

Hallo,

wie erreichen wir eigentlich unsere Online-Besucher*innen? Das ist die Leitfrage unseres aktuellen Newsletters. In unseren Lesetipps geht es um das digitale Publikum: Wie lernen wir dieses besser kennen? Wie helfen uns Web-Analytics-Zahlen? Wie sorgen wir für ein inklusives Online-Angebot, sodass es möglichst viele Menschen wahrnehmen können?

Ein Klassiker unter den gutbesuchten Museums-Onlineplattformen ist das Rijksstudio des Rijksmuseums. Wir haben den dortigen Manager Website und App Peter Gorgels nach seinen Erfahrungen in den letzten elf Jahren gefragt.

Übrigens, um die digitalen Besucher*innen wird es natürlich auch bei unserer Abschlussveranstaltung museum4punkt0 | finale gehen, also melden Sie sich [hier](#) an!

Ihr Team von museum4punkt0

Für Anregungen, Vorschläge und Fragen schreiben Sie gerne an: museum4punkt0@smb.spk-berlin.de

Gefragt: Peter Gorgels



Peter Gorgels © Rijksmuseum

Seit über zehn Jahren unterhält das [Rijksmuseum Amsterdam](#) eine besondere Online-Plattform: Das [Rijksstudio](#) bietet über 200.000 hochauflösende Bilddateien von Kunstwerken und historischen Objekten an, die kostenlos heruntergeladen und für eigene Zwecke genutzt werden können. Wir haben dem zuständigen Manager Peter Gorgels einige Fragen gestellt.

Wie sind Sie vor 2012 auf die Idee mit dem Rijksstudio gekommen, was wollten Sie damals erreichen?

Das Rijksmuseum ist DAS Museum der Niederlande. Die Sammlung gehört uns allen. Wir wollen die Sammlung (auch im Magazin) für jeden zugänglich machen, damit sie jede*r genießen, damit spielen und sie auf ihre/seine Weise nutzen kann. Unentgeltlich.

Hätten Sie sich den Erfolg, den Sie heute haben, damals vorstellen können?

Damals nicht. Wir hatten die Idee, dass dies etwas Besonderes ist, aber auch heute ist es in gewisser Weise noch bahnbrechend.

Welche Maßnahmen ergreift das Rijksmuseum, um die Sammlung über das Rijksstudio besser zugänglich zu machen?

Zunächst einmal das „Image-first-Design“ und natürlich das gesamte Konzept „Mach dein eigenes Meisterwerk“. Wir regen die Nutzer*innen aktiv dazu an, ihre eigenen Sammlungen zu erstellen und die Bilder auf eine neue Art zu verwenden. Wir haben dies in mehreren Aktivierungskampagnen gefördert. Das Schöne daran ist, dass sich die Sammlung auf diese Weise in der ganzen Welt verbreitet und selbst zu einem Marketinginstrument wird.

Welche Rolle spielt das Rijksstudio in Ihrer digitalen Strategie?

Wir haben eine digitale Strategie: „Collection – Connection – Conversion“ (deutsch: Sammlung – Verbindung – Umwandlung). Mit dem Rijksstudio stellen wir die Sammlung zur Verfügung und wir verbinden uns mit dem Publikum durch „Geschichten“. Letztendlich hoffen wir auf eine langfristige Umwandlung der Besucher*innen, was bedeutet, dass wir hoffen, dass jemand, der online ist, uns eines Tages auch im realen Rijksmuseum in Amsterdam besuchen wird.

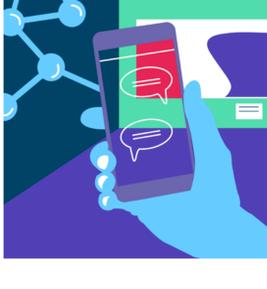
Publiziert

INTRO - Einstieg in die Sammlungen



Alles für alle: Sammlungen Online durch inklusive Angebote erweitert

[Mehr erfahren](#)



Eine Hand voll Tracking-Zahlen – Erste Schritte zur regelmäßigen Websiteanalyse

[Mehr erfahren](#)



Was zählt? Überlegungen zum Erfassen des digitalen Museumspublikums

[Mehr erfahren](#)

Inspirationen

Mit Nutzer*innenprofilen und dem Value Proposition Canvas digitale Angebote verbessern

[Mehr erfahren](#)

Filmhistorisches Wissen im Stadtraum vermitteln: Die Deutsche Kinemathek zeigt, wie es geht

[Mehr erfahren](#)

Das partizipative „Museum of Broken Relationships“ mit einer virtuellen Karte online

[Mehr erfahren](#)

Geschichtsdarstellung auf Instagram und TikTok analysieren: Ein Citizen-Science-Projekt erforscht die Mechaniken der Geschichtskommunikation auf Social Media

[Mehr erfahren](#)

Der NFDI4Culture-Helpdesk bietet umfangreiche Unterstützung und Beratung zu fast allen Fragen im Bereich „Digitales Kulturgut und Forschungsdaten“

[Mehr erfahren](#)

Keine digitale Objektvermittlung ohne fundierte Datenerfassung: 10 Grundsätze zur digitalen Grunderfassung von Objekten vom Deutschen Museumsbund

[Mehr erfahren](#)

Termine

SAVE THE DATE:
museum4punkt0 | finale
Kulturforum, Berlin, 03.05.2023 – 04.05.2023

[Mehr erfahren](#)

Medieninstallation „ZeitzeugenFragen“
Kulturbrauerei Berlin, 16.03.2023 – 21.05.2023

[Mehr erfahren](#)

Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes
Osnabrück, 07.05.2023 – 10.05.2023

[Mehr erfahren](#)

MAI-Tagung
Landschaftsverband Rheinland, Mannheim, 15.05.2023 – 16.05.2023

[Mehr erfahren](#)

Museum Digital
Museumsmanagement Niederösterreich, online, 26.05.2023, 14:00 – 18:00 Uhr

[Mehr erfahren](#)

Grundlagen Usability & User Experience
artop Institut an der Humboldt-Universität, Berlin, 6 Termine á 4 Stunden ab 06.07.2023

[Mehr erfahren](#)

Haben Sie Anregungen, inhaltliche Vorschläge, Fragen oder Kritik? Senden Sie Ihr Feedback gern an museum4punkt0@smb.spk-berlin.de

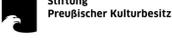


[Abonnement kündigen](#) | [Abo-Einstellungen](#) | [Im Browser zeigen](#)

Gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Stiftung Preußischer Kulturbesitz
Von-der-Heydt-Straße 16-18
10785 Berlin

Die Stiftung Preußischer Kulturbesitz wird gesetzlich vertreten durch ihren Präsidenten, Herrn Prof. Dr. Dr. hc. mult. Hermann Parzinger.

Verantwortlich (i.S.d.P.): Johann Herzberg, Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Von-der-Heydt-Str. 16-18, 10785 Berlin. Die USt-IdNr. lautet DE 13 66 30 206.