




museum4punkt0



Staatliche Museen zu Berlin
 Preußischer Kulturbesitz

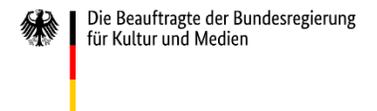
„Wie eine Reise rein ins Bild!“

Wirkung und Rezeption der Virtual Reality Anwendung „Mit dem Mönch am Meer“ in der Alten Nationalgalerie
 Studie des m4p0-Teilprojekts *Visitor Journeys neu gedacht*

museum4punkt0 – Digitale Strategien für das Museum der Zukunft



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



**Betrieb der VR-Installation
Mit dem Mönch am Meer.**
Foto: Ceren Topcu /
© Staatliche Museen zu Berlin



Caspar David Friedrich: Der Mönch am Meer, 1808-1810, Öl auf Leinwand,
Alte Nationalgalerie Berlin



Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz

museum4punkt0 



**Computergestützte Befragung vor dem
Ausstellungsraum**
Foto: Ceren Topcu / © Staatliche Museen zu Berlin



Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz

museum4punkt0 

Die 5 Besuchsmotivationstypen nach John H. Falk

EXPLORERS

Von Neugierde getriebene Besucher*innen mit generischem Interesse an den Inhalten des Museums. Sie erwarten etwas zu finden, das ihre Aufmerksamkeit auf sich zieht und ihr Lernen fördert.

„Ich mag einfach neue Eindrücke, ganz allgemein mich in Dinge hineinzudenken, egal, ob es Kunst oder Geschichte oder etwas anderes ist. Wenn ich eine halbe Stunde Zeit habe, bleibt mein Blick vielleicht an irgendetwas hängen, dann bleibe ich doch länger da.“



„Museen haben mich eigentlich schon von Kindheit an interessiert. Und jetzt ist das für mich fast unverzichtbar. Mich interessiert im Grunde genommen die Bildgeschichte: Was wird da erzählt?“



PROFESSIONAL / HOBBYISTS

Besucher*innen, die eine enge Bindung zwischen den Museumsinhalten und ihrer Profession oder Leidenschaft verspüren. Ihre Besuche werden in der Regel durch den Wunsch motiviert, ein bestimmtes inhaltliches Ziel zu erreichen.

FACILITATORS

Sozial motivierte Besucher*innen, die ihren Besuch darauf ausrichten, in erster Linie das Erleben und Lernen anderer in ihrer begleitenden sozialen Gruppe zu ermöglichen.

Ich gehe mit Schülern regelmäßig in die Gemäldegalerie. Wir nennen das „eine private Kinderakademie“. Ich komme aus Kreuzberg, wo es viele Kinder nicht die Möglichkeiten haben, ins Museum zu gehen. Sie sind total interessiert und wollen ganz viel - sie brauchen Geschichten und Hintergründe.“



„Wenn ich in eine Stadt gehe, interessieren mich immer die Museen. Und dann möchte ich die Bilder gerne im Original sehen. Die Ausstellung der Gemäldegalerie mit der tollen Architektur und der Beleuchtung wirkt wie eine Choreographie!“



EXPERIENCE SEEKERS

Besucher*innen, die zu einem Besuch motiviert sind, weil sie das Museum als wichtigen Ort begreifen. Ihre Befriedigung beruht in erster Linie auf der bloßen Tatsache, dass „ich dort gewesen bin“ und das getan habe.

RECHARGERS

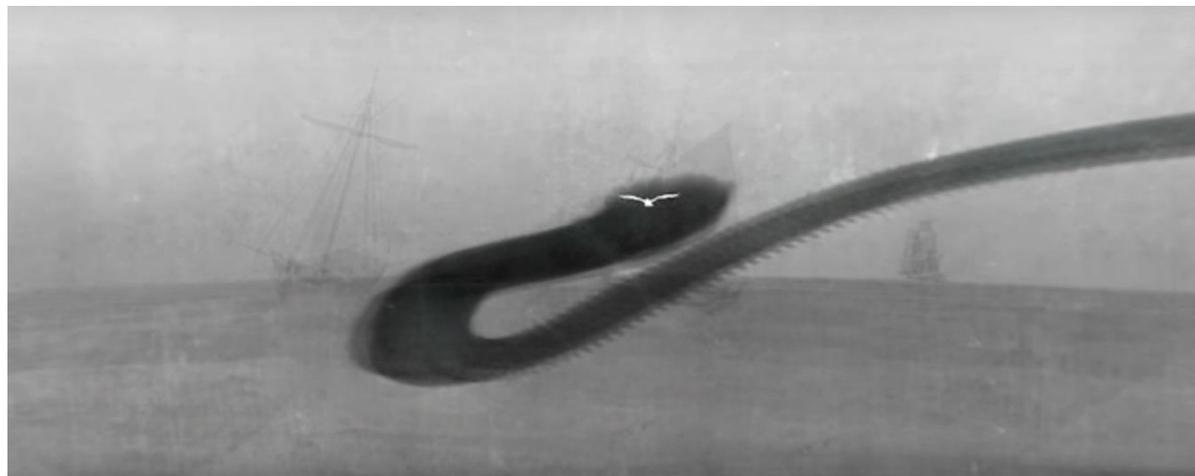
Besucher*innen, die in erster Linie nach einer kontemplativen, spirituellen und / oder erholsamen Erfahrung suchen. Sie sehen das Museum als Zuflucht vor der Arbeitswelt und als Ort, an dem sie inspirierende und schöne Dinge sehen können.

„Ich finde Kunst immer interessant, wenn sie mich überrascht, und mir neue Perspektiven und Blickwinkel eröffnet. So dieses klassische Bild: große Räume mit großen Bildern, in der Mitte eine einsame Bank, auf der jemand sitzt und sich die Bilder anschaut. Ich wollte mal den Kopf frei kriegen, darum war es eine gute Gelegenheit, einfach hin zu gehen.“





Oben: A-Testing mit Besuch der VR Installation, Unten: B-Testing mit Tonspur vor dem Originalgemälde
Fotos: Retina Fabrik / © Staatliche Museen zu Berlin



Screenshot einer Szene der VR-Installation Mit dem Mönch am Meer, Screenshot der Anwendung.
© gebrueder beetz filmproduktion



Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz

museum4punkt0 



**Betrieb der VR-Installation
Mit dem Mönch am Meer.**

Foto: Ceren Topcu /
© Staatliche Museen zu Berlin

Vermittlungsziele:

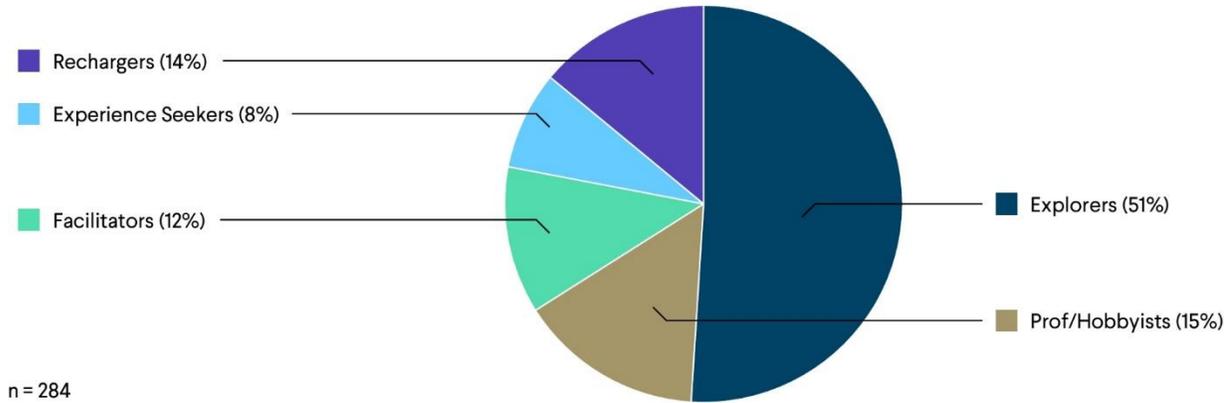
- die Stimmung der Romantik und das Motiv der Naturgewalt vermitteln
- den Mal- und damit auch den Entstehungsprozess
- des Bildes nachvollziehbar machen
- das Oeuvre Caspar David Friedrichs vermitteln
- den Zusammenhang mit dem Original herstellen



Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz

museum4punkt0 

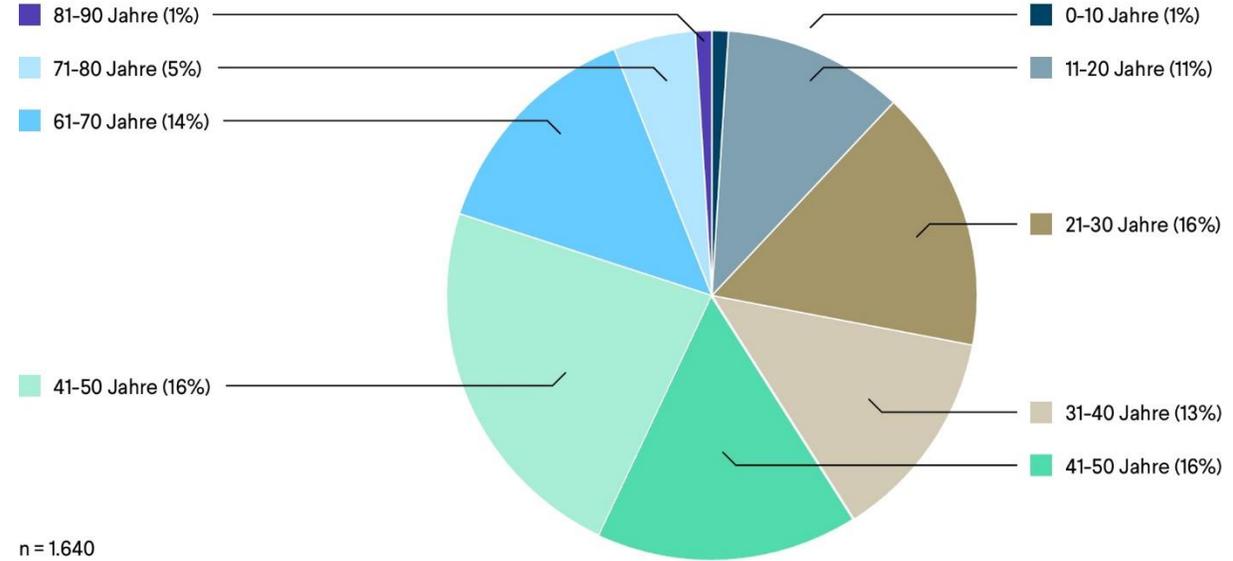
Besuchende der VR-Installation ohne VR-Motivation (Nebengrund) – Verteilung der Motivationstypen



Verteilung der Motivationstypen im Vergleich

Motivationstyp	Verteilung Motivationstypen Grundlagenforschung (n=522)	Verteilung Motivationstypen Nutzung der Virtual Reality (n=1.774)	Verteilung Motivationstypen innerhalb der VR-motivierten (n=284)
Explorers	43%	36%	51%
Rechargers	10%	14%	14%
Professional / Hobbyists	19%	12%	15%
Facilitators	13%	13%	12%
Experience Seekers	15%	7%	8%
(VR-Motivierte)		(18%)	

Alter der VR-NutzerInnen





Untersuchung der Rezeption:

- Immersion
- Interaktivität
- Plausibilität
- Präsenz



Oben: A-Testing mit Besuch der VR Installation, Unten: B-Testing mit Tonspur vor dem Originalgemälde
Fotos: Retina Fabrik / © Staatliche Museen zu Berlin



Fokusgruppendifkussion im Zuge des qualitativen Studienteils
Foto: Retina Fabrik / © Staatliche Museen zu Berlin



Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz

museum4punkt0 

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Josefine Otte
j.otte@smb.spk-berlin.de

Eine ausführliche Studie zu diesem Projekt erscheint voraussichtlich Juni 2021:
Katharina Fendius: Mit dem Mönch am Meer.
Rezeption und Wirkung einer
Virtual-Reality-Installation in der
Alten Nationalgalerie Berlin.

Weiterführende Links:

Grundlagenstudie des Teilprojekts:

<https://www.museum4punkt0.de/ergebnis/visitor-journey-staatliche-museen-zu-berlin/>

Vorstellung der Rezeptionsforschung inklusive

Projektvideo: <https://www.museum4punkt0.de/ergebnis/rezeptionsforschung-vr-mit-dem-moench-am-meer/>

360-Grad-Video der VR Installation via. Arte:

<https://www.youtube.com/watch?v=Jw9dCIPvbRI>

Ausstellungsteaser der Alten Nationalgalerie, Staatliche Museen zu Berlin: <https://www.youtube.com/watch?v=ulSM1FE3Syk>



Staatliche Museen zu Berlin
Preußischer Kulturbesitz

museum4punkt0 