

# Future Museum II

## Relevanz und Vision von Museen

### Hintergrund

Die Erwartungshaltung der Museumsbesucher\*innen ändert sich mit den gesellschaftlichen Trends, die durch das Ökosystem, in dem Museen heute existieren, beeinflusst werden. Neue technologische Entwicklungen halten Einzug in die Museumswelt, und diese Trends haben einen erheblichen Einfluss darauf, was die Besuchenden in den Museen sehen wollen und was sie im Museumsbereich überraschen oder enttäuschen kann. Museumsfachleute müssen mit diesen Entwicklungen Schritt halten, und Museen selbst müssen sich an diese Veränderungen anpassen. Mithilfe digitaler Technologien können Ausstellungsräume attraktiver und interaktiver gestaltet werden.

### Projektbeschreibung

Vor diesem Hintergrund hat das Projekt »Future Museum II« zum Ziel, Museen dabei zu unterstützen, aktuelles Know-how in ihre strategische Planung einfließen zu lassen und das Netzwerk von Museumsleitenden,

öffentlichen Stellen, Förderern und Dienstleistern zum Austausch von Ideen und zur Zusammenarbeit zu erweitern. Über einen Zeitraum von 24 Monaten wird eine Arbeitsgruppe bestehend aus 34 Museen und Dienstleistern aus 15 Ländern unter der Leitung von MUSEUM BOOSTER zusammenarbeiten, um die wichtigsten Trends im Museumsbereich zu identifizieren. Zu den Forschungsschwerpunkten gehören Audience Development, Cross Media Development sowie Digitalisierung und Management. Wissenschaftler\*innen und Fachkräfte aus der Praxis untersuchen gemeinsam, welche Faktoren einen Museumsbesuch interessant machen, wie die Digitalisierung in Kombination mit Storytelling und Emotion Design das Besuchererlebnis verbessern kann und wie sich die Digitalisierung im Managementbereich am besten umsetzen lässt. Als Fallstudien dienen insbesondere das Alimentarium (Schweizer Lebensmittelmuseum), das Royal Museum of Fine Arts (Niederlande), Heureka (finnisches Wissenschaftszentrum) und das Central Museum Utrecht (Niederlande).

## Aufgaben im Projekt

Im Bereich Audience Development befasst sich die Gruppe Innovationsakzeptanz des Fraunhofer IMW mit der Ermittlung potenzieller Zielgruppen für Museen und erarbeitet deren Bedürfnisse und Erwartungen hinsichtlich des Einsatzes digitaler Technologien zur Verbesserung der Visitor Journey. Ziel ist es, auf Basis einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung in Deutschland sowie einem weiteren Land die entscheidenden Faktoren zu identifizieren, die für die Attraktivität eines digitalen oder physischen Museumsbesuchs relevant sind. Die Ergebnisse der Befragung liefern direkten Input für das Thema Cross Media Development und die digitale Gestaltung der Visitor Journey. Dabei geht es vor allem darum, erfolgversprechende Konzepte und technische Lösungen zu bestimmen, um die Erwartungen der Besucher\*innen zu erfüllen. Der vorgeschlagene Ansatz ist eine qualitative Untersuchung in enger Zusammenarbeit mit den Fallstudienmuseen.

## Auftraggeber:



## Projektpartner:

The Audience Agency

## Projektseite:

<https://s.fhg.de/Projekt-Future-Museum-II>



## Projekt Homepage:

<https://www.future-museum.com/phaseii>

## Projektlaufzeit:

1.2.2022 – 31.1.2024

## Kontakt

Uta Pollmer  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Gruppe Innovationsakzeptanz

Tel. +49 341 231039-125  
[uta.pollmer@imw.fraunhofer.de](mailto:uta.pollmer@imw.fraunhofer.de)

Fraunhofer-Zentrum für  
Internationales Management und  
Wissensökonomie IMW

Neumarkt 9-19  
04109 Leipzig

[www.imw.fraunhofer.de](http://www.imw.fraunhofer.de)