedener Kategorien eine Zielgruppe eingrenzt UND Vorgabe auf Instagram, dass Link zum Impressum mit zwei Klicks erreicht werden muss)
- >> daran anschließend: diese Problemstellungen für alle Landesmuseen gemeinsam klären
- Leitfaden mit Erfahrungen aus Museen, der aktualisiert wird
- Social-Media-Aktivitäten benötigen personelle Ressourcen: mehr Personal! (fixes Personal, keine Volontäre, da sonst aufgebautes Wissen immer wieder verloren geht)