

Highlights MatchMeeting Digitale Media & Erfgoed

23 januari 2013

Hoe kunnen musea hun collecties meerwaarde geven door het gebruik van digitale media?

De Inspiratie:

Dick van Dijk (De Waag): De museumapp biedt interactieve tours die zowel buiten op straat als binnen in musea plaatsvinden. De bezoeker navigeert van locatie naar locatie, ontdekt culturele plekken in de stad en leert de verhalen achter de collecties kennen.

Geer Oskam (Europeana): Europeana biedt mensen digitaal toegang tot bibliotheken, archieven en audio-visuele collecties van Europese musea. Het promoot ontdekkings- en netwerk mogelijkheden in een meertalige ruimte waar gebruikers kunnen engageren, delen in en geïnspireerd raken door de enorme diversiteit aan Europees cultureel en wetenschappelijk erfgoed.

De Inzichten:

- De wil van musea om de eigen collecties meerwaarde te geven door het op nieuwe manieren aan te bieden aan het publiek is er. Knelpunt is op de eerste plaats de mogelijkheid om te kunnen spelen met de collectie. Wat is de meerwaarde voor het museum? Hoe kan het rendabel zijn? En in hoeverre geef je daarbij de collectie vrij?
- Het beeld van het zoeken naar nieuwe manieren om het verhaal van een collectie te vertellen via nieuwe media resulteert negen van de tien keer in het plaatsen van een beeldscherm tussen de museumbezoeker en het object. Waarom doen we dit en hoe zou het ook anders kunnen?
- Naast het denken over hoe een museum wil dat hun verhaal verteld wordt: hoe wil de bezoeker/ gebruiker dat? Wordt er geluisterd naar de vraag vanuit de bezoeker voor het aanbod wordt gedaan? Hoe kunnen musea de input van de bezoeker/gebruiker inzetten om hun initiatieven te verbeteren?

Anna Vroegop(EYE): De museumapp is eigenlijk een city app. Hoe haalt een museum hier precies winst uit?

Sinja Bloeme(Scheepvaartmuseum): Wat je investeert in een app moet je ook investeren in je communicatie.

Dick van Dijk(De Waag): De museumapp zorgt voor emotionele binding, erfgoed ontsluiten buiten de muren van het museum, het herleven van erfgoed op de plek zelf en zo de collectie meerwaarde

Edith Schreurs(Van Gogh Museum): Een versterkte beleving wekt nieuwsgierigheid naar meer.

Anna Elfers(Adviseur cultuurmarketing-strategieën): Bezoekers staan open voor experimenten.

Geer Oskam(Europeana): Door het vrijgeven van data ontstaat een nieuwe creatieve industrie en kunnen collecties blijven voortbestaan.