

UNIVERSITÄT ZU KÖLN
Philosophische Fakultät



Masterarbeit im Fach Geschichte, Studienschwerpunkt Public History

Museums-Podcasts in Deutschland.

Eine Bestandsaufnahme, Analyse und Interpretation von
Entwicklungen und Trends

von

Pauline Pieper

E-Mail: pauline.pieper@gmx.de

Abgabedatum: 07/2023

Betreut durch: Prof.‘in Dr. Christine Gundermann

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
2. Theoretische Grundlagen und Forschungsstand	6
2.1 <i>Das Medium Podcast – Entstehung, Definition und Besonderheiten</i>	6
2.2 <i>Anknüpfungspunkte für das Podcast-Medium im Museum</i>	12
2.3 <i>Der Museums-Podcast – Historische Entwicklung und Arbeitsdefinition</i>	15
3. Makroanalyse.....	19
3.1 <i>Analysemethodik</i>	19
3.2 <i>Bestandsaufnahme – Eine Beschreibung der Landschaft deutscher Museums-Podcasts</i>	24
3.3 <i>Trends und Entwicklungen in der Landschaft deutscher Museums-Podcasts</i>	32
3.4 <i>Eine Typologie deutscher Museums-Podcasts</i>	43
4. Mikroanalyse.....	49
4.1 <i>Analysemethodik</i>	49
4.2 <i>„Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast“ – Ein Ausstellungs-Podcast</i>	53
4.3 <i>„FINDING VAN GOGH“ – Ein Dokumentarischer Storytelling-Podcast</i>	64
4.4 <i>„VoloMuPo“ – Ein Hinter-den-Kulissen-Podcast</i>	73
5. Fazit und Ausblick	79
Abbildungsverzeichnis.....	85
Quellenverzeichnis.....	86
Literaturverzeichnis	90
ANHANG	I

1. Einleitung

Die fortschreitende Digitalisierung und die institutionelle Nutzung sozialer Medien sind im Museum schon länger ein Thema und vielen Museen war die essenzielle Notwendigkeit digitaler Angebote für die Zukunftsfähigkeit ihrer Arbeit bereits bewusst. Doch spätestens mit dem Beginn der COVID-19-Pandemie Anfang 2020 und den damit einhergehenden Lockdown-Maßnahmen und Museumsschließungen wurde der Rückgriff auf digitale Formate für die Museen nahezu alternativlos, wenn sie weiterhin den Kontakt zu ihrem Publikum aufrechterhalten wollten. Unter den zahlreichen neuen Angeboten befanden sich unter anderem Online-Führungen durch Ausstellungen, Blogs, YouTube-Videos, eine verstärkte Präsenz auf verschiedenen Social-Media-Kanälen sowie die Produktion und Veröffentlichung von Podcasts.¹ Gerade in Bezug auf dieses Medium sorgte die Pandemie für einen starken Aufschwung nicht nur im musealen Bereich. Mittlerweile gibt es allein auf der Streaming-Plattform Spotify über 70.000 deutschsprachige Podcasts (Stand von Juli 2021)² und laut einer Bitkom-Studie aus dem August 2022 haben 43 Prozent aller Menschen in Deutschland schon einmal einen Podcast gehört.³

Aufgrund der Aktualität dieser Entwicklungen, der bislang fehlenden empirischen Datengrundlage, des Paradigmenwechsels durch die Pandemie sowie der immer weiterwachsenden Menge an musealen Podcast-Angeboten ergibt sich eine Relevanz der Thematik für die Forschung. Es stellen sich die Fragen, wie sich das Podcast-Medium in deutschen Museen entwickelt hat, wie die aktuelle museale Podcast-Landschaft aussieht, welche Typen und Konzepte vorherrschen, welche Ziele mit diesem Medium verfolgt werden und welche Entwicklungen und Trends sich abzeichnen. Im Rahmen der Masterarbeit findet eine wissenschaftliche Untersuchung dieser zentralen Fragen statt und das Phänomen des Museums-Podcasts im Raum der Bundesrepublik Deutschland wird beschrieben und analysiert. Vor allem geht es darum, den Ist-Zustand der Nutzung des Mediums durch deutsche Museen, deren damit zusammenhängende Ziele, mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu erheben, zu analysieren und zu interpretieren. Hierbei handelt es sich um Grundlagenforschung.

Während es zu dem Podcast-Medium selbst,⁴ seinem möglichen Einsatz in Formaten der Wissenschaftskommunikation⁵ sowie bestimmten Podcast-Bereichen (zum

¹ Nida-Rümelin/Zimmer, Corona, S. 14.

² Herrmann, Quartalszahlen, 2021.

³ Paulsen/Klöß, Lieblingsformat, 2022.

⁴ U. a.: Llinares/Fox/Berry, Podcasting, 2018. / McHugh, Power, 2022.

⁵ U. a.: Moltmann, Gedanken, 2020. / Dernbach, Hineinhören, 2022.

Beispiel journalistischen Podcasts⁶) bereits eine Reihe von Forschungsliteratur gibt, ist der Bereich der Museums-Podcasts noch nicht ausreichend untersucht worden. In den noch vor der Pandemie veröffentlichten Publikationen zur Digitalisierung in Museen bleiben Podcasts höchstens eine Randnotiz.⁷ Lediglich einige Aufsätze aus den 2000er und beginnenden 2010er Jahren thematisieren die damals aufkommende Verwendung von Museums-Podcasts und können bei einer historischen Einordnung des Phänomens helfen.⁸ Bezüglich der Museumsentwicklung während der Pandemie wurden jüngst erste Publikationen veröffentlicht, die sich an einer Bilanz dieser Zeit versuchen.⁹ Darin werden Podcasts als mögliches digitales Medium für Museen zwar stellenweise erwähnt, oft durch eine Vorstellung einzelner Projekte, jedoch weiterhin keiner analytischen Betrachtung unterzogen.¹⁰ Aus dem Jahr 2017 findet sich außerdem die audiovisuelle Aufnahme eines Vortrags der Medienwissenschaftlerin und Museumspädagogin Tine Nowak über den Beginn des Einzugs des Mediums in deutsche Museen.¹¹

Die einzige Publikation mit dem zentralen Thema Museums-Podcast stammt aus dem Jahr 2018 und wurde von der Museums-Kommunikations-Beraterin Hannah Hethmon verfasst.¹² Hierbei handelt es sich jedoch um eine Praxisanleitung zur Podcast-Produktion für Kulturinstitutionen. Generell lässt sich beobachten, dass ein Großteil der bestehenden Podcast-Literatur aus „praxisbezogenen bzw. ratgeberorientierten Veröffentlichungen“¹³ besteht. Anfang 2020, noch vor der Ausbreitung der Pandemie, veröffentlichte der Museumspädagoge und Podcaster Matthias Stier im Online-Kulturmagazin *Kulturmanagement* schließlich einen kurzen Artikel über Museums-Podcasts.¹⁴ Dieser gibt zwar einen knappen Überblick über das Feld, berücksichtigt aber die pandemischen Entwicklungen noch nicht. Die bisherige Forschungsliteratur wird in der vorliegenden Arbeit zurate gezogen und bezüglich der Fragestellung nutzbar gemacht. Aus der lückenhaften Forschungslage resultiert, dass immer wieder Beiträge aus den Medien-, Kultur- und Kommunikationswissenschaften herangezogen werden, in denen schon umfassendere analytische Erkenntnisse über das Podcast-Medium vorhanden sind. Das Feld der

⁶ Lindgren, Journalism, 2016. / Eins, Podcasts, 2022. / Michael, Erzählmedium, 2022.

⁷ U. a.: Kohle, Gedächtnisinstitution, 2018. / Baur, Zukunft, 2020.

⁸ U. a.: Samis/Pau, Artcasting, 2006. / Wicke, Podcasting, 2009. / Buffington, Possibilities, 2010. / Toth, Approach, 2011.

⁹ U. a.: Richard/Müller/von Reischach, Desinfektion, 2022. / Mohr/Modarressi-Tehrani, Museen, 2022. / Brunotte, Pandemie, 2022.

¹⁰ U. a.: von Plocki, Museums-Podcast, 2021.

¹¹ Nowak, Ohren, 2023.

¹² Hethmon, Guide, 2018.

¹³ Seeber/Rüth, Kommunikation, S. 122.

¹⁴ Stier, Nische, 2020.

sogenannten Podcast Studies, das sich mittlerweile herausgebildet hat, ist generell sehr interdisziplinär aufgestellt.¹⁵

Aktuelle Grundlagenforschung zu dem Bereich der Museums-Podcasts ist also noch notwendig. Zur Schließung dieser Forschungslücke leistet die Masterarbeit aus der Perspektive der Public History einen Beitrag. Generell ist der Podcast als Quelle in der Geschichtswissenschaft und Public History bislang noch nicht etabliert und seine Analyse nicht systematisiert. Die Notwendigkeit einer Beschäftigung mit dem Medium und der Konzeption eines Analysemodells ist eindeutig gegeben, denn das Podcast-Medium gewinnt sowohl gesamtgesellschaftlich als auch innerhalb von Museen immer mehr an Präsenz und Relevanz. Dies zeigt sich etwa in dem Umstand, dass für den Deutschen Podcast Preis 2023 fünf museale Projekte nominiert waren.¹⁶ Die Forschungslücke macht dementsprechend die Ausarbeitung einer Methodik zur Beschreibung und Analyse der Museums-Podcasts als Untersuchungsgegenstand für die Public History erforderlich. Dies wird in dieser Arbeit ebenfalls geleistet.

Um sich einer Beantwortung der Forschungsfragen anzunähern, erfolgt im Anschluss an die Einleitung zunächst eine Beschreibung des Podcast-Mediums, seiner Entstehung, Geschichte und medialen Besonderheiten (Kapitel 2.1). Hier werden sich bereits erste Hinweise darauf finden, was das Medium für Museen interessant macht. Anschließend wird die Brücke vom Podcast ins Museum geschlagen: Als Grundlage für alle weiteren Schritte werden die Anknüpfungspunkte, die es im Museum für das Medium gibt, in Kapitel 2.2 erläutert und der mögliche Einsatz von Podcasts in den Kontext zentraler Entwicklungen innerhalb der Museumslandschaft eingeordnet (etwa Bemühungen in den Bereichen Digitalisierung und Outreach). Den Abschluss des Kapitels zum theoretischen Rahmen bildet eine Abbildung des bisherigen Stands der wissenschaftlichen Bearbeitung des Themas Museums-Podcast, insbesondere der historischen Entwicklung seines Einzugs in die Museumswelt (Kapitel 2.3). Hier wird es besonders spannend zu beobachten, wie sich die Entwicklung des Podcasts im Museum zur allgemeinen Entwicklung des Mediums verhält. In diesem Zuge wird zudem eine Arbeitsdefinition des Begriffs ‚Museums-Podcast‘ aufgestellt.

Anschließend an diese Grundlagenkapitel wird im Hauptteil eine Analyse des Phänomens deutscher Museums-Podcasts erfolgen – aufgegliedert in zwei Kapitel. Wie schon im theoretischen Teil der Arbeit findet methodisch eine Anleihe aus den

¹⁵ McHugh, Power, S. 273-275.

¹⁶ Deutscher Podcast Preis, Podcasts, o. D.

Medienwissenschaften statt. Diese beschäftigen sich unter anderem mit den „Medien selbst und [den] mit diesen verbundenen Technologien, Infrastrukturen, Vermittlungspraktiken und Wissensbestände[n]“¹⁷, so auch im Fall von Podcasts. In Kapitel 3 erfolgt zunächst eine makroanalytische Betrachtung. Nach einer Erläuterung der Analysemethodik (Kapitel 3.1) nimmt der erste Analyseteil (Kapitel 3.2) die Gesamtheit der deutschen Museums-Podcasts in den Blick und führt diesbezüglich eine Bestandsaufnahme durch. Hierzu wird eine für diese Arbeit erarbeitete Datengrundlage herangezogen, in der insgesamt 161 von deutschen Museen produzierte Podcasts versammelt wurden, ebenso wie die dazugehörigen Metadaten – von der Anzahl der produzierten Folgen, dem Veröffentlichungszeitraum, der Länge der einzelnen Folgen, der (Un-)Regelmäßigkeit der Veröffentlichung bis hin zu den einzelnen Podcast-Beschreibungen. Diese Daten bilden die Basis für die Makroanalyse und ermöglichen eine Beschreibung der derzeitigen Museums-Podcast-Landschaft in Deutschland. Weiterhin werden damit beispielsweise Rückschlüsse auf die Fragen ermöglicht, ob es Museumsformen gibt, die besonders häufig Podcasts produzieren, wie viele Podcasts über längere Zeiträume laufen und wie viele schon nach kurzer Zeit wieder eingestellt werden oder wie stark sich die Pandemie-Jahre auf die Zahl der veröffentlichten Podcasts ausgewirkt haben. Nach dieser quantitativ angelegten Untersuchung folgt in Kapitel 3.3 eine qualitative Analyse von allgemeineren Entwicklungen und Trends innerhalb der Podcasts, die sich aus der Datengrundlage ableiten lassen. Hier wird etwa auf die verschiedenen inhaltlichen Herangehensweisen der Podcasts und die formulierten Ziele der Museen eingegangen sowie generelle Beobachtungen und Thesen bezüglich der Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Podcasts aufgestellt. Abgeschlossen wird die Makroanalyse mit der Konzeption einer Typologie von Museums-Podcasts (Kapitel 3.4). Angesichts der notwendigen Grundlagenforschung in diesem Bereich kann eine solche Typologisierung hilfreich sein, um eine erste Orientierung in diesem Feld zu schaffen.

Nach der Makroanalyse geht es im zweiten Analyseteil – der Mikroanalyse (Kapitel 4) – um einen detaillierteren Blick auf drei exemplarische Podcast-Produktionen. Diese wurden aus dem Gesamtbestand so ausgewählt, dass sie verschiedene der zuvor identifizierten Trends und Entwicklungen in dem Feld abbilden und bereits über einen gewissen Zeitraum hinweg existieren beziehungsweise schon eine gewisse Folgenanzahl veröffentlicht haben. Zudem repräsentieren die Beispiel-Podcasts jeweils einen der in der Makroanalyse konzipierten Podcast-Typen, um diese besser zu veranschaulichen. Bei den

¹⁷ Volmar/Gerloff/Schwesinger, Medienwissenschaft, S. 126.

ausgewählten Beispielen handelt es sich um den Podcast „Zeitgeschichte(n) – Der Museums-podcast“ der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, um „FINDING VAN GOGH“, eine Produktion des Städel Museums Frankfurt und um „VoloMuPo. Volontariat – Museum – Podcast“ der Museumsstiftung Post und Telekommunikation. Nach einer Beschreibung der Methode und der einzelnen analytischen Fragen sowie Analysekriterien der Mikroanalyse in Kapitel 4.1 werden die Produktionen nacheinander (Kapitel 4.2 bis 4.4) auf verschiedenen Ebenen beschrieben, analysiert und eingeordnet. Übergreifend stehen dabei die Fragen im Fokus, wie die verschiedenen Herangehensweisen der Museen in den Podcasts aussehen, welche Inszenierungsstrategien und Möglichkeiten des Mediums dabei ausgeschöpft werden, wodurch sich die einzelnen Produktionen auszeichnen und anhand welcher Merkmale sich ein (Museums-)Podcast analysieren lässt. Als Quellen für diesen Analyseteil werden zum einen die Podcasts und ihre einzelnen Episoden selbst herangezogen, außerdem etwaige dazugehörige Beschreibungstexte und Informationen auf den Websites der jeweiligen Museen. Im Zuge der Mikroanalyse werden in den Podcasts auftretende Elemente immer wieder durch die Heranziehung medienwissenschaftlicher Literatur eingeordnet. Auch die bereits angesprochenen praxisorientierten Publikationen bieten in dieser Hinsicht Orientierung.

Nach Vorbild der historischen Kulturanalyse¹⁸ liegt der Fokus sowohl in der Mikro- als auch in der Makroanalyse allein auf den Podcast-Produktionen. Dies steht im Gegensatz zu einer klassischen geschichtswissenschaftlichen Vorgehensweise, bei der man sich darüber hinaus noch Daten zu Produktion und Rezeption der Podcasts anschauen und diese zusätzlich analysieren würde. Beides sind relevante Perspektiven auf das Thema, die in dieser Arbeit zunächst jedoch keine Rolle spielen, um sich in einem ersten Schritt allein auf das reine Produkt Museums-Podcast konzentrieren zu können. Die Kombination aus Makro- und Mikroanalyse gewährleistet, dass weder das Gesamtbild aus dem Blick verloren wird, noch kleinteiligere Beobachtungen, wie man sie am besten in Fallstudien machen kann, außer Acht gelassen werden.¹⁹

In einem abschließenden Fazit kommt es zu einer Beantwortung der Forschungsfragen nach der Entwicklung und dem aktuellen Stand der Nutzung von Museums-Podcasts in Deutschland und es wird ein Ausblick auf mögliche weiterführende Fragen und Themen gegeben.

¹⁸ Bischoff/Leimgruber/Oehme-Jüngling, Quellen, S. 159.

¹⁹ Mehr zu Vor- und Nachteilen von Fallstudien im Vergleich zu größeren Überblicken bei: Thiemeyer, Geschichtswissenschaft, 2010.

2. Theoretische Grundlagen und Forschungsstand

2.1 Das Medium Podcast – Entstehung, Definition und Besonderheiten

Es gibt bislang keine verbindliche Definition des Begriffs oder des Mediums Podcast, was auch mit der Weiterentwicklung und Veränderung des Mediums seit seiner Entstehung zu tun hat. Es gibt etwa Debatten darüber, ob Video-Formate ebenfalls als Podcast bezeichnet werden können, ob ein Podcast abonnierbar sein muss und ob Formate, die nur exklusiv über eine Plattform abgerufen werden können, überhaupt noch dem Grundgedanken des Mediums entsprechen.²⁰ Der Medienwissenschaftler Christian Holst wiederum definiert den Begriff im Jahr 2010 wie folgt:

Der Begriff Podcast bzw. Podcasting setzt sich zusammen aus dem Wort ‚iPod‘, der Bezeichnung für Apples legendäres Endgerät, und dem Wort ‚to broadcast‘ (engl. für ausstrahlen, senden). [...] Der Begriff [...] wird relativ unscharf verwendet und meint mitunter auch selbst aufgenommene Audiodateien, die ins Internet gestellt werden und dort anzuhören bzw. herunterzuladen sind. Typisch für Podcasts ist jedoch die Abonnierbarkeit per RSS-Feed. [...] Typischerweise sind Podcasts kostenlos.²¹

RSS steht für „Really Simple Syndication“ (deutsch: wirklich einfache Verbreitung) und beschreibt eine Technologie, die es Websites ermöglicht, ihre Inhalte automatisch mit anderen zu teilen. Ein RSS-Feed funktioniert wie ein Nachrichtenticker, der regelmäßig von einer Website aktualisierte Informationen sammelt und diese bereitstellt.²² Wenn man den RSS-Feed eines Podcasts – meistens über einen sogenannten Podcatcher (Apps oder Websites) – abonniert hat, verpasst man keine neuen Folgen mehr.²³ Als aktuellere Definition, die auch die heute populären Rezeptionsplattformen berücksichtigt, kann man Katzenbergers, Keils und Wilds Definitionsversuch heranziehen:

Podcasts sind audiobasierte, nichtlineare, serielle Formate, die für eine selbst-souveräne Rezeption zur Verfügung stehen und über Online-Plattformen wie Spotify oder Apple Podcasts sowie über die Online-Auftritte der Podcaster*innen für die Nutzer*innen zum Abruf bereitgestellt werden.²⁴

Um das Medium in seiner heutigen Form und seine Popularität nachvollziehen zu können, wird nun kurz auf seine Genese und Entwicklung eingegangen. Als Vorläufer des Podcasts werden immer verschiedene Medienformen in den Raum geworfen. Besonders oft wird in diesem Zusammenhang das Radio, insbesondere das Radiofeature (ein nicht-fiktionales Hörfunk-Genre), genannt.²⁵ Der Medienwissenschaftler Andrew J. Bottomley sieht die Audioblogs der frühen 2000er Jahre als direkte Vorläufer,²⁶ während Ebersbach, Glaser und Heigl darauf hinweisen, dass es bereits ab 1993 unter dem Namen „Internet

²⁰ Hammerschmidt, Podcast-Buch, S. 25.

²¹ Holst, Kanalsystem, S. 141.

²² Eins, Podcasts, S. 8.

²³ Ebersbach/Glaser/Heigl, Web, S. 77.

²⁴ Katzenberger/Keil/Wild, Summe, S. 11.

²⁵ McHugh, Podcasting, S. 5f.

²⁶ Bottomley, Archaeology, S. 41.

Talk Radio“²⁷ downloadbare Radiosendungen gegeben habe, die den späteren Podcasts stark ähnelten.²⁸ Klinghardt, Graßl und Schützeneder wiederum vertreten die Position, dass die Innovation des Podcast-Formats im Wesentlichen aus der Kombination der zwei Medien Radio und Internet bestanden habe.²⁹ Gerade in der Frage der Differenzierung zwischen Radio und Podcast treffen in der Forschung verschiedene Positionen aufeinander.³⁰ Die eine Seite pocht auf die vielen Verbindungen, die Podcast und Radio sich in puncto auditive Codes und Produktionsverfahren teilen. Demgegenüber hält die andere Seite die Demokratisierung der Produktions- und Publikationsmöglichkeiten und damit die größere Unabhängigkeit der Podcast-Projekte für wichtige Alleinstellungsmerkmale des Podcast-Mediums gegenüber dem Radio.³¹ Ohne diesen Diskurs hier näher ausführen oder abschließend beantworten zu können, macht er deutlich, dass das Podcast-Medium nicht frei von Einflüssen anderer Audio-Kanäle – vor allem des Radio – ist, in vielen Merkmalen, die im vorliegenden Kapitel noch thematisiert werden, aber auch vom Radio zu differenzieren ist.³²

Das Phänomen, das wir heute unter dem Begriff des Podcasts kennen, kann seit den frühen 2000er Jahren beobachtet werden, damals gab es zunächst noch keinen Namen dafür.³³ Die bereits beschriebene RSS-Technologie, die den Podcast technisch erst möglich machte, stammt von dem US-amerikanischen Software-Entwickler Dave Winer³⁴ und war Ende des Jahres 2000 zu der Version entwickelt worden, die für die Entstehung des Podcast-Mediums entscheidend war.³⁵ Der Radiomoderator Adam Curry nutzte schließlich im Sommer 2004 diese Technik, um den ersten Podcast-Klienten der Welt zu programmieren. Dieser Moment gilt als die „Geburtsstunde des Podcastings“³⁶. Den neu entstandenen Trend bezeichnete erstmals der Autor und Journalist Ben Hammersley in einem Artikel im *The Guardian* als „Podcasting“.³⁷ Mit der Auszeichnung des Begriffs als Wort des Jahres durch das *New Oxford American Dictionary*³⁸ sowie der Einführung einer Podcast-Anwendung von Apple³⁹ (beides 2005) war ein erster Höhepunkt der

²⁷ Ebersbach/Glaser/Heigl, Web, S. 21.

²⁸ Ebd., S. 21.

²⁹ Klinghardt/Graßl/Schützeneder, Evolution, S. 232.

³⁰ Llinares/Fox/Berry, Introduction, S. 4.

³¹ Ebd., S. 4f.

³² Berry, Guitar, S. 29.

³³ Forster, Bibliotheken, S. 183.

³⁴ Berry, Guitar, S. 16.

³⁵ Hansen, Feed, S. 198.

³⁶ Eins, Podcasts, S. 9.

³⁷ Katzenberger/Keil/Wild, Summe, S. 2.

³⁸ Morris/Patterson, Podcasting, S. 223.

³⁹ Eins, Podcasts, S. 10.

Podcast-Begeisterung erreicht. Diese erste Phase ist dafür bekannt, von Blogger*innen, Amateur*innen und Radioenthusiast*innen geprägt worden zu sein, die sich in ihren Podcasts meist mit Nischen-Themen auseinandersetzten.⁴⁰ Peter Samis und Stephanie Pau bringen in ihrem Beitrag aus dem Jahr 2006 die damaligen Ideen und Ideale der ursprünglichen Podcast-Bewegung auf den Punkt. Demnach brachen die frühen Podcaster*innen vor allem mit den klassischen und limitierenden Konventionen des Radios und nutzten den vereinfachten Zugang zu Technik und Produktions-Software für die kostenlose Bereitstellung und damit einhergehende Demokratisierung der Inhalte.⁴¹ Passend dazu ordnen Klinghardt, Graßl und Schützeneder Podcasts in eine Etappe des Audio 3.0 ein, in der sich das (Macht-)Gefälle zwischen professionellen Produzierenden und Laien aufgelöst habe.⁴² In diesem Zusammenhang ist allerdings auch auf die in der bisherigen Forschung häufig unsichtbare und ungeschriebene Geschichte des Beitrags von Frauen zur Weiterentwicklung des Podcast-Feldes hinzuweisen. Im bekannten Hauptnarrativ stehen in der Regel weiße, männliche, als professionell angesehene Podcaster mit kommerziellem Potenzial im Fokus und andere Perspektiven und Nischen des Marktes werden übersehen und nicht thematisiert.⁴³ Dieses Ungleichgewicht trifft ebenso auf andere marginalisierte und vor allem intersektionale Perspektiven zu, die stets mitbedacht werden sollten. Das Ungleichgewicht zeigt sich auch in den Hörer*innen-Zahlen: 2006 waren 81,9% der Podcast-Hörer*innen männlich, dabei durchschnittlich um die 29 Jahre alt und überdurchschnittlich gebildet.⁴⁴

Nach 2006 ging die Begeisterung für Podcasts langsam zurück – es gab zwar keinen Einbruch in der Nutzung, demgegenüber aber auch kaum neue Nutzer*innen.⁴⁵ Die Gründe dafür lagen laut Richard Berry in der damals noch fehlenden Bedienungs-freundlichkeit der Nutzeroberflächen. Es war zu dem Zeitpunkt zwar theoretisch für alle Interessierten möglich, sowohl Podcasts zu produzieren als auch zu konsumieren, in der Realität jedoch für viele noch eine Herausforderung. Zudem waren die Möglichkeiten, sich die Podcasts unterwegs anzuhören, wegen der fehlenden Verbreitung von mobilem Internet und entsprechenden Abspielgeräten noch sehr begrenzt.⁴⁶ Dies änderte sich schrittweise, beginnend mit der Einführung des ersten iPhones von Apple im Jahr 2008.⁴⁷ Die

⁴⁰ Katzenberger/Keil/Wild, Mikrofon, S. 25.

⁴¹ Samis/Pau, Artcasting, S. 1f.

⁴² Klinghardt/Graßl/Schützeneder, Evolution, S. 231.

⁴³ Hyland Wang, Ladycasting, S. 53f.

⁴⁴ Wunschel, Podcast-Hörer, S. 6.

⁴⁵ Berry, Guitar, S. 17.

⁴⁶ Ebd., S. 18f.

⁴⁷ Sullivan, Movement, S. 39.

Verbreitung von Smartphones in den Folgejahren sowie die gestiegene Verfügbarkeit des mobilen Internets entpuppten sich als essenziell für die zweite Welle der Podcast-Begeisterung um das Jahr 2014.⁴⁸ Außerdem ausschlagend für das neue goldene Zeitalter⁴⁹ der Podcast-Begeisterung war der investigative True-Crime-Podcast *Serial* der Radio-Reporterin Sarah Koenig, der 2014 veröffentlicht wurde.⁵⁰ Er gilt als erster Mainstream-Podcast und damit als Maßstäbe setzender Meilenstein der Podcast-Geschichte.⁵¹ Ebenfalls Einfluss auf die neu erwachte Podcast-Popularität hatte die inzwischen stattgefundene Weiterentwicklung und Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit der Podcatching-Anbieter.⁵² Berry erklärt sich die Professionalisierung und Etablierung des Podcast-Marktes so: „both listeners and practitioners find formats that work, funding methods that aid sustainability, and technologies that remove the barriers that were once there“.⁵³ Seitdem kann der Markt ein stetiges Wachstum – sowohl der Nutzer*innen als auch des Angebots – verzeichnen. Auch die Werbeindustrie erschloss das Feld nach und nach für sich und 2015 stiegen die Musik-Streaming-Plattformen Deezer und Spotify in das Geschäft ein. Inzwischen ist Spotify – zumindest in Deutschland – sogar noch vor Apple die am häufigsten verwendete Podcast-App.⁵⁴ Der letzte größere Wachstumsschub auf dem Podcast-Markt lässt sich schließlich in Verbindung mit der Corona-Pandemie verzeichnen⁵⁵, was Wissenschaftler*innen unter anderem mit einem erhöhten Informationsbedürfnis der Menschen sowie mehr zuhause verbrachter Zeit begründen.⁵⁶ Inzwischen haben sich Podcasts also „von einem Nischen- zu einem Mainstream-Medium“⁵⁷ entwickelt. Im Jahr 2021 wies Spotify global eine Verfügbarkeit von über drei Millionen Podcasts sowie anhaltend steigende Nutzer*innenzahlen auf.⁵⁸ Diese Entwicklungen haben mittlerweile jedoch auch dazu geführt, dass es im Vergleich zu dem Anteil in der Anfangszeit des Podcastings kaum noch unabhängige (Amateur-)Podcast-Produktionen gibt. Der Fokus liegt immer stärker auf Zielgruppenanalysen und Monetarisierung der Podcasts durch Werbung.⁵⁹ Die Podcasts von großen Organisationen, Institutionen und Medienhäusern sowie Prominenten sind auf dem Markt vorherrschend, sodass den kleinen Produktionen kaum Aufmerksamkeit

⁴⁸ Paul/Schock, Geräuschkulissen, S. 527f.

⁴⁹ Morris/Patterson, Podcasting, S. 220.

⁵⁰ Eins, Podcasts, S. 11.

⁵¹ Hancock/McMurtry, Fiction, S. 82.

⁵² Morris/Patterson, Podcasting, S. 221.

⁵³ Berry, Guitar, S. 22.

⁵⁴ Eins, Podcasts, S. 11f.

⁵⁵ Katzenberger/Keil/Wild, Summe, S. 4.

⁵⁶ Eins, Podcasts, S. 12.

⁵⁷ Katzenberger/Keil/Wild, Summe, S. 2.

⁵⁸ Ebd.

⁵⁹ Sullivan, Movement, S. 54.

zuteil wird.⁶⁰ Es besteht außerdem nach wie vor ein genderbezogenes Ungleichgewicht: Es podcasten noch immer mehr Männer als Frauen⁶¹ und laut der Kommunikationswissenschaftlerin Sophia Reiterer mündet die mangelnde Abbildung von Diversität in deutschsprachigen Podcasts in einem kontinuierlichen Teufelskreis.⁶² Die Geschlechterverteilung unter den Hörer*innen wiederum ist nahezu ausgeglichen.⁶³ Im Jahr 2022 haben 43% der Deutschen schon einmal einen Podcast gehört, die Tendenz ist steigend. Besonders in der Gruppe der Unterdreißigjährigen sind Podcasts populär.⁶⁴ Im Vergleich dazu waren es im Jahr 2006 nur 4% der deutschen Bevölkerung, die Podcasts schon einmal genutzt hatten.⁶⁵ Studien zufolge wohnen häufige Podcast-Hörer*innen meist in größeren Städten und haben höhere Bildungsabschlüsse als die Durchschnittsbevölkerung.⁶⁶ Die Motivation zum Hören von Podcasts besteht primär in Lern-, Informations- und Unterhaltungszwecken.⁶⁷

Nach diesem kurzen Abriss über die Geschichte des Podcast-Mediums wird nun auf die Merkmale eingegangen, die das Medium von anderen abhebt. Als zentral wird dabei immer wieder die Möglichkeit der zeit- und ortsunabhängigen Rezeption genannt, sei es über die Nutzung von Downloads oder Streaming. Hierdurch können Podcasts parallel zu sämtlichen Tätigkeiten konsumiert werden.⁶⁸ Ebenso weit verbreitet ist die Überzeugung, dass die akustische Wahrnehmung der Podcasts insbesondere über Kopfhörer für eine ausgesprochen intime Hörsituation Sorge.⁶⁹ Durch diese entstehe ein stärkeres Gefühl von Direktheit und Nähe zu der sprechenden Stimme.⁷⁰ Damit einher gehe zudem ein größeres Potenzial, bei den Hörer*innen Emotionen auszulösen.⁷¹ Mia Lindgren bringt dies mit folgendem Satz auf den Punkt: „Voice is the intimate key to the audiences‘ heart“.⁷² Stephan Schreyer erklärt in seinem Aufsatz ergänzend, dass diese Verknüpfung von Klang und Gefühlen dazu führe, dass gelesene Inhalte häufig schlechter erinnert werden können als gehörte. Weiterhin würden die Menschen im Audio-Medium eine Alternative zur permanenten visuellen Überstimulation im Alltag und den sozialen Medien

⁶⁰ Swiatek, Medium, S. 183.

⁶¹ Katzenberger/Keil/Wild, Mikrofon, S. 25.

⁶² Reiterer, Divers, S. 96.

⁶³ Winkler/Schmidtke/König, Podcast-Nutzung, S. 569.

⁶⁴ Bitkom, Lieblingsformat, 2022.

⁶⁵ Wunschel, Podcast-Hörer, S. 3f.

⁶⁶ Winkler/Schmidtke/König, Podcast-Nutzung, S. 569f.

⁶⁷ ARD ZDF Forschungskommission, Online-Studie, S. 26.

⁶⁸ McHugh, Storytelling, S. 143.

⁶⁹ Lindgren, Journalism, S. 24.

⁷⁰ Swiatek, Medium, S. 176.

⁷¹ McHugh, Storytelling, S. 144.

⁷² Lindgren, Journalism, S. 27.

sehen.⁷³ Diese Faktoren, inklusive der als informell wahrgenommenen Gesprächssituationen innerhalb der Podcasts,⁷⁴ haben zur Folge, dass die Wahrscheinlichkeit, dass die Hörer*innen Verbindungen mit den Podcaster*innen in Form von parasozialen Beziehungen aufbauen, hoch ist.⁷⁵ Mit der Zeit ist es, als würden sie Freund*innen zuhören.⁷⁶

Ein weiterer wichtiger Aspekt des Mediums ist seine Niedrigschwelligkeit sowohl auf Produktions- als auch auf Rezeptionsseite. Von Anfang an machte vor allem die Tatsache, dass durch die kostenlose (oder günstige) Verfügbarkeit der Produktionsmittel jede*r zum*zur Podcaster*in werden kann, einen Großteil der Beliebtheit des Mediums aus.⁷⁷ Diese Unabhängigkeit von professionellen Institutionen sorgte für mehr Autonomie in Form und Inhalt.⁷⁸ Hieraus resultiert auch das Potenzial, marginalisierten Personengruppen eine Stimme zu geben und deren Perspektiven eine Öffentlichkeit zu verschaffen.⁷⁹ Zu diesem Vorteil gibt es auch Positiv-Beispiele, etwa die Vernetzung der LGBTQIA+-Community über das Podcast-Medium.⁸⁰ In diesem Kontext ergänzt McHugh außerdem, dass durch die fehlende visuelle Komponente das Aussehen der Sprecher*innen nicht von Belang ist und daher nur die Stimme und der Inhalt über die Bewertung eines Podcasts entscheiden.⁸¹ Nichtsdestotrotz muss diesbezüglich eine Einschränkung vorgenommen werden, da die allgemeinen gesellschaftlichen Machtstrukturen eine uneingeschränkte Ausschöpfung des Podcast-Potenzials verhindern: „although the medium is generally equalising, the digital public sphere in which it exists is unequal“.⁸²

Ein weiteres Merkmal des Podcast-Mediums besteht in dem sogenannten Long-Tail-Effekt. Einmal hochgeladen sind die Inhalte für eine lange Zeitspanne verfügbar und auch sichtbar. Sie verschwinden nicht – wie etwa bei Instagram – bereits kurz nach der Veröffentlichung unter neuen Posts, sondern können auch Jahre nach der Veröffentlichung von den Nutzer*innen über die Suchfunktion oder Empfehlungen der entsprechenden Plattform noch gefunden und angehört werden.⁸³ Das macht das Medium gerade für die Behandlung von Nischenthemen so attraktiv. Llinares, Fox und Berry beschreiben diesen Sachverhalt in der Einleitung ihrer Publikation so: „No matter how deep or obscure

⁷³ Schreyer, Corporate-Podcasts, S. 465.

⁷⁴ Forster, Bibliotheken, S. 184.

⁷⁵ Zuraikat, Laith, Nature, S. 43f.

⁷⁶ Hammerschmidt, Podcast-Buch, S. 48.

⁷⁷ Holst, Kanalsystem, S. 139.

⁷⁸ Sullivan, Movement, S. 44.

⁷⁹ McHugh, Storytelling, S. 153f.

⁸⁰ Swiatek, Medium, S. 180.

⁸¹ McHugh, Storytelling, S. 143.

⁸² Swiatek, Medium, S. 173f.

⁸³ Sullivan, Movement, S. 39.

your interests are, there is a podcast for you, or there is (relatively) little stopping you making your own.”⁸⁴ Weiterhin zu nennen ist der Raum für inhaltlichen Tiefgang und Komplexität, den Podcasts durch ihre uneingeschränkten Folgenlängen ermöglichen.⁸⁵

Insgesamt handelt es sich bei Podcast definitiv um ein populäres Medium, das stetig neue Nutzer*innen für sich gewinnen kann und dessen inhaltliches Angebot jeden Tag wächst. Nun ließ sich in der Vergangenheit bereits mehrfach beobachten, dass – wie Bunnenberg, Logge und Steffen feststellen – „Einem Trend sozialer Medien [...] mit zeitlichem Abstand auch Institutionen, BildungsträgerInnen und WissenschaftlerInnen“⁸⁶ folgen. Dieses Phänomen trifft auch auf die Verwendung des Podcast-Mediums durch Museen zu. Daher wird nun die Brücke vom Podcast ins Museum geschlagen. Im folgenden Unterkapitel wird auf allgemeine zentrale Entwicklungen innerhalb der Museumslandschaft eingegangen, die für den Einsatz des Mediums eine Rolle spielen und entsprechende Anknüpfungspunkte darstellen.

2.2 Anknüpfungspunkte für das Podcast-Medium im Museum

Ein Blick auf die Museums-Definition des International Council of Museums ermöglicht einen ersten Blick auf mögliche Anknüpfungspunkte für das Podcast-Medium:

A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge-sharing.⁸⁷

Vor allem die Stichworte „communicate“, „education“ und „knowledge-sharing“ weisen auf die Vermittlungs-Aufgabe von Museen hin, deren Umsetzung sich für die Museen auch in Form von Podcasts anbietet. Angesichts ihrer Popularität und der Tatsache, dass viele Menschen sich Podcasts sowohl zum Zweck der Wissensaneignung als auch zur Entspannung und Unterhaltung anhören,⁸⁸ bietet das Medium die Möglichkeit der unterhaltenden Wissensvermittlung sowie – angesichts der ebenfalls immer wieder proklamierten Forschungsaufgabe von Museen⁸⁹ – der unterhaltsamen Wissenschaftskommunikation an. Die Kultur- und Geisteswissenschaftlerin Kristin Oswald vertritt etwa die Position, dass sich das Podcast-Format aufgrund seiner medialen Besonderheiten besonders für den Zweck der Wissenschaftskommunikation empfiehlt.⁹⁰ Vermittlung und

⁸⁴ Llinares/Fox/Berry, Introduction, S. 2

⁸⁵ Eins, Podcasts, S. 2f.

⁸⁶ Bunnenberg/Logge/Steffen, SocialMediaHistory, S. 274.

⁸⁷ ICOM Deutschland, Neufassung, 2022.

⁸⁸ Rudeloff/Schaumann/Wiethe, Forschungsstand, S. 403.

⁸⁹ Thiemeyer, Museum, S. 10.

⁹⁰ Oswald, Geschichte, 2018.

Kommunikation sind die offensichtlichsten Nutzungs-Möglichkeiten von Podcasts durch Museen, allerdings kann in Museums-Podcasts auch an die übrigen Museums-Aufgaben angeknüpft werden, indem das Sammeln und das Ausstellen⁹¹ thematisiert werden.

Eine zentrale Entwicklung, die sich auf alle Lebensbereiche und damit auch auf die Museumslandschaft auswirkt, ist die Digitalisierung. Bereits vor der Corona-Pandemie stellten viele Museen Digitalstrategien auf und unterlagen dem Druck, digitale Arbeitsformen und Formate in ihre Tätigkeiten zu integrieren.⁹² Diesbezüglich wurden und werden immer wieder Debatten in der Forschung geführt. Die eher kritische Position verurteilt dabei den Einzug digitaler Formate und sozialer Medien ins Museum aufgrund eines vermeintlichen Konzentrationsverlustes und einem befürchteten Primat der „permanenten Zerstreung“⁹³ sowie der „Eventisierung und Kommerzialisierung kultureller Angebote“⁹⁴. Die Gegenseite stellt vor allem das Potenzial der Entwicklungen in den Vordergrund, etwa den stärkeren Bezug zur Lebenswelt der Besucher*innen⁹⁵ oder die neuen Gestaltungsmöglichkeiten sowohl innerhalb als auch außerhalb von Ausstellungen⁹⁶. Nida-Rümelin und Zimmer merken zudem an, dass digital engagierte Häuser im Vergleich auch mehr Besucher*innen in Präsenz verzeichnen können. So wirken sie dem Argument der Kritiker*innen entgegen, dass niemand mehr die Häuser selbst besuchen würde, wenn es zu viele digitale Angebote gebe.⁹⁷ Zentral bei der Bereitstellung digitaler Angebote durch Museen ist, dass sich die Museen auf diese Weise die Hör- und Sehgewohnheiten der Rezipient*innen zunutze machen.⁹⁸ Eine Online-Studie von ARD und ZDF aus dem Jahr 2019 kam zu dem Ergebnis, dass 90 % der Befragten Online-Angebote in irgendeiner Form nutzen und die durchschnittliche, tägliche Internet-Nutzungsdauer bei über 14-jährigen 182 Minuten beträgt. Darüber hinaus stellte die Studie einen hohen Stellenwert auditiver Vermittlungsangebote fest.⁹⁹ Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit für Museen, sich ebenfalls in diesem Lebensbereich ihrer Zielgruppen zu bewegen und einen Teil der Nutzungszeit für sich zu beanspruchen. Grundsätzlich gibt es vier mögliche Nutzungsszenarien digitaler Angebote im Museums-Kontext. Die Angebote können als Vorbereitung, Begleitung oder Nachbereitung des Museumsbesuchs

⁹¹ Thieme, Museum, S. 7-14.

⁹² Rosenberger, Dienste, S. 49.

⁹³ Thieme, Museum, S. 115.

⁹⁴ Gundermann et al., Schlüsselbegriffe, S. 100.

⁹⁵ Thieme, Museum, S. 115.

⁹⁶ Hochmuth, Sitte, S. 70.

⁹⁷ Nida-Rümelin/Zimmer, Corona, S. 19f.

⁹⁸ Franken-Wendelstorf et al., Museum, S. 14.

⁹⁹ Pellengahr, Vermittlung, S. 29.

dienen oder vollkommen unabhängig von dem Besuch funktionieren – diese Möglichkeiten bieten sich ebenfalls für die Podcast-Verwendung an.¹⁰⁰

Die ab Anfang 2020 um sich greifende COVID-19-Pandemie hatte unter anderem große Auswirkungen auf den Kulturbereich und damit auch auf museale Institutionen. Jasper Vissers Aufsatz zufolge waren im Mai 2020 95% aller Museen weltweit geschlossen.¹⁰¹ Der Museumsbesuch in Präsenz wurde in begrenzten Zeiträumen unmöglich und die Institutionen mussten sich Gedanken darüber machen, wie sie ihre Besucher*innen trotzdem weiterhin erreichen könnten.¹⁰² Schlussendlich führten die Lockdowns auch im Museumsbereich zu einer starken Beschleunigung der Digitalisierung. Während die größeren Häuser, die oft schon zuvor im digitalen Bereich aktiv waren, ihre Angebote professionalisierten und erweiterten, beschäftigten sich andere, kleinere Museen zum ersten Mal mit dem Thema.¹⁰³ Nun – im Jahr 2023 – kann noch kein abschließendes Fazit dazu gezogen werden, wie sich die Pandemie und die darauffolgende Rückkehr zur vermeintlichen Normalität langfristig auf das digitale, museale Angebot auswirken wird. Der starke, durch die Pandemie verursachte Schub, hat inzwischen etwas nachgelassen, trotzdem wird noch immer viel von den Museen angeboten (siehe auch Kapitel 3.2). Weit verbreitet in der Forschung ist das Zwischenfazit, dass das während der Pandemie entstandene digitale Angebot keine Alternative, aber eine sinnvolle Erweiterung des Museumsbesuchs in Präsenz darstellt und der Digitalisierungsschub auch ohne die Pandemie stattgefunden hätte, wenn auch nicht in dieser Geschwindigkeit.¹⁰⁴ Dem schließt sich auch Jörn Brunotte an und appelliert an die Museen, auch nach der Pandemie weiter in ihre digitalen Errungenschaften zu investieren und diese noch stärker in den Institutionen zu verankern.¹⁰⁵ Dass diverse museale Podcast-Produktionen aus den Pandemie-Zeiten hervorgingen, zeigt sich unter anderem in den Ausführungen von Julian Nida-Rümelin und Kathrin B. Zimmer.¹⁰⁶

Ein Themenbereich, der ebenfalls schon vor der Pandemie in Museen eine Rolle spielte, währenddessen aber aufgrund der erweiterten Möglichkeiten digitaler Formate stärker in den Fokus geriet, ist das Feld von kultureller Teilhabe und Outreach.¹⁰⁷ Unter Outreach sind das Ziel und die Bemühungen zu verstehen, „unterrepräsentierte

¹⁰⁰ Franken-Wendelstorf et al., *Museum*, S. 15f.

¹⁰¹ Visser, *Story*, S. 101.

¹⁰² Scharf/Wimmer, *Pandemie*, S. 43.

¹⁰³ Ebd., S. 37f.

¹⁰⁴ Gold/Hornung/Schaluschke, *Neuland*, S. 133.

¹⁰⁵ Brunotte, *Zeiten*, S. 14.

¹⁰⁶ Nida-Rümelin/Zimmer, *Corona*, S. 14.

¹⁰⁷ Scharf, *Outreach*, S.198.

Gesellschaftsgruppen einzubeziehen¹⁰⁸ und die Museen für neue Besucher*innengruppen zugänglich zu machen.¹⁰⁹ Der Begriff ‚Digital Outreach‘ steht wiederum für „Outreach mit den Möglichkeiten und Mitteln, die durch die Digitalisierung entstehen“¹¹⁰. Studien zeigen, dass Museumsbesucher*innen bislang vor allem aus Personen bestehen, die über 50 Jahre alt sind und über einen im Vergleich überdurchschnittlich hohen Bildungsstand verfügen.¹¹¹ Viele Museen haben diese Tatsache mittlerweile als Problem erkannt. Digitale und soziale Medien – inklusive Podcasts – werden von Museen oft als Teil der Problemlösung angesehen und sollen beispielsweise vermehrt junge Menschen oder Personengruppen erreichen, für die ein Museumsbesuch nach wie vor eine Hürde darstellt. Die Kulturwissenschaftlerin Astrid Pellengahr appelliert daher: „Wenn wir neue Zielgruppen erschließen wollen, müssen wir die Kanäle bespielen, die dieses Publikum nutzt.“¹¹² Eine solche Herangehensweise und erfolgreiche Outreach-Formate erfordern jedoch zunächst intensive (Nicht-)Besucher*innen-Forschung in den Museen, um die neuen Zielgruppen identifizieren und anschließend adressieren zu können.¹¹³ Lorenz Pöllmann betont in diesem Kontext, dass es bei digitalen Outreach-Formaten nicht darum gehen müsse, die Rezipient*innen von einem anschließenden Museumsbesuch zu überzeugen. Der Schwerpunkt solle demzufolge darauf liegen, durch die digitalen Formate auch unabhängig vom Museumsort gewinnbringende Inhalte bereitzustellen und niedrigschwellige kulturelle Teilhabe zu ermöglichen. Ein eventuell folgender Museumsbesuch sei dabei nicht mehr als eine erfreuliche Begleiterscheinung.¹¹⁴

Dieser Einordnung des Podcast-Mediums in verschiedene Aufgaben, Entwicklungen und Handlungsfelder im musealen Bereich folgt in Kapitel 2.3 eine Abbildung des bisherigen Forschungsstands zum Thema Museums-Podcasts, ihrer Geschichte sowie die Erstellung einer Arbeitsdefinition.

2.3 Der Museums-Podcast – Historische Entwicklung und Arbeitsdefinition

Als Podcast-Vorläufer im Museum wird vielfach das Vermittlungsformat des Audioguides genannt, der sich seit den 1950er Jahren zu einem festen Bestandteil vieler Museen und Ausstellungen entwickelte.¹¹⁵ Diese von außen hergestellte Verbindung zwischen

¹⁰⁸ Ebd., S. 196.

¹⁰⁹ Ebd., S. 198.

¹¹⁰ Scharf/Wunderlich/Heisig, Museen, S. 78.

¹¹¹ Allmanritter, Zielgruppenarbeit, S. 409.

¹¹² Pellengahr, Vermittlung, S. 29.

¹¹³ Allmanritter, Zielgruppenarbeit, S. 407.

¹¹⁴ Pöllmann, Online-Kommunikation, S. 168.

¹¹⁵ Samis/Pau, Artcasting, S. 6.

den beiden Formaten stammt vermutlich daher, dass beide auf Audio-Inhalten basieren und Podcasts gerade in den frühen Jahren des Mediums von den Museen als neue Form der Audio-Führung durch ihre Ausstellungen genutzt wurden.¹¹⁶ Tine Nowak sieht die lange Tradition des Audioguides im Museum als entscheidend dafür an, dass Museen sich bereits früh am Podcast-Medium versuchten.¹¹⁷ Grundsätzlich sind Audioguides und Podcasts aber getrennt voneinander zu betrachten. Podcasts haben Audioguides bis heute nicht ersetzt und sie erfüllen in der Regel unterschiedliche Funktionen, wie sich im Laufe der Analyse noch zeigen wird (siehe Kapitel 3.3). Schon 2006 betonten die Museumsmitarbeiter*innen Peter Samis und Stephanie Samis in einem Erfahrungsbericht, dass Podcasts und Audioguides unterschiedliche Medienformen sind und entsprechend gehandhabt werden sollten.¹¹⁸

Der Anstoß für die Anwendung des Podcast-Mediums im musealen Bereich kam nicht aus den Museen selbst. Im Jahr 2005 –kurz nach der Geburtsstunde des Podcasts –kreierte Studierende des Maymount Manhattan College in New York eigene Podcasts, die als Alternative zu den Audioführungen des Museums of Modern Art fungieren sollten. Der Gedanke hinter dem Projekt bestand darin, die Besucher*innen dazu zu ermutigen, selbst die Kontrolle über die im Museum präsentierten Informationen zu gewinnen und aktiv mitzugestalten.¹¹⁹ Hier spiegeln sich Ansätze der in Kapitel 2.1 beschriebenen Ursprungsidee des Podcastings, nämlich die einer Demokratisierung der Wissens- und Inhaltsproduktion. Durch diese eher museumskritisch angelegte Aktion der Studierenden wurden die Museen selbst auf das Medium und sein mögliches Potenzial aufmerksam.¹²⁰ Das New Yorker MoMA veröffentlichte seinen ersten eigenen Podcast im Juli 2005, kurz nach der Studierendenaktion. Wenig später wurden die Episoden auch bei iTunes bereitgestellt, im Jahr 2006 bot das Museum bereits vier Podcasts an.¹²¹ Im September 2005 startete das San Francisco Museum of Modern Art seine Podcast-Reihe „Artcasts“. Die Folgen beinhalteten eine Mischung aus einem ausstellungsunabhängigen Audio-Magazin und ausstellungsbezogenen Audiotouren. Um das neue Format zu bewerben, erhielten alle, die mit dem Podcast ins Museum kamen, ermäßigten Eintritt.¹²² Die Reihe zeichnete sich nach damaligen Beurteilungen durch Brüche zur traditionellen Kommunikation des

¹¹⁶ Morganteen, Casting, S. 33.

¹¹⁷ Nowak, Ohren, 2023.

¹¹⁸ Samis/Pau, Artcasting, S. 8.

¹¹⁹ Schallert, Podcasting, S. 143.

¹²⁰ Samis/Pau, Artcasting, S. 2.

¹²¹ Morganteen, Casting, S. 25.

¹²² Schallert, Podcasting, S. 146f.

Museums aus – beispielsweise durch einen informelleren Stil und eine direkte Ansprache der Hörer*innen¹²³ und sorgte damit für viel Begeisterung.¹²⁴ Lena Maculan untersuchte daraufhin die Auswirkungen dieses Podcasts auf die Beziehung zwischen Besucher*innen und Museum. Sie kam entgegen der Begeisterung zu dem Ergebnis, dass der Podcast die neue Beziehung durch eine veränderte Sprache lediglich vortäusche, strukturell und institutionell aber nichts verändert habe. Sie schreibt weiterhin:

Schließlich ist Podcasting ja bloß eine Technologie, eine Methode der Vermittlung von Inhalten. Klug genutzt kann sie vielleicht die Beziehung zwischen Museum und Publikum beeinflussen. Das Medium an sich kann aber nichts Grundlegendes ändern.¹²⁵

Im Jahr 2006 stieg auch die Londoner Tate Gallery of Modern Art in den Podcast-Markt ein und bot Audioguides in Podcast-Form an. Zeitgleich veröffentlichte das Victoria & Albert Museum einen Podcast.¹²⁶ An dieser Abfolge zeigt sich, dass nach und nach immer mehr (prominente) Museen Podcasts veröffentlichten. Bereits zu diesem Zeitpunkt sprach etwa Jeff Morganteen von einem langfristig hohen Potenzial des Mediums für Museen.¹²⁷ Angesichts dieser Entwicklungen erschien in der New York Times sogar ein Artikel mit dem Titel *At Museums: Invasion of the Podcasts*.¹²⁸ Auch in Deutschland und Österreich starteten 2006 vereinzelte Podcast-Projekte von Museen und anderen Kulturinstitutionen, beispielsweise der Podcast des Museums Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien¹²⁹, der Podcast „Treffen wir uns bei 10° Kunst“ als Projekt der Hamburger Kulturbehörde¹³⁰ und ein Podcast des Historischen Museums der Pfalz in Speyer, das 2008 einen Podcast begleitend zu einer Sonderausstellung anbot.¹³¹ Laut Tine Nowak war es im deutschsprachigen Raum in der Zeit zwischen 2006 und 2009 eine Handvoll Museen, die sich am Podcasten probierten.¹³² Die meisten dieser Podcast-Produktionen aus den ersten Jahren sind heute nicht mehr online verfügbar, was die Erforschung des Feldes immens erschwert.

Über die Jahre hinweg wird das Thema des Potenzials musealer Podcasts in der Literatur immer wieder aufgegriffen. So schrieb auch der Kulturwissenschaftler Christian Holst 2010, dass gerade Kultureinrichtungen dezidiert über die Expertise verfügen würden, Podcasts mit spannenden und gewinnbringend Inhalten zu füllen:

¹²³ Maculan, Modell, S. 162f.

¹²⁴ Ebd., S. 165.

¹²⁵ Ebd., S.166.

¹²⁶ Morganteen, Casting, S. 33f.

¹²⁷ Ebd., S. 35.

¹²⁸ Kennedy, Invasion, 2006.

¹²⁹ Wicke, Podcasting, S. 14.

¹³⁰ Schallert, Podcasting, S. 148.

¹³¹ Stier, Nische, 2020.

¹³² Nowak, Ohren, 2023.

Es ist ihre Aufgabe, sich durchaus kontrovers mit Inhalten, Themen und wichtigen Fragen des gesellschaftlichen, privaten oder politischen Lebens auseinanderzusetzen. [...] Dazu kommt, dass die Kombination von Menschen und Geschichten, die sich um die Einrichtungen und ihre Arbeit ranken, einen unerschöpflichen Fundus an interessanten und spannenden Themen bildet.¹³³

Trotz des vielbeschworenen Potenzials wurde es nach den vereinzelt Museums-Podcast-Projekten der 2000er Jahre zumindest in deutschen Museen ruhig in diesem Bereich. Tine Nowak erzählt in ihrem Vortrag, dass sich die Konzentration in dieser Zeit mehr in die Richtung der Produktion museumseigener Apps und die dortige Platzierung auditiver Inhalte verlagert habe.¹³⁴ Circa ab 2015 waren es erneut Impulse von Besucher*innen, also von außerhalb des Museums, die zu einer Wiederaufnahme der Aktivitäten im Podcast-Bereich führten. Nowak vermutet, dass der erste deutschsprachige museumsbezogene, aber von Museen unabhängige, Podcast aus Besucher*innen-Perspektive der „Exponiert“-Podcast von Ulrike Kretzmer war, der 2015 mit der Veröffentlichung erster Folgen begann. Zu dieser Zeit seien es außerdem oft privat podcastende Museums-Mitarbeiter*innen gewesen, auf deren Initiativen hin sich auch die Institutionen (wieder) eigenen Podcast-Produktionen zuwandten.¹³⁵ Die Podcasts, die außerhalb der Museen entstanden und in denen ein Austausch über die Museen und ihre Ausstellungen stattfand, standen demnach für eine Übernahme der inhaltlichen Deutungsmacht durch die Besucher*innen. Diese Verschiebung habe die Museen im Umkehrschluss dazu bewegt, das Feld doch wieder selbst zu bespielen. Nowaks Prognose aus dem Jahr 2017 nach, werde sich diese Entwicklung langfristig weiter fortsetzen. Insbesondere die Podcast-Projekte des Städel Museums Frankfurt und der Kunsthalle Schirn in Frankfurt sieht sie als Vorboten einer Popularisierung von Museums-Podcasts an. Diese beiden Museen seien in Deutschland als eine Art Innovationsmesser zu betrachten, an denen sich populäre Entwicklungen bereits früh identifizieren lassen.¹³⁶ Insofern folgen die Museen mit ihren Podcasts der allgemeinen, im Jahr 2014 wieder aufgeflammt Podcast-Begeisterung um einige Jahre verspätet.

Im Februar 2020, unmittelbar vor den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, erschien schließlich Matthias Stiers Blogartikel zum Thema Museums-Podcasts mit dem Titel *In der Nische ist noch Platz*.¹³⁷ Bei diesem handelt es sich um die derzeit aktuellste Beschreibung der deutschen Museums-Podcast-Landschaft, die Stier als „Nische in der Nische“¹³⁸ bezeichnet. In dem Text vertritt Stier die Meinung, Podcasts seien ein für

¹³³ Holst, Kanalsystem, S. 143.

¹³⁴ Nowak, Ohren, 2023.

¹³⁵ Ebd.

¹³⁶ Ebd.

¹³⁷ Stier, Nische, 2020.

¹³⁸ Ebd.

Museen ideales Vermittlungsmedium. Sie seien zwar „kein Mittel, um eine große Reichweite zu erzeugen, können aber eine spezielle Gruppe von Personen zielgerichtet mit hochwertigem Content versorgen“¹³⁹. Er schließt den Artikel mit der Feststellung, dass es zum Veröffentlichungszeitpunkt gerade mal eine niedrige zweistellige Anzahl an Museums-Podcast gebe und appelliert an die Museen: „In der Nische ist noch Platz. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, einen eigenen Podcast zu starten!“¹⁴⁰ Publikationen der Folgejahre, die erste Erkenntnisse zu den pandemiebedingten Veränderungen in Kulturinstitutionen einfangen, bestätigen, dass Museen nicht nur generell vermehrt auf digitale Formate, sondern insbesondere auch auf Podcast-Produktionen setzten.¹⁴¹ An dieser Stelle – im Jahr 2023 – setzt die vorliegende Untersuchung an und fragt nach dem aktuellen Stand deutscher Museums-Podcasts.

Um den Untersuchungsgegenstand der folgenden Analyse besser fassen zu können, wird nun noch eine Definition des Museums-Podcasts aufgestellt: In Anlehnung an Lucas Seebers und Antonia Rühth's Definition politischer Podcasts¹⁴² werden Museums-Podcasts in dieser Arbeit als Podcasts verstanden, die (1.) von musealen Akteur*innen betrieben werden und/oder die (2.) an museale Akteur*innen gerichtet sind oder von musealen Akteur*innen handeln und/oder (3.) Kommunikation über museale Akteur*innen ermöglichen. Diese Definition inkludiert sowohl Podcasts musealer Institutionen als auch Podcasts über museale Institutionen.

In diesem Kapitel wurden als theoretische Grundlage der vorliegenden Arbeit Erkenntnisse bezüglich der konstitutiven Merkmale des Podcast-Mediums, seiner Entstehung, seiner Einordnung in museale Entwicklungen und seines allmählichen Einzugs ins Museumswesen gewonnen. Die bestehende Forschung weist allerdings einen Mangel an Untersuchungen über den gegenwärtigen Stand der (deutschen) Museums-Podcast-Landschaft auf. Im nachfolgenden Analyseteil wird dieses zentrale Thema behandelt.

3. Makroanalyse

3.1 Analysemethodik

Im folgenden Kapitel erfolgt die Makroanalyse und damit der erste Teil der Beschreibung und Analyse des Phänomens Museums-Podcast in Deutschland. Hierzu wird eine

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Ebd.

¹⁴¹ Nida-Rümelin/Zimmer, Corona, S. 14.

¹⁴² Seeber/Rüth, Kommunikation, S. 123.

Kombination aus quantitativer Datenerfassung und qualitativer, autoethnographischer¹⁴³ Inhaltsanalyse in Form der Untersuchung einer Tabelle erhobener Daten zu deutschen Museums-Podcasts angewandt (siehe Tabelle Nr. 1) (Methoden-Triangulation¹⁴⁴). Die Kombination der Methoden erlaubt es, anhand einiger zentraler quantitativer Angaben eine Übersicht über das Feld zu bekommen und durch das qualitative Vorgehen zudem erste Trends und Entwicklungen zu erkennen, deren quantitative Erfassung angesichts der ständigen Veränderung und Dynamik des Feldes nicht sinnvoll wäre. Eine Anleihe aus dem Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse aus den Sozialwissenschaften bietet sich hier an, denn diese erlaubt

Rückschlüsse auf die Medien, Organisationen, Akteure und wie diese bestimmte Themen darstellen, nach welchen Verfahren sie Texte oder Bilder generieren sowie welche Relevanzen von ihnen gesetzt werden.¹⁴⁵

Wie in qualitativen Inhaltsanalysen üblich,¹⁴⁶ werden schließlich aus dem vorliegenden Material Hypothesen zu Trends, Entwicklungen und zum derzeitigen Stand des Marktes sowie mögliche Kategorien von Museums-Podcasts abgeleitet. Ergänzt wird die qualitative Vorgehensweise durch die Herausstellung quantitativer Aspekte.

Die zu analysierende Datengrundlage für die Makroanalyse (siehe Anhang) entstand wie folgt: Als Abruf- und Such-Plattform war der Streaming-Anbieter Spotify Ansatzpunkt für die Recherche und lieferte einen Großteil der Daten. Nach neueren Studien ist dies die Plattform, über die die meisten Menschen in Deutschland Podcast-Angebote konsumieren¹⁴⁷ und auch viele Museums-Podcasts sind hier abrufbar. Bei der Datenerhebung wurde sich auf Lucas Seebers und Antonia Rütths Vorgehen in der Analyse politischer Podcasts¹⁴⁸ gestützt. Spotify führt keine dezidierte Kategorie mit dem Namen „Museums-Podcast“, die zu untersuchenden Podcasts sind in der Regel Teil der Kategorien „Gesellschaft“ und „Wissen“, je nach Herangehensweise „Unterhaltung“, „Dokumentationen“, „Persönliche Geschichten“ und je nach Thema des Museums beispielsweise noch „Geschichte“, „Design und Architektur“ oder etwa „Fußball“. In der Suchmaske wurde zunächst nach dem Begriff ‚Museum‘ sowie nach verwandten Begriffen wie ‚Kunsthalle‘ oder ‚Galerie‘ gesucht. Die Ergebnisse wurden in Orientierung an der in Kapitel 2.3 aufgestellten Arbeitsdefinition sowie weiteren Relevanzkriterien aussortiert: Zur Eingrenzung des Forschungsgegenstandes wurden etwa Podcasts musealer Institutionen

¹⁴³ Autoethnographisch im Sinne einer qualitativen Beobachtung, Beschreibung und Analyse sowie Interpretation der erfassten Daten.

¹⁴⁴ Muri, Triangulationsverfahren, S. 460.

¹⁴⁵ Pohlmann, Einführung, S. 147.

¹⁴⁶ Ebd., S. 149.

¹⁴⁷ Hoffmann, Status, S. 383.

¹⁴⁸ Seeber/Rüth, Kommunikation, S. 119-149.

außerhalb von Deutschland ausgeschlossen sowie die Podcasts von Kulturinstitutionen, die nicht als Museum gelten. Nicht als Podcast betrachtet werden hier außerdem Folgen, die nur in Video-Form etwa auf YouTube verfügbar sind, sich aber selbst als Podcast bezeichnen. Mit aufgenommen dagegen wurden Podcasts, die nicht von den Museen selbst stammen, die sich inhaltlich aber hauptsächlich mit der Besprechung deutscher Museen beschäftigen.

Die Daten enthalten sowohl aktive Podcasts als auch bereits abgeschlossene Podcast-Projekte. Die Erhebung bildet den Stand vom 27. Juni 2023 ab, hier wurde die Datengrundlage zu den Podcasts zuletzt aktualisiert. Nicht alle Museen veröffentlichen ihre Podcasts auf Spotify, sondern beispielsweise lediglich auf der eigenen Website. In anderen Fällen sind die hochgeladenen Podcasts auf Spotify so verschlagwortet, dass man sie unter den verwendeten Suchworten nicht findet.¹⁴⁹ Aus diesen Gründen wurde über die erste Suche hinaus eine oberflächliche Website-Recherche bei den Museen betrieben, die Mitglied im Deutschen Museumsbund sind.^{150/151} Hier wurde auf den Websites der einzelnen Museen geprüft, ob dort von einem eigenen Podcast die Rede ist. Durch diese Zusatzrecherche konnten weitere Museums-Podcasts für die Datengrundlage ausfindig gemacht werden.¹⁵² Das endgültige Untersuchungs-Sample beinhaltet Daten zu 161 Podcast-Projekten. Diese Zahl ermöglicht eine differenzierte Betrachtung der deutschen Museums-Podcast-Landschaft. Jedem der erfassten Podcasts wurde eine Nummer zugeordnet (siehe Tabelle Nr. 1), die zum Zweck der Nachvollziehbarkeit bei einem Bezug auf einzelne Podcasts genannt wird. Die Datengrundlage darf allerdings nicht als abschließende Liste deutscher Museums-Podcasts gesehen werden. Dies ist – wie beim Medium Podcast im Allgemeinen – nahezu unmöglich. Ständig erscheinen neue (Museums-)Podcasts, zudem besteht keine Garantie, dass während der Recherche alle derzeit verfügbaren Podcasts von und über Museen erfasst wurden. Es ist beispielsweise möglich, dass Museums-Podcasts oder einzelne Folgen, die in der Vergangenheit verfügbar waren, dies inzwischen nicht mehr sind und sich so der Möglichkeit der Datenerhebung und

¹⁴⁹ Hier spricht man von fehlender sogenannter Suchmaschinenoptimierung (Vassilian, Podcasting, S. 199.).

¹⁵⁰ Deutscher Museumsbund, Mitgliedsmuseen, o. D.

¹⁵¹ Da es laut dem Institut für Museumsforschung im Jahr 2020 6.854 Museen in Deutschland gab (Institut für Museumsforschung, Ausgerechnet, S. 7.), wurde sich zur Einschränkung des Suchradius auf die derzeit 1.177 Mitgliedsmuseen des Deutschen Museumsbundes beschränkt.

¹⁵² In der Recherche wurden alle Institutionen, die vom Deutschen Museumsbund als Mitgliedsmuseum deklariert werden, auch als Museum und deren Podcasts als Museums-Podcast eingestuft – auch wenn die Institutionen streng genommen keine Museen im herkömmlichen Sinn sind. Beispiele sind etwa die Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung oder der Verband der Restauratoren.

Untersuchung entziehen – ein allgemeines Problem in der Podcast-Forschung.¹⁵³ Andrew J. Bottomley fasst die ständige Veränderung der abrufbaren Daten in folgendem Satz treffend zusammen: “it is in actuality a largely ahistorical medium that is constantly updating itself and, in the process, shedding content on a massive scale.”^{154/155} Vollständigkeit ist hier jedoch auch nicht der Anspruch, es geht vor allem darum, einen ersten Eindruck in Form einer Momentaufnahme zu erhalten. Die starke Dynamik ist bei der Analyse der erhobenen Daten dennoch stets zu reflektieren. Insofern gelten die hier gewonnenen Erkenntnisse lediglich für die in der Datengrundlage erfassten Formate.

Folgende Daten wurden für jeden der Podcasts erhoben und übersichtlich dargestellt: die verantwortliche Institution oder Person, der Podcast-Titel, der Veröffentlichungszeitraum, die Anzahl der Podcast-Folgen, der Publikationsrhythmus, die minimale und die maximale Folgenlänge, der Podcast-Beschreibungstext, die Bewertung des Podcasts und schließlich der Link¹⁵⁶ zu dem entsprechenden Podcast (siehe Tabelle Nr. 1). Bei der Auswahl dieser Kategorien diente unter anderem Wilds und Wilds Untersuchung der Podcast-Angebote deutscher Lokal- und Regionalzeitungen¹⁵⁷ als Orientierung. Die in der Tabelle festgehaltenen Daten stammen vor allem von den jeweiligen Podcast-Kanälen auf Spotify, von den Museums-Websites sowie in manchen Fällen von anderen Podcast-Plattformen. Da sich die Beschreibungstexte von Spotify und den Websites manchmal voneinander unterscheiden, wurde hier jeweils der Text ausgewählt, der mehr Informationen zu dem Podcast enthält. Die Kategorie der Bewertungen speist sich – falls vorhanden – allein von Spotify, wo die Hörer*innen den Podcasts eine Bewertung im Spektrum von minimal einem bis hin zu fünf Sternen geben können.

Nun erfolgt eine Erläuterung des Vorgehens bei der Analyse der erfassten Daten. Dabei dient der Beitrag von Seeber und Rütth als Vorbild. Die beiden beschreiben und analysieren darin das Feld von Podcasts mit politischen Themen in Deutschland. Zunächst führen sie eine Bestandsaufnahme durch und fragen, wie viele Podcasts es in diesem Feld gibt, wer sie betreibt, wie sie sich quantitativ entwickelt haben, mit welcher Zielsetzung sie arbeiten und was man daraus für die Etablierung des Formats ableiten kann.¹⁵⁸ Auf ähnliche Weise wird auch hier (in Kapitel 3.2) die erste Bestandsaufnahme in Form der Beschreibung und Auswertung der aus der Tabelle entnommenen Daten

¹⁵³ Katzenberger/Keil/Wild, Mikrofon, S. 31.

¹⁵⁴ Bottomley, *Archaeology*, S. 31.

¹⁵⁵ Mehr zu Problemen und Fragen der Podcast-Archivierung bei Hoyt, *Archive*, 2021.

¹⁵⁶ Alle Links wurden zuletzt am 27.06.2023 auf Abrufbarkeit überprüft.

¹⁵⁷ Wild/Wild, *Vermessung*, S. 159f.

¹⁵⁸ Seeber/Rütth, *Kommunikation*, S. 119-121.

erfolgen. Nacheinander wird jede erfasste Kategorie thematisiert und zunächst quantitativ ausgewertet. Es wird dabei etwa herausgearbeitet, ob es Museumstypen gibt, die verhältnismäßig viele Podcasts produzieren, in welchen Jahren besonders viele oder wenige Podcasts veröffentlicht wurden, wie viele Folgen pro Museums-Podcast veröffentlicht wurden, in welcher Regelmäßigkeit sie das tun oder wie die Museums-Podcasts auf Spotify üblicherweise bewertet werden. Hierbei bieten auch die Fragestellungen aus Wilds und Wilds Untersuchung erneut Orientierung.¹⁵⁹

Im darauffolgenden Unterkapitel (Kapitel 3.3) wird wiederum auf qualitative Beobachtungen zu Entwicklungen und Trends eingegangen, die sich aus den Beschreibungstexten der untersuchten Podcasts ableiten lassen. Durch ihren Sample-Charakter und die Möglichkeit des Vergleichs erlauben es gerade diese Texte, Rückschlüsse darüber ziehen, welche inhaltlichen Herangehensweisen oder Elemente in den Museums-Podcasts besonders beliebt sind und welche erkennbaren Gemeinsamkeiten und Unterschiede es in dem Feld gibt. Abgeschlossen wird die Makroanalyse durch die Konzeption einer Typologie für die Nische der Museums-Podcasts (Kapitel 3.4). Hierbei erfolgt eine Mischung aus deduktiver und induktiver Vorgehensweise: Einerseits werden über die Beschreibung und Analyse des Datenmaterials eigene Hypothesen zu Museums-Podcasts sowie eigene Kategorien aufgestellt (induktiv), andererseits wird sich dabei zusätzlich an bereits bestehenden Podcast-Einteilungen orientiert (deduktiv) und überprüft, ob sich diese auf Museums-Podcasts übertragen lassen.¹⁶⁰ Zudem wird hier gemäß der Idee der sogenannten typologischen¹⁶¹ oder der typenbildenden qualitativen Inhalts-Analyse¹⁶² vorgegangen, indem das vorliegende Material strukturiert und zu repräsentativen Typen weiterentwickelt wird. Diese Typen bilden verschiedene mögliche, inhaltliche Herangehensweisen innerhalb des Felds der Museums-Podcasts ab und werden im entsprechenden Unterkapitel anhand ihrer zentralen Merkmale benannt und beschrieben.¹⁶³ Bezüglich der Untersuchungsergebnisse der Analyse muss stets reflektiert werden, dass durch die Makroanalyse keine übergreifenden Rückschlüsse für jeden einzelnen Museums-Podcast gezogen werden können.

¹⁵⁹ Wild/Wild, Vermessung, S. 165f.

¹⁶⁰ Mehr zur Kombination deduktiver und induktiver Vorgehensweisen findet sich bei Pohlmann, Einführung, S. 166.

¹⁶¹ Mayring, Einführung, S. 130-132.

¹⁶² Baumann, Murder, S. 363.

¹⁶³ Ebd.

Nach diesen methodischen Erläuterungen beginnt nun die Makroanalyse mit ihrem ersten Teilschritt, der Beschreibung der erfassten Daten und damit der Landschaft der Museums-Podcasts in Deutschland.

3.2 Bestandsaufnahme – Eine Beschreibung der Landschaft deutscher Museums-Podcasts

Bei der nun folgenden Beschreibung wird nicht auf jede aus der Datengrundlage hervorgehende Zahl eingegangen, sondern lediglich auf bemerkenswerte Beobachtungen hingewiesen. Die vollständigen quantitativen Ergebnisse der Untersuchung des Podcast-Samples lassen sich an den Tabellen im Anhang ablesen. Die genannten, auf die erste Nachkommastelle gerundeten Prozentzahlen orientieren sich an dem untersuchten Sample von 161 Museums-Podcasts. Nach den jüngsten Angaben des Instituts für Museumsforschung gab es in Deutschland im Jahr 2020 6.854 Museen.¹⁶⁴ Wenn man dieser Zahl das Sample von 161 untersuchten Museums-Podcasts entgegensetzt, ist der Anteil der Museen, die Podcasts in ihrem Angebot haben, nicht besonders groß (bei circa 2,3%). Nicht vergessen werden darf dabei jedoch die Dunkelziffer, also die Podcasts, die in der vorliegenden Untersuchung nicht erfasst werden konnten (siehe Analyse-Methodik).

Bei einem ersten Blick auf die Daten zur Verteilung des Podcast-Samples auf die verschiedenen Museumsarten¹⁶⁵ (siehe Tabelle Nr. 2) fällt auf, dass mit Abstand die meisten Podcasts von Kunstmuseen stammen (29,8%). Auf dem letzten Platz liegen mit 1,9% naturkundliche Museen. Insbesondere im Vergleich zur allgemeinen thematischen Verteilung der Museen¹⁶⁶ in Deutschland ist eine Betrachtung der Zahlen spannend: Kunstmuseen machen nur 10,8 % der Museen in Deutschland aus, sind aber für 29,8% der Museums-Podcasts verantwortlich. Ebenfalls über ihrem eigentlichen Anteil liegen archäologische und historische Museen (7,8% der deutschen Museen, 13% der Podcasts). Kulturgeschichtliche Museen dagegen liegen in den jeweiligen Anteilen sehr nah beieinander (15% der Museen in Deutschland, 14,9% der untersuchten Podcasts). Dasselbe gilt für Schloss- und Burgmuseen (4,2% der deutschen Museen, 3,7% der Podcasts). In den übrigen Fällen liegt der Podcast-Anteil weit unter dem eigentlichen repräsentativen Anteil. Besonders extrem ist dies im Falle von orts- und regionalgeschichtlichen Museen: Während diese einen Großteil der Museen in Deutschland ausmachen (43,5%), sind ihnen

¹⁶⁴ Institut für Museumsforschung, Ausgerechnet, S. 7.

¹⁶⁵ Hier diente die Aufteilung des Instituts für Museumsforschung als Orientierung (Institut für Museumsforschung, Ausgerechnet, S. 18f.). Manche der Museen lassen sich auch mehreren Kategorien zuordnen, in diesen Fällen wurden sie der Museumsart zugeordnet, die das Thema des Museums primär bestimmt.

¹⁶⁶ Institut für Museumsforschung, Ausgerechnet, S. 18f.

lediglich 13,7% der untersuchten Podcasts zuzuordnen. 10,6% der untersuchten Podcasts stammen wiederum nicht von den Museen selbst, sondern entweder von museumsähnlichen Institutionen und museumsnahen Verbänden oder von Privatpersonen, die sich in ihren Podcasts mit Museen, Ausstellungen und musealen Themen beschäftigen.

Als nächstes wurden die Veröffentlichungsdaten der Podcasts näher betrachtet und hier sind die Ergebnisse eindeutig (siehe Abb. 1, Tabelle Nr. 3): Der älteste Museums-Podcast im Sample startete im Jahr 2015 und ist der von Tine Nowak bereits benannte „Exponiert“-Podcast von Ulrike Kretzmer.¹⁶⁷ Damit ist er auch der einzige Podcast aus dem Jahr 2015. Wie im Grundlagen-Kapitel bereits erklärt, ist dies nicht automatisch die erste deutsche Museums-Podcast-Produktion. Die älteren sind jedoch nicht mehr online verfügbar und können daher nicht in die Betrachtungen einbezogen werden. In den Jahren 2015 bis 2017 startete jeweils einer (0,6%) der berücksichtigten Podcast – zu dem Zeitpunkt handelte es sich noch um experimentelle Einzelfälle. 2018 und 2019 gab es einen ersten leichten Anstieg und es wurden jeweils sechs neue Museums-Podcasts veröffentlicht (3,7%). Es lässt sich also vor der Pandemie bereits ein minimaler Anstieg beobachten – mit der Pandemie wurde dieser jedoch exponentiell. Im ersten Pandemiejahr 2020 starteten 37 (23%) der untersuchten Podcasts und der Veröffentlichungs-Höhepunkt fand im Jahr 2021 mit 53 neuen Museums-Podcasts (32,9%) statt. Im Jahr 2022, in dem die Museen bereits längerfristig für ihr Publikum geöffnet bleiben konnten, wurden nichtsdestotrotz 38 (23,6%) neue Podcasts veröffentlicht. Im aktuell laufenden Jahr 2023 gehen die Zahlen etwas zurück. Bis zum Ende des Erfassungszeitraums für die vorliegende Arbeit (27.06.2023) lassen sich 14 neue Podcast-Veröffentlichungen verzeichnen, was 8,7% des Samples entspricht. Hier nicht beantwortet werden kann die Frage, ob der quantitative Rückgang ausschließlich auf das Ende der coronabedingten Einschränkungen im Kulturbereich zurückzuführen sind oder ob etwa eine Sättigung des Nischen-Marktes erreicht wurde. Ebenfalls möglich ist, dass die Museen, in denen es sowohl eine Motivation als auch die erforderlichen Kapazitäten gibt, mittlerweile alle ihre Podcast-Pläne umgesetzt haben. Zur Beantwortung dieser Frage ist weitere Forschung und eine langfristige Folgebeobachtung des Marktes notwendig.

¹⁶⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 156.

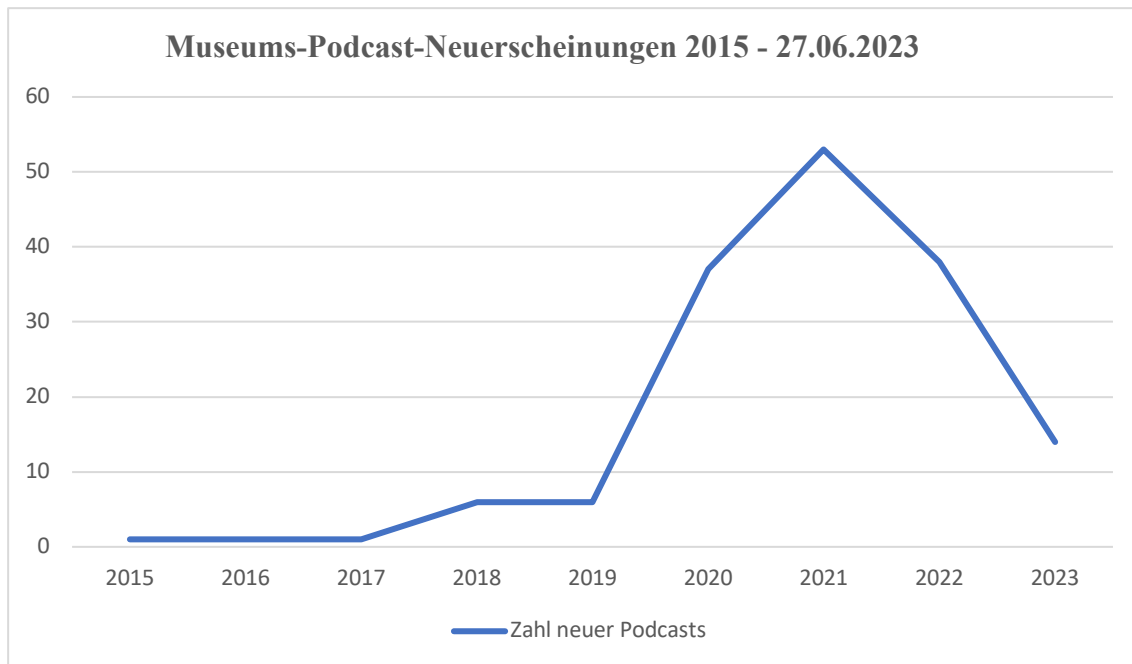


Abbildung 1: Museums-Podcast-Neuerscheinungen 2015- 27.06.2023, nach Tabelle Nr. 3.

An die Frage nach dem Veröffentlichungsbeginn schließt sich die nach der Laufzeit sowie der derzeitigen (In-)Aktivität der einzelnen Podcasts an. Bei der Untersuchung stellte sich heraus, dass 59,6% (96 Stück) der berücksichtigten Podcasts aktuell keine neuen Folgen mehr veröffentlichen und demzufolge als inaktiv eingestuft werden können, 40,4% (65) wiederum als aktiv (siehe Tabelle Nr. 4). Dies ist jedoch nicht als Maßstab für Erfolg oder Misserfolg der Podcasts zu betrachten. Aus einem längeren Beobachtungs-Zeitraum und einer längeren Podcast-Laufzeit resultiert dauerhaft automatisch auch eine höhere Anzahl abgeschlossener Projekte. Dies ist vor allem der Fall, wenn es sich von vornherein um Angebote handelt, die begleitend zu einer Wechselausstellung geplant sind oder als in sich geschlossene Podcast-Serie.¹⁶⁸ Weiterhin zu berücksichtigen ist, dass die Einstufung in aktive und inaktive Podcasts, die in diesem Rahmen stattgefunden hat, nicht hundertprozentig endgültig sein muss. Es ist jederzeit möglich, dass die jeweiligen Museen neue Podcast-Folgen für vermeintlich inaktive Kanäle produzieren oder vermeintlich aktive Podcast-Projekte eingestellt werden. In Bezug auf die Laufzeit (siehe Abb. 2, Tabelle Nr. 5) lässt sich anhand der Daten feststellen, dass mehr als die Hälfte der untersuchten Podcasts (57,1%) eine Laufzeit von weniger als einem Jahr hatten oder haben, 15,5% sind oder waren ein bis zwei Jahre aktiv, 17,4% wiederum zwei bis drei Jahre. Bei allen längeren zeitlichen Werten nimmt die Prozentzahl rapide ab. Hier muss wiederum bedacht werden, dass viele der betrachteten Podcasts erst innerhalb der

¹⁶⁸ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 50 und 141.

letzten drei Jahre (seit 2020) mit der Veröffentlichung begonnen haben und längere Laufzeiten dadurch unwahrscheinlicher sind. Auch diese Zahlen sind dementsprechend kein Indikator für den Erfolg oder Misserfolg eines Podcasts. Der Podcast, der laut den vorliegenden Daten bereits die längste Laufzeit hat, ist der „Schirn Podcast“ der Frankfurter Kunsthalle. Dieser startete im Dezember 2016 und veröffentlicht bis heute neue Episoden.¹⁶⁹

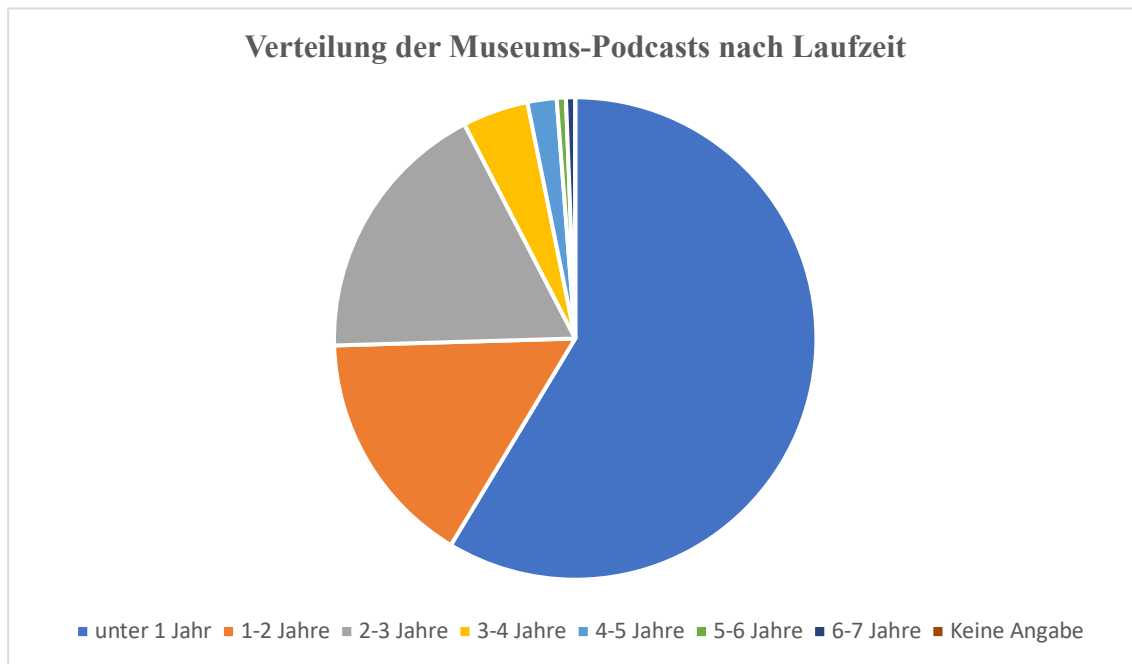


Abbildung 2: Verteilung der Museums-Podcasts nach Laufzeit, nach Tabelle Nr. 5.

Weiterhin untersucht wurde das Podcast-Sample hinsichtlich der bis zum Enderfassungsdatum hochgeladenen Folgenanzahl. Zunächst fällt auf, dass es auf manchen der Podcast-Kanäle zusätzlich zu den eigentlichen Folgen Podcast-Trailer sowie kurze Ankündigungs- oder Vorstellungsfolgen gibt. Diese wurden gesondert erfasst und konnten im Fall von circa einem Drittel der Untersuchungsgegenstände (32,9%) festgestellt werden (siehe Tabelle Nr. 6). Die meisten Museums-Podcasts bewegen sich mit ihrer Folgenanzahl (siehe Abb. 3, Tabelle Nr. 7) in einem Spektrum zwischen einer und zehn veröffentlichten Folgen (57,1%), darauf folgen 21,7% der Podcasts, auf deren Kanälen derzeit zwischen 11 und 20 hochgeladene Folgen verfügbar sind. Je höher die Folgen-Anzahl, auf umso weniger Podcasts trifft die Kategorie zu. Den Rekord mit 201 Folgen hält der Podcast des Stadtarchivs Aalen.¹⁷⁰ Die Marke von über 100 Folgen erreichen lediglich vier der untersuchten Podcasts (2,5%).

¹⁶⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 123.

¹⁷⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 135.

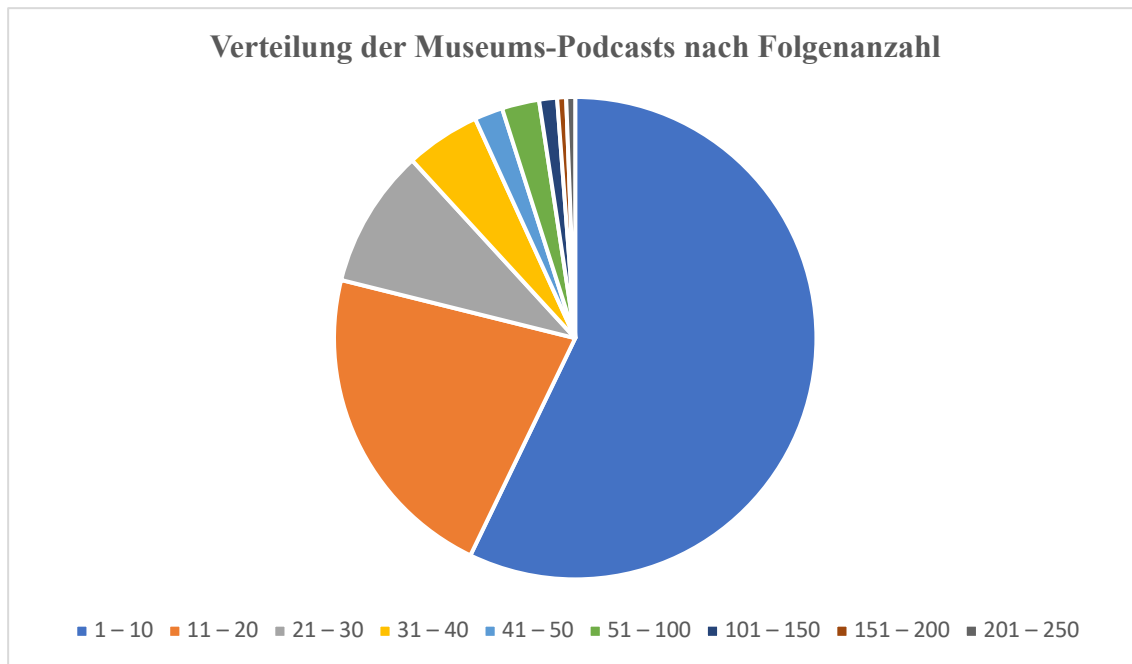


Abbildung 3: Verteilung der Museums-Podcasts nach Folgenanzahl, nach Tabelle Nr. 7.

Bei der nächsten in der Datengrundlage erfassten Kategorie handelt es sich um den Publikationsrhythmus der Podcast-Folgen auf den Kanälen (siehe Abb. 4, Tabelle Nr. 8). Hier wurde jeweils geprüft, ob es erkennbare, vorherrschende Muster in den Veröffentlichungsdaten gibt, die sich in die Kategorien „wöchentlich“, „zweiwöchentlich“, „monatlich“ oder „zweimonatlich“ einordnen lassen. Ergänzt wurden aufgrund der Datenlage bei der Untersuchung die Kategorien „einmalige Veröffentlichung aller Folgen“ oder „Veröffentlichung aller Folgen in einem kurzen Zeitraum“, da dies ein weiteres, immer wieder auftretendes Muster im Podcast-Sample darstellt. Eine Einordnung in diese Kategorien bedeutet nicht, dass alle Folgen des Podcasts strikt und ausnahmslos in diesem Muster veröffentlicht wurden, sondern dass dieses Muster lediglich allgemein vorherrschend ist. Alle Podcasts, bei denen ein solches Muster nicht erkennbar ist, sind der Kategorie „unregelmäßiger Rhythmus“ zugeordnet. Dieser letzten Kategorie gehört knapp die Hälfte (49,1%) der untersuchten Podcasts an. Hieraus lässt sich ableiten, dass viele der Museen neue Folgen je nach aktuellen Kapazitäten und Gelegenheiten produzieren und dabei keinen festgelegten, strukturierten Redaktionsplan verfolgen – zumindest keinen, der von außen erkennbar ist. Die zweite Hälfte der Podcasts veröffentlicht die Folgen in regelmäßigen Rhythmen – wöchentlich (10,6%), alle zwei Wochen (6,2%), monatlich (16,1%) oder alle zwei Monate (0,6%). Schließlich gibt es noch die in sich geschlossenen, vorproduzierten Projekte, bei denen alle Folgen entweder an einem Tag (10,6%) oder innerhalb eines kurzen Zeitraums (1,9%) erscheinen. Bei 5% der Podcasts lässt sich aufgrund fehlender Daten keine Angabe zum Veröffentlichungsrhythmus machen. Relevant

für diese Kategorie und für die Podcast produzierenden Museen ist ein Hinweis, der in den Praxis-Anleitungen zu Podcasts immer wieder genannt wird, nämlich dass regelmäßige Veröffentlichungen an festgelegten Tagen eine bessere Bindung der Hörer*innen an den Podcast begünstigen können.¹⁷¹

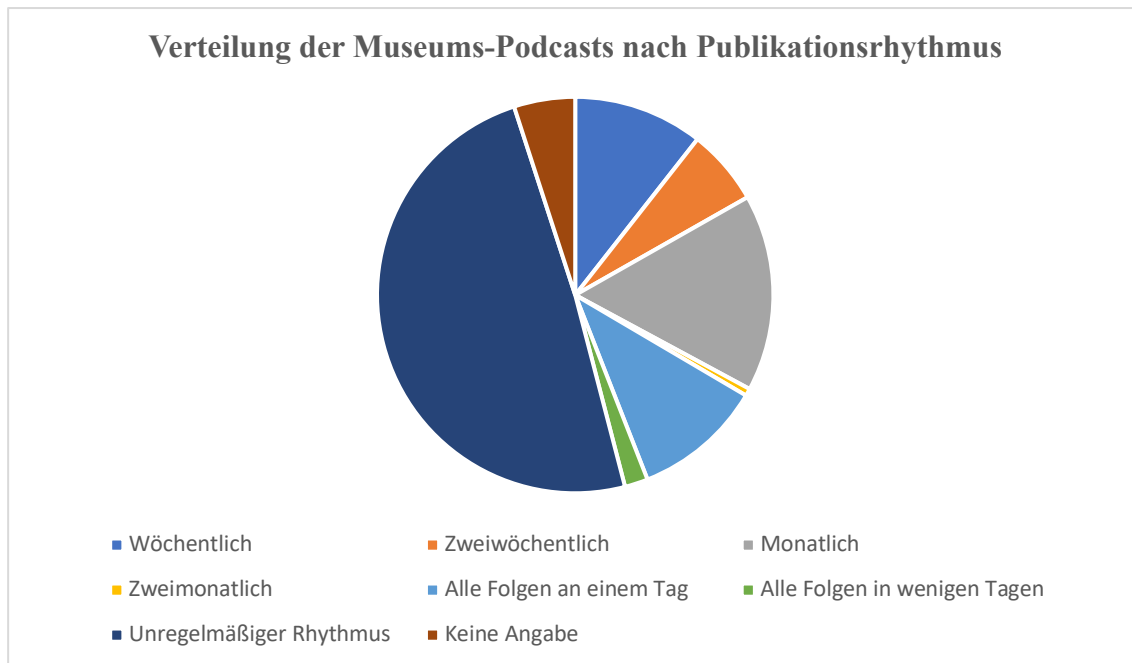


Abbildung 4: Verteilung der Podcasts nach Publikationsrhythmus, nach Tabelle Nr. 8.

Interessant ist des Weiteren die Verteilung der Podcasts in Bezug auf die Längen der einzelnen Episoden (siehe Abb. 5, Tabelle Nr. 9). Hier wurde bei der Einordnung ähnlich vorgegangen wie beim Publikationsrhythmus und nach vorherrschenden Mustern gesucht. Die Podcasts wurden in der Tabelle in Folgenlängen zwischen einer und 30 Minuten, zwischen 31 Minuten und einer Stunde, einer Stunde und 1,5 Stunden sowie 1,5 und zwei Stunden kategorisiert.¹⁷² Die Podcasts wiederum, bei denen kein Muster erkennbar war¹⁷³, wurden in der Kategorie unregelmäßige Länge eingruppiert. Die Ergebnisse der Auswertung zeigen, dass die unter Museums-Podcasts beliebteste Folgenlänge zwischen einer und 30 Minuten beträgt – diese Länge ist bei 46% des Samples vorherrschend. Am zweitmeisten gewählt wurde eine Länge zwischen 31 Minuten und einer Stunde (26,1%), dicht gefolgt von den 24,8%, die in die Kategorie der unregelmäßigen Länge fallen. Häufig beinhaltet diese Kategorie Podcasts, die oft, aber nicht immer,

¹⁷¹ Vassilian, Podcasting, S. 49.

¹⁷² Da sich nicht alle Podcasts klar diesen Kategorien zuordnen lassen (weil das Folgenspektrum eines Podcasts etwa bei 25 bis 37 Minuten liegt), wurden die Podcasts in diesen Fällen immer der Kategorie zugeordnet, zu der die Zahlen tendenziell besser passen.

¹⁷³ Podcasts, bei denen der Unterschied zwischen der kürzesten und längsten Folge mehr als 30 Minuten beträgt.

verhältnismäßig lange Folgen veröffentlichen und daher ein breites Spektrum an Folgenlängen im Repertoire haben. Die längste Folge des Samples findet sich beim „Exponiert“-Podcast, in dem die Produzentin Ulrike Kretzmer in jeder Folge ein anderes Museum besucht und die Hörer*innen dabei mitnimmt. Die längste Folge über ihren Besuch in der Domäne Dahlem dauert drei Stunden und 28 Minuten.¹⁷⁴

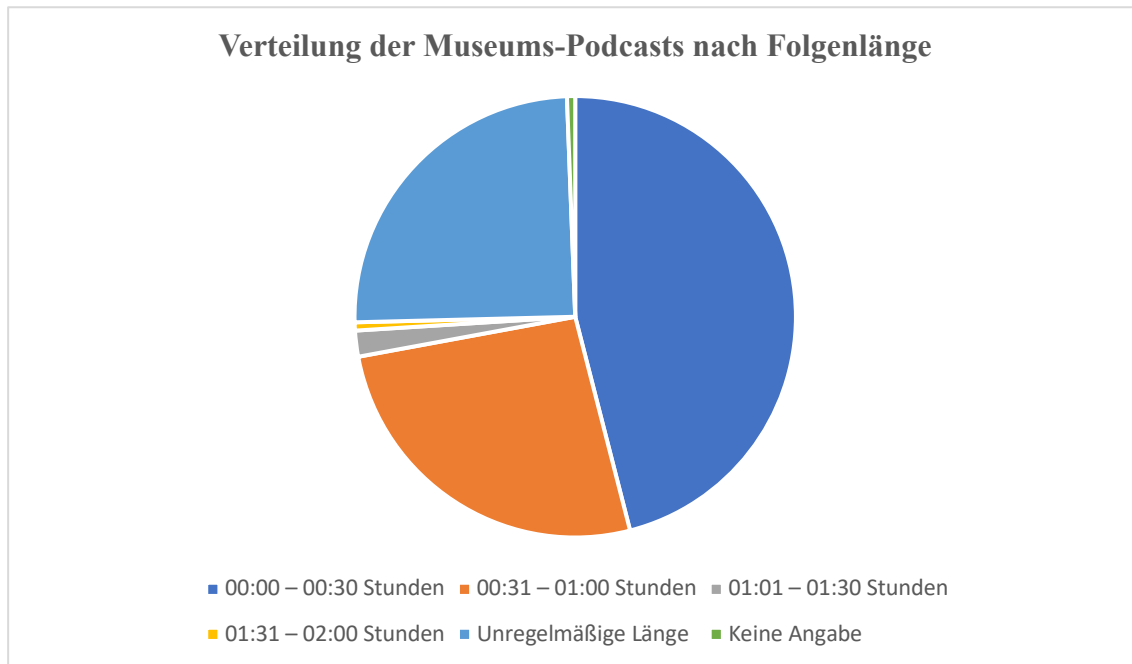


Abbildung 5: Verteilung der Museums-Podcasts nach Folgenlänge, nach Tabelle Nr. 9.

Schließlich wurden in einer Kategorie der Datengrundlage noch Daten zu den Podcast-Bewertungen erfasst. Auf verschiedenen Podcast-Plattformen gibt es auch verschiedene Möglichkeiten des Feedbacks für die Hörer*innen. Da ein Großteil der hier berücksichtigten Daten von der Plattform Spotify bezogen wurde und die meisten der besprochenen Podcasts auf Spotify verfügbar sind, wird sich auch auf die dortigen Bewertungen bezogen. Erst seit Ende 2021 bietet Spotify überhaupt die Möglichkeit an, Podcasts Bewertungen in Form von Sternen zugeben (minimal ein Stern, maximal fünf).¹⁷⁵ Auch Kommentare sowie Umfragen unter einzelnen Podcast-Folgen sind mittlerweile möglich, allerdings nicht so intuitiv benutzbar geschweige denn so frequentiert wie bei anderen Plattformen. Da die Kommentarfunktion beim untersuchten Sample bislang gar nicht genutzt wurde, konzentriert sich die Analyse der Bewertungen auf die von den Hörer*innen verteilten Sterne. Auch hier muss betont werden, dass die vorliegenden Zahlen keine automatischen Rückschlüsse auf den allgemeinen Erfolg des Podcasts oder die Anzahl der Hörer*innen erlauben. Nicht alle Rezipient*innen eines Podcasts geben auch

¹⁷⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 156.

¹⁷⁵ Spotify, Podcasts, 2021.

eine Bewertung ab.¹⁷⁶ An der Auswertung der Bewertungsdaten (siehe Abb. 6, Tabelle Nr. 10) lässt sich zunächst ablesen, dass 73,3% der untersuchten Podcasts mindestens eine Bewertung bei Spotify erhalten haben. Die Verteilung der Sterne ist äußerst homogen. Keiner der bewerteten Podcasts erhielt einen Bewertungsdurchschnitt zwischen einem und zwei Sternen und nur einer (0,6%) einen Durchschnitt zwischen 2,1 und drei Sternen. Der Großteil der untersuchten Podcasts erhielt im Durchschnitt eine sehr gute Bewertung zwischen 4,1 und fünf Sternen (67,1%). Wenn also ein Museums-Podcast eine Bewertung erhält, dann fällt diese meist positiv aus.

Direkt hieran anschließend zeigt Tabelle Nr. 11 die Auswertung der Anzahl der Bewertungen für die einzelnen Podcasts. Hier fällt auf, dass in den meisten Fällen (54%) nur eine bis 10 Bewertungen abgegeben wurden. Je höher die Zahl der bewertenden Personen, desto weniger Podcasts sind davon betroffen – mehr als 100 Bewertungen erhielten lediglich 4,3% der untersuchten Podcasts. Die einsame Spitze bildet dabei der Podcast der ARD Kultur „Akte: Raubkunst?“ mit 816 Bewertungen und ist damit die absolute Ausnahme. Hierbei handelt es sich zudem um einen der Podcasts über Museen, nicht von einer musealen Institution selbst. Hieraus lässt sich schließen, dass bei den meisten Museums-Podcasts nur sehr wenige Bewertungen vorliegen, diese aber dafür oft sehr gut ausfallen. Ein Indikator für die Aufmerksamkeit, die ein Podcast im Vergleich zu anderen in der Museums-Nische bekommen hat, kann die Bewertung eventuell in den Fällen sein, in denen bemerkenswert viele vorliegen, wie beispielsweise bei „Steppenkinder – Der Aussiedler-Podcast“ des Museums für russlanddeutsche Kulturgeschichte mit 188 Bewertungen.¹⁷⁷ Die Bewertungszahlen geben insgesamt also durchaus einen Hinweis darauf, dass Museums-Podcasts eher eine kleine Nische im Podcast-Genre abbilden und nicht die großen Massen an Hörer*innen anziehen. Dies ist aber auch nicht zwingend das Ziel der Museums-Podcasts. Dennoch gibt es auch in dieser Nische einige Leuchtturmprojekte, die (zumindest in puncto Bewertungen) die anderen im Sample weit hinter sich zurücklassen.

¹⁷⁶ Für eine Untersuchung der Hörer*innen-Zahlen müssten zum einen die Institutionen für Informationen angefragt werden sowie Rezeptionsforschung in Form von quantitativen und qualitativen Studien stattfinden.

¹⁷⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 100.

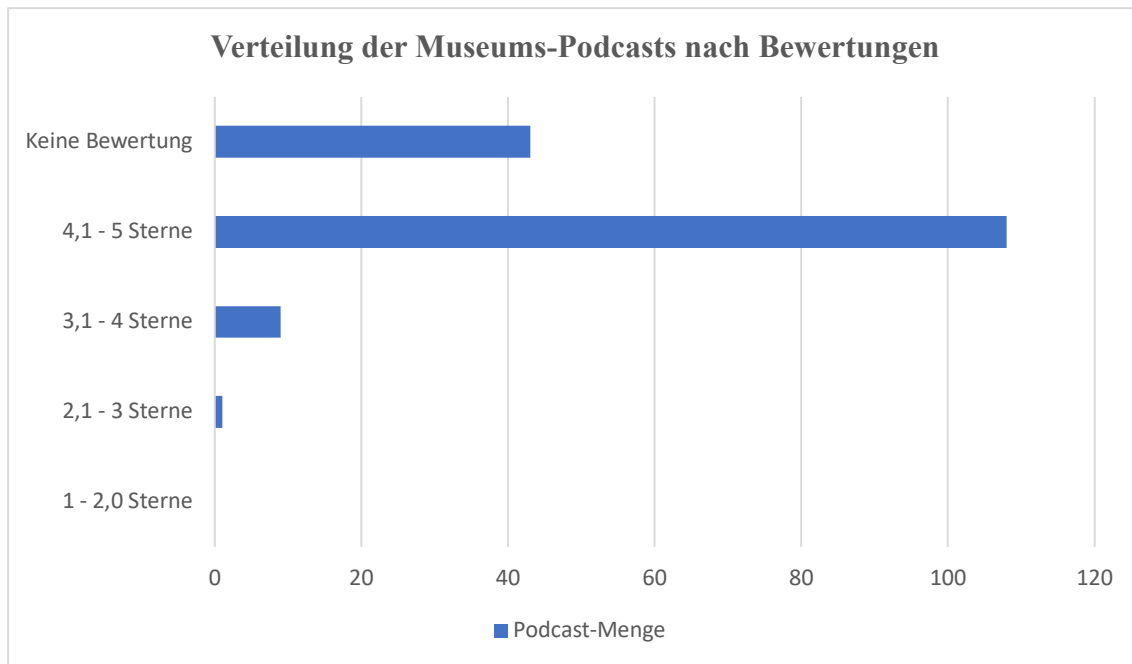


Abbildung 6: Verteilung der Museums-Podcasts nach Bewertungen, nach Tabelle Nr. 10.

Schließlich ging aus den Daten hervor, dass 19 der in der Datengrundlage erfassten Museen bereits mehrere Podcasts veröffentlicht haben – manche zwei oder drei und die Bundeskunsthalle Bonn¹⁷⁸ sogar vier Podcasts. Hieraus lässt sich ableiten, dass die durch ein Projekt erworbene Expertise und Erfahrung sowie gegebenenfalls der Erfolg eines Projektes dazu führen kann, dass weitere Projekte durch die Institution angestoßen werden.

3.3 Trends und Entwicklungen in der Landschaft deutscher Museums-Podcasts

Eine Kategorie der Datengrundlage – die der Podcast-Selbstbeschreibungen – wurde bisher noch nicht thematisiert. Im Folgenden werden die erfassten Texte auf übergreifende Phänomene sowie mögliche erkennbare Trends und Entwicklungen hin untersucht, die in der Museums-Podcast-Nische auftreten. Diese Überprüfung findet in Form von qualitativen Beobachtungen und Erkenntnissen statt. Aufgrund der umfangreichen Datenmenge kann nicht jeder erkannte Trend ausführlich erklärt werden. Es wird aber ein grober Überblick über allgemeine Entwicklungen gewährleistet. Wichtig für das folgende Unterkapitel ist, dass die benannten Entwicklungen lediglich auf den Beschreibungstexten der Podcasts basieren. Das bedeutet, dass der jeweilige Aspekt womöglich für noch viel mehr Podcasts aus dem Sample zutreffen kann, es sich aber nicht aus den jeweiligen Texten ergibt und entsprechende Podcasts so durch das hier angelegte Raster fallen.

¹⁷⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 16-19.

Zunächst unterscheiden sich die Beschreibungstexte vor allem in puncto Länge und Ausführlichkeit stark voneinander. Bei den einen Podcasts gibt es etwa nur einen Satz oder einen Stichpunkt,¹⁷⁹ andere gehen in dem Text sogar detailliert auf den Inhalt der einzelnen Folgen ein, inklusive der geplanten Veröffentlichungsdaten¹⁸⁰. Wieder andere haben an der Stelle zwar einen längeren Text stehen, in dem aber nur das Museum beschrieben wird und nicht, was im Podcast passieren soll.¹⁸¹ In diesem Kontext fällt gerade bei den Podcasts, die bei Spotify verfügbar sind, auf, dass sie unterschiedlich gut oder schlecht verschlagwortet und infolgedessen für die Hörer*innen zu finden sind. Manche Podcasts laufen etwa nicht unter den Namen der dazugehörigen Museen, sondern unter den Namen der Personen, die den Podcast moderieren und lassen sich bei einer Suche nach dem Museum dementsprechend nur schwer finden.¹⁸² Ein ähnliches Phänomen tritt auch auf den Museums-Websites auf: Manche Museen bewerben ihre Podcasts direkt auf der Startseite¹⁸³, bei anderen findet man auf der Website überhaupt keinen Hinweis auf den Podcast oder nur nach langer Suche¹⁸⁴. Es zeigt sich also, dass bei vielen Museen in der sichtbaren Platzierung des Podcasts noch Verbesserungspotenzial besteht.

Bezogen auf die inhaltliche Ebene der Texte lässt sich schnell feststellen, dass viele der Selbstbeschreibungen ganz allgemein darüber informieren, auf welchen Plattformen die jeweiligen Podcasts verfügbar sind, in welchen zeitlichen (Un-)Regelmäßigkeiten neue Folgen veröffentlicht werden und welche Themen im Podcast besprochen werden. So können sich gerade regelmäßige Hörer*innen darauf einstellen. Weiterhin werden die Hörer*innen in den Beschreibungstexten immer wieder dazu aufgerufen, den Podcast zu abonnieren, um keine neuen Folgen zu verpassen, ihn weiterzuempfehlen und manchmal auch Feedback zu hinterlassen, etwa bei einer dafür hinterlegten E-Mail-Adresse oder einem Instagram-Account.¹⁸⁵ Podcast-Plattformen wie Spotify lassen für direktes Hörer*innen Feedback kaum Raum, sodass seitens der Podcast-Produzierenden häufig auf andere Plattformen ausgewichen wird. Hier zeigt sich, wie crossmedial gearbeitet wird und die Möglichkeiten der verschiedenen Medienplattformen kombiniert genutzt werden. Es ist im Podcast-Feld durchaus gängig, dass die Betreiber*innen eines Podcasts einen eigenen Instagram-Account für diesen anlegen, um einerseits Werbung für den Podcast

¹⁷⁹ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 84, 132 und 144.

¹⁸⁰ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 112.

¹⁸¹ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 81.

¹⁸² Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 22 und 85.

¹⁸³ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 82.

¹⁸⁴ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 43.

¹⁸⁵ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 80 und 90.

zu machen, andererseits um mit ihren Hörer*innen in Kontakt zu treten. Im Falle der Museums-Podcasts läuft dies meist über die regulären Instagram-Accounts der Museen.¹⁸⁶ Laut einem Beitrag von Hendrikje Brüning und Ursula Warnke ist die Möglichkeit der Kommunikationsaufnahme besonders bei der Rezeption des entsprechenden Angebots durch Nutzer*innen mit fehlendem Vorwissen essenziell.¹⁸⁷ Sofern in den Beschreibungen im Podcast-Sample nicht um Feedback gebeten wird und kein Kanal dafür bereitgestellt wird, ist es durchaus möglich, dass dies stattdessen innerhalb der einzelnen Podcast-Folgen geschieht. Aus den eingeschränkten Feedback-Möglichkeiten auf den Podcast-Plattformen entsteht jedoch der Eindruck, dass es sich bei den Podcasts weniger um eine soziale und kommunikative Medienform handelt und mehr um ein Medium der einseitigen Informationsübermittlung.

Weiterhin fällt bei der Analyse der Beschreibungstexte auf, dass ein Themenelement in vielen der Podcasts die Objekte der museumseigenen Ausstellungen und Sammlungen sind. Insgesamt lässt sich ein Objekt-Bezug in 21,1% der Podcast-Beschreibungen feststellen und trifft wahrscheinlich auf noch mehr zu. Mal stellen die Objekte die inhaltliche Basis der Podcasts dar¹⁸⁸, bei anderen ist es ein Element von vielen und klingt in der Selbstbeschreibung eher nebenbei an¹⁸⁹. Angesichts der allgemeinen Objekt-Zentrierung durch die Museen in all ihren Aufgaben ist eine Auseinandersetzung mit diesen Objekten in den Podcasts die logische Konsequenz für einen Museums-Podcast. Aus diesem Grund lässt sich dieser Trend als spezifisch für die Museums-Podcast-Nische einordnen.

Im Sample ebenfalls immer wieder auffällig ist die Ankündigung, den Hörer*innen einen Blick hinter die Kulissen beziehungsweise einen Einblick in die Museumsarbeit gewähren zu wollen. Diese kommt in 18,6% der Beschreibungstexte vor und ist damit eine beliebte Herangehensweise. Ähnlich wie bei den Objektbezügen machen manche Museen den Blick hinter die Kulissen zum Haupt-Fokus der Podcasts¹⁹⁰, bei anderen ist es ein Teil des Konzeptes oder wird in der Beschreibung lediglich als Schlagwort verwendet¹⁹¹. Hinter diesem Trend steht vermutlich der Gedanke, sich dem Publikum als transparente, authentische Institution zu präsentieren. Das Audio-Medium wird spezifisch dafür genutzt, einen Einblick anzubieten, der bei einem Museums-Besuch meistens nicht gewährt wird. Dies kann beim Publikum auch einen Eindruck von Exklusivität

¹⁸⁶ U. a. Stiftung Haus der Geschichte, Podcast, o. D.

¹⁸⁷ Brüning/Warnke, Digitalisiert, S. 22.

¹⁸⁸ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 151.

¹⁸⁹ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 22 und 115.

¹⁹⁰ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 69.

¹⁹¹ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 27.

evozieren sowie das Interesse für und die Bindung an die Institution stärken. Darüber hinaus handelt es sich bei diesem Trend oft um Inhalte, die sich verhältnismäßig leicht in der Podcast-Form realisieren lassen und damit recht niedrigschwellig sind – sowohl für die Institution als auch für das Publikum.

Ein klassisches Podcast-Element, das auch bei den untersuchten Museums-Podcasts gängig ist, ist das Führen von Interviews beziehungsweise das Gespräch mit Expert*innen. In 50% der Selbstbeschreibungen gibt es Hinweise darauf, dass in den Museums-Podcasts Expert*innen oder andere Gäst*innen eingeladen werden und dort zu Wort kommen. Teils handelt es sich bei diesen um Mitarbeiter*innen des Museums, teils werden sie von außen hinzugezogen, um sich zu bestimmten Themen zu äußern. Hier wiederholt sich, was sich bereits bei den bisher genannten Trends gezeigt hat: Mal sind die Expert*innen-Stimmen oder Interviews nur ein Teil-Element des Podcasts und seiner Idee¹⁹² und mal basiert die gesamte Idee des Podcasts darauf, dass in jeder Folge ein*e andere*r Expert*in interviewt wird¹⁹³. Hiermit einher geht meist der Anspruch der Museums-Podcasts, verschiedene Menschen in den Podcasts zu Wort kommen zu lassen beziehungsweise ihnen eine Stimme geben zu wollen. Diese Überlegung schließt in den Beschreibungstexten sowohl die bereits genannten Expert*innen ein, aber auch immer wieder Künstler*innen, Museumsmitarbeiter*innen, Zeitzeug*innen und andere Personengruppen.¹⁹⁴

Einen Schritt weiter gehen die 11,8% der betrachteten Podcasts, die laut ihren Beschreibungen partizipative Elemente beinhalten. Nach dem Modell Nina Simons gibt es im Museum vier mögliche Stufen der Partizipation: Contribution (einfache schriftliche Rückmeldemöglichkeiten), Collaboration (kooperative Zusammenarbeit), Co-Creation (kuratorische Beteiligung) und Hosting (Bereitstellen von Ressourcen und Räumen).¹⁹⁵ Einige dieser Stufen spiegeln sich auch in den Museums-Podcasts: So fordert „Süßes oder Saurier“ die Kinder-Hörer*innen dazu auf, ihre Fragen und Ideen für neue Folgen per Sprachnachrichten zu schicken (Contribution).¹⁹⁶ Eine partizipative Stufe weiter geht der Podcast „Newsdesk“ des Museums für Kommunikation, der in Kooperation mit Studierenden der KU Eichstätt entstand (Collaboration)¹⁹⁷. „Urbaner Kunstraum Wuppertal“ wiederum möchte mit dem Podcast die Entstehung eines ganz neuen Museums begleiten

¹⁹² Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 53 und 90.

¹⁹³ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 40 und 55.

¹⁹⁴ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 3, 157 und 149.

¹⁹⁵ Thiel, Partizipation, S. 26.

¹⁹⁶ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 116.

¹⁹⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 97.

und dabei die „Wuppertaler Stadtgesellschaft in ihrer Vielfalt“¹⁹⁸ mitnehmen, also aktiv an der Entstehung beteiligen (Co-Creation). „Narren! Junge Fastnachtsforscher im Museum“ basiert wiederum auf einem Workshop-Format, in dessen Rahmen die teilnehmenden Kinder ihre eigenen Podcast-Folgen produzieren und auf dem Podcast-Kanal hochladen (Hosting).¹⁹⁹ Die verschiedenen partizipativen Stufen sind dabei nicht immer klar voneinander zu unterscheiden. Sofern ein Podcast auf den ersten Blick keine partizipativen Elemente beinhaltet, kann er nichtsdestotrotz zum Handeln auffordern. Ein Beispiel ist hier „Schlossgeflüster aus Tübingen“, der die Hörer*innen zu Diskussionen über die Objektkontexte animieren möchte²⁰⁰ oder „Mitmischen erwünscht“, in dem die Hörer*innen dazu aufgefordert werden, „sich für ihre Interessen und Überzeugungen einzusetzen und im politischen Geschehen mitzumischen“²⁰¹. Diese Beispiele zeigen, welches Potenzial das Medium Podcast für Museen hinsichtlich Partizipation und sogenannter handlungsorientierter Vermittlung²⁰² bieten kann. Dabei wird außerdem deutlich, dass das Podcast-Medium nicht zwangsläufig als reines Informations-Sendungs-Medium funktionieren muss, sondern auch andere Variationen mit mehr Einbindung des Publikums möglich sind. Bei derartigen Variationen handelt es sich bislang jedoch noch um die Ausnahme.

Ebenfalls Potenzial bieten die Podcasts im Bereich der Thematisierung und Sichtbarmachung von Perspektiven und Themen, die gerade im Museum sonst häufig zwischen den althergebrachten, etablierten Masternarrativen untergehen oder unsichtbar bleiben, etwa die marginalisierter Gruppen und gesellschaftlicher Minderheiten. Aus 8,1% der Podcast-Beschreibungstexte geht hervor, dass diese Perspektiven im Podcast eine Rolle spielen. In „Die absoluten Tänzerinnen“ geht es etwa um Bewegungskünstlerinnen in der Weimarer Republik²⁰³, in „Akte: Raubkunst?“ um koloniales Raubgut,²⁰⁴ und in „Gen Z als MC“ um die Diskriminierung bestimmter Personengruppen im Kulturbetrieb.²⁰⁵ Bei den Beispielen handelt es sich jedoch in den meisten Fällen um Museen, die sich aufgrund ihrer Thematik sowieso schon stärker mit unterrepräsentierten Gruppen auseinandersetzen und daher bereits eine andere Sensibilität vorweisen können, etwa Jüdische Museen oder das Zentrum für verfolgte Künste. Nichtsdestotrotz können diese Podcasts ein Vorbild sein und die Möglichkeiten aufzeigen, die das Podcast-Medium für

¹⁹⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 158.

¹⁹⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 33.

²⁰⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 90.

²⁰¹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 29.

²⁰² Nettke, Museumspädagogik, S. 36.

²⁰³ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 37.

²⁰⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 2.

²⁰⁵ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 9.

eine stärkere Implementierung von Multiperspektivität und Diversität bereithält. Podcasts eignen sich schließlich besonders gut als Ansatzpunkt für eine Erweiterung der bisher dargestellten Perspektiven und Inhalte eines Museums.

Aus 17 der Beschreibungstexte (10,6%) geht hervor, dass junge Museumsmitarbeiter*innen oder Schüler*innen und Student*innen mindestens an der Podcast-Produktion beteiligt, wenn nicht sogar hauptverantwortlich dafür sind. In den meisten dieser Fälle handelt es sich um Volontär*innen, studentische Mitarbeiter*innen, Praktikant*innen oder FSJler*innen – also Personen, die in der Museums-Hierarchie eher niedrig gestellt sind und dementsprechend gering oder im Fall von Praktikant*innen oft gar nicht entlohnt werden. Dieser Trend trifft möglicherweise auf noch mehr Podcasts des Samples zu und ist zumindest ein Indiz dafür, dass Podcasts für viele Museen bislang noch ein experimentelles Medium darstellen. Dieses wird zum Ausprobieren häufig an jüngere Mitarbeiter*innen abgegeben, in Kooperation mit ihnen erarbeitet oder auf deren Initiative hin angegangen. Die Tatsache, dass gerade die Museumsmitarbeiter*innen, die befristet angestellt sind und verhältnismäßig geringe Entlohnungen erhalten, oft die Verantwortung für recht anspruchsvolle Projekte (wie einen Museums-Podcast) haben, von dem in der Außenwirkung die ganze Institution profitiert, kann und sollte auch aus einer kritischen Perspektive betrachtet und hinterfragt werden.

Als besondere Zielgruppe einzelner Museums-Podcasts lassen sich anhand des Samples Kinder herauskristallisieren. Explizit an diese sind sechs Podcasts gerichtet.²⁰⁶ Hier kann beobachtet werden, dass bei Museen, die Podcasts für Kinder anbieten, dies meist nur eins von mehreren Podcast-Angeboten des Museums ist. Dies ist ein Zeichen dafür, dass die Museen auf einer breiteren Basis auf das Medium setzen und auditive Angebote für mehrere Zielgruppen konzipieren, die sich gegenseitig ergänzen sollen. Dabei kann auch die Überlegung eine Rolle spielen, dass Eltern beispielsweise über den Podcast für Erwachsene auf den Kinder-Podcast stoßen oder umgekehrt.

In den Beschreibungstexten von 13% der einbezogenen Podcasts tauchen neben den Museumsnamen die Namen von Tonstudios, Produktionsfirmen, Medienhäusern oder Rundfunkanstalten auf, mit denen die Museen für die Podcast-Produktion zusammengearbeitet haben. Dies ist ein Indikator für den Grad der Professionalisierung der Museen im Podcast-Bereich und den Anspruch, den sie an ihre Formate haben. Zusätzlich zur Qualitätserhöhung und der zusätzlichen (technischen) Expertise, die derartige Kooperationen mit sich bringen, können sie sich ebenso positiv auf die Reichweite und damit den

²⁰⁶ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 5, 33, 56 und 116.

allgemeinen Erfolg des jeweiligen Podcasts auswirken. Das NS-Dokumentationszentrum München arbeitet etwa mit dem Bayerischen Rundfunk zusammen²⁰⁷, das Museum Utopie und Alltag mit der Medienproduktionsfirma KOOPERATIVE BERLIN²⁰⁸ und das Mendelssohn Haus Leipzig mit der Leipziger Volkszeitung²⁰⁹.

Überraschenderweise finden sich nur in wenigen Selbstbeschreibungen explizite Verweise auf die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Museumsschließungen. Lediglich bei vier Podcasts wird darauf hingewiesen, dass die Lockdowns den Anstoß für das jeweilige Podcast-Projekt gegeben haben.²¹⁰ Es ist aufgrund des starken Anstiegs der Podcast-Veröffentlichungen ab dem Jahr 2020 jedoch davon auszugehen, dass dies bei mehr Podcasts der Fall gewesen ist.²¹¹

Die Perspektive der Personen, die Inhalte (etwa in Podcast-Form) produzieren, hat immer einen Einfluss darauf, welche Perspektiven abgebildet werden und auch Museen als Wissen produzierende sowie vermittelnde Institutionen sind lange von der männlichen Perspektive sowie durch patriarchale Meistererzählungen und Geschichtsbilder dominiert worden. Wie bereits in Kapitel 2.1 thematisiert, gibt es zudem nach wie vor ein genderbezogenes Ungleichgewicht unter Podcaster*innen. Aus diesen Gründen ist auch bei Museums-Podcasts die Frage nach dem Geschlecht der Hosts (der Moderator*innen) nicht außer Acht zu lassen. Anhand der vorhandenen Informationen aus den Beschreibungstexten lässt sich ablesen, dass 26,1% der untersuchten Podcasts von ausschließlich weiblichen Hosts moderiert werden, 17,4% von ausschließlich männlichen Hosts und 15,5% von gemischtgeschlechtlichen Teams.²¹² Bei 40,4% der Podcasts ergaben sich die für diese Frage erforderlichen Daten nicht aus den Beschreibungstexten. Dennoch geht der Trend eindeutig zu einer Dominanz von Podcasts mit mindestens weiblicher Host-Beteiligung. Nicht berücksichtigt werden dabei die Personen, die über den*die Host hinaus noch an der Produktion der Podcasts beteiligt sind sowie die Expert*innen und Gäst*innen, die für die einzelnen Folgen eingeladen und befragt werden. Die dortige Verteilung erfordert eine gesonderte Untersuchung, ebenso die Frage nach Diversitätskategorien über das Geschlecht hinaus. In Bezug auf Letzteres ist unter den untersuchten Museums-

²⁰⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 117.

²⁰⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 113.

²⁰⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 75.

²¹⁰ Tabelle Nr. 1, Podcasts Nr. 6, 13, 86, 111.

²¹¹ Dass dies der Fall sein kann, ohne dass es in der Selbstbeschreibung thematisiert werden muss, zeigt der Inhalt des Tätigkeitsberichts der Stiftung Haus der Geschichte. Hier wird von dem hauseigenen Podcast als Pandemie-Projekt erzählt (Stiftung Haus der Geschichte, Bericht, S. 59f.), in der Beschreibung des Podcasts bei Spotify ist dies jedoch kein Thema (Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 151).

²¹² In Anwendung des binären Geschlechtssystems mit dem Bewusstsein, dass es mehr als zwei Geschlechter gibt.

Podcasts immerhin kein Ungleichgewicht zum Nachteil weiblicher Repräsentation erkennbar, wie man es aufgrund der Studienlage zu Podcasts hätte vermuten können.

Einige der herausgearbeiteten Muster und Trends betreffen die in den Beschreibungstexten formulierten Ziele, die die Museen mit ihren Podcasts verfolgen. Manchmal fehlt dieses Element in den Texten ganz, in anderen Fällen wird es explizit genannt und in wieder anderen Fällen gibt es implizite Hinweise oder wiederkehrende Formulierungen, die auf Ziele und damit weitere Entwicklungen und Trends hindeuten. Ein klassisches Ziel der Podcasts besteht beispielsweise in der Ergänzung, Begleitung oder Erweiterung der Ausstellungen des Museums. Dies kann die Auseinandersetzung mit einer bestimmten Wechsellausstellung, aber auch mit der Dauerausstellung eines Museums sein.²¹³ Diese Form von Podcast ist beispielsweise dazu geeignet, den Ausstellungsbesuch vor- oder nachzubereiten. Auf diese Möglichkeit weist etwa das Museum Karlshorst in seinem Beschreibungstext zum Podcast „Wer erzählt Geschichte zum Zweiten Weltkrieg“ hin.²¹⁴ Geworben wird in den Texten in diesem Zusammenhang häufig mit der Bereitstellung exklusiver Informationen und Inhalte.²¹⁵ Dieses Framing soll vermutlich die Motivation des Publikums erhöhen, sich den Podcast anzuhören und das Interesse an den Inhalten zu steigern. Es wird suggeriert, Nicht-Hörer*innen würden wichtige Informationen entgehen.

Wie bereits in Kapitel 2.2 als möglicher Anknüpfungspunkt für Podcasts in Museen benannt, ist die Vermittlungs-Aufgabe, die Museen zu ihrem Selbstverständnis zählen, ebenfalls ein Ziel, das sich in den Beschreibungstexten spiegelt. Teil dieses Anspruchs sind unter anderem die in den Beschreibungstexten formulierte Absicht, „Klischees und Mythen einzuordnen“²¹⁶, verschiedene Perspektiven vorzustellen²¹⁷ sowie Hintergründe, Vertiefungen und Ausblicke zu den Museumsthemen bereitzustellen.²¹⁸ Es ist davon auszugehen, dass die meisten Museen ihren Podcasts das Ziel der Wissensvermittlung attestieren würden, auch wenn dies nicht immer explizit in den Beschreibungs-Texten formuliert wird. Hierfür sprechen auch die zahlreichen Expert*innen-Interviews, die in vielen Podcasts geführt werden und in denen Wissen und Expertise in großem Umfang immer wieder erfragt und herausgearbeitet werden.

²¹³ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 4 und 50.

²¹⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 85.

²¹⁵ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 134.

²¹⁶ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 8.

²¹⁷ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 93, 123 und 126.

²¹⁸ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 108.

Doch es geht in den Podcasts nicht allein um die Weitergabe von Informationen, sondern immer auch um die Verbindung dieses Ziels mit unterhaltenden Elementen. Dies zeigt sich insbesondere an den Ankündigungen oder Versprechen, die Hörer*innen in vergangene Zeiten oder andere Welten und Geschichten eintauchen zu lassen²¹⁹, auf Entdeckungs- oder Abenteuerreise zu schicken²²⁰ und Überraschungen für sie bereitzuhalten²²¹. Hierin spiegelt sich das Ziel der Schaffung und vor allem Inszenierung eines immersiven Erlebnisses für die Hörer*innen: In *Schlüsselbegriffe der Public History* heißt es dazu:

Hierbei geht es um eine möglichst weitgehende Ausschaltung von Eindrücken, die noch daran erinnern, dass es ein Außerhalb der jeweils inszenierten historischen Welt gibt. Dieses Gefühl des Versetzt-Seins in eine andere Welt soll dabei zugleich als Versetzt-Sein in eine andere Zeit erlebt werden²²².

Die Beschreibung erklärt zudem den Sachverhalt, dass die Ankündigung des immersiven Eintauchens in die Geschichten vor allem bei Podcasts mit historischen Inhalten vorkommt. Noch öfter als das Immersions-Versprechen taucht in den Beschreibungstexten der Verweis auf spannende, inspirierende, unterhaltende oder kuriose Geschichten auf, die in den Podcasts erzählt werden sollen.²²³ Aus diesen Formulierungen geht der intendierte Unterhaltungs- und Erlebnisfaktor der Podcasts eindeutig hervor und soll bei möglichen Hörer*innen die Motivation zur Rezeption der Podcasts erhöhen. Außerdem sind nach Woletz und Volkwein-Mogel „Museen als Orte der Wissens- und Kulturvermittlung [...] immer auch Schauplätze narrativer Praxis“²²⁴, was den wiederkehrenden Fokus auf das Erzählen von Geschichten erklärt. In diesem Kontext ist hervorzuheben, wie viele Podcasts mittlerweile existieren – sowohl im Bereich Wissen als auch im Bereich Unterhaltung – und wie groß damit automatisch die Konkurrenz für jeden neuen (Museums-)Podcast ist.²²⁵ Daher ist es für die Museen essenziell, die Zielgruppen vom Mehrwert des eigenen Podcasts zu überzeugen, um sich in dem Feld behaupten und etablieren zu können. Aus diesen Umständen resultiert auch das Framing der Podcasts als Erlebnis, Reise oder Ansammlung spannender Geschichten. Insbesondere in den Podcasts, die sich explizit an Kinder richten, sind solche Formulierungen zu beobachten. Sie lassen auf spielerische Ansätze schließen, um Wissen zu vermitteln und positive erste Begegnungen der Kinder als potenzieller zukünftiger Zielgruppe mit der Institution Museum zu schaffen.

²¹⁹ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 5, 67 und 136.

²²⁰ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 56 und 72.

²²¹ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 88 und 106.

²²² Gundermann et al., *Schlüsselbegriffe*, S. 115.

²²³ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 35, 71 und 145.

²²⁴ Woletz/Volkwein-Mogel, *Storytelling*, S. 77.

²²⁵ Bunnenberg/Logge/Steffen, *SocialMediaHistory*, S. 275.

In einem noch größeren Kontext lassen sich diese Beobachtungen auf das generell immer größere Freizeit- und Unterhaltungsangebot übertragen, das eine Konkurrenz für Museum im Allgemeinen darstellt und zu Diskursen über eine befürchtete „Eventisierung und Kommerzialisierung kultureller Angebote“²²⁶ führt. Angesichts dieses Trends der Suggestion eines Erlebens (der Vergangenheit) ist es umso wichtiger, zu gewährleisten, dass die Rezipient*innen über die Kompetenz verfügen, die inszenierten Inhalte und Darstellungen einordnen und reflektieren zu können.²²⁷ Auch Daniel Bernsen und Ulf Kerber weisen in ihrer Publikation dezidiert auf die Relevanz von Medienkompetenzen für die Rezeption geschichtsdidaktischer Formate hin.²²⁸ Ob die Podcasts, die ein Erlebnis spannender Geschichten versprechen, ebenso eine solche Kompetenz bei den Hörer*innen fördern, kann in diesem Rahmen allgemein nicht überprüft werden.

Der Trend in Richtung unterhaltender Inhalte ist wiederum Teil eines weiteren Ziels, das sich manche Museen sowie Privatpersonen mit ihren Podcasts setzen: die Gewinnung neuer Zielgruppen für das Museum und das Anbieten niedrigschwelliger Formate und damit einhergehend ein Verlassen des akademischen Elfenbeinturms – also all das, was unter dem Begriff Outreach gefasst werden kann (siehe Kapitel 2.2). So beanspruchen mehrere Museen in ihren Beschreibungstexten für sich, einen ersten „Einstieg in die Thematik“²²⁹ zu geben und „ohne den gefürchteten Fachsprech“²³⁰ zu arbeiten. Vor allem trifft dies auf viele der Podcasts zu, die von Privatpersonen produziert werden und nicht von den Museen selbst. Bei „museumbug“ heißt es beispielsweise „Analyse und Systematik ist ihnen dabei fremd. Gepflegter Boulevard wird groß geschrieben“²³¹ und bei „Museum, was muss?“ wollen die Studierenden der Museologie Würzburg einen Blick hinter das ihrer Meinung nach staubige, veraltete und unnahbare Image des Museums werfen.²³² Zu möglichen Erfolgen im Erreichen der Outreach-Ziele durch Museums-Podcasts gibt es bisher noch keine Erkenntnisse in der Forschung.

Ein Mittel, das ebenfalls zu einer Herabsetzung der Hürden für die Beschäftigung mit Museen führen kann und das in den vorliegenden Texten immer wieder thematisiert wird, ist die Herstellung von Aktualitäts- und Gegenwartsbezügen. „Blickwinkel. Wir Kapitalisten“ der Bundeskunsthalle Bonn möchte beispielsweise herausfinden, „was das

²²⁶ Gundermann et al., Schlüsselbegriffe, S. 100.

²²⁷ Bunnenberg/Logge/Steffen, SocialMediaHistory, S. 276.

²²⁸ Bernsen/Kerber, Überlegungen, S. 31-33.

²²⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 8.

²³⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 45.

²³¹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 73.

²³² Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 119.

alles eigentlich mit uns zu tun hat“²³³ und „Kunstcouch“ der Staatlichen Museen Karlsruhe spricht von einer überraschenden Aktualität der Ausstellungsinhalte und möchte den Hörer*innen „hilfreiche Denkanstöße für den Alltag“²³⁴ geben. Auf diese Weise kann das Publikum den Eindruck einer höheren Relevanz sowie einem Mehrwert der Podcast-Inhalte für das eigene Leben und den Alltag bekommen und ebenso ein erhöhtes Interesse für die präsentierten Inhalte entwickeln.²³⁵ Die Anwendung von Gegenwartsbezügen gilt in der musealen Vermittlungsarbeit als Grundprinzip.²³⁶ In eine ähnliche Richtung geht das Ziel, in den Podcasts Fragen der Zukunft zu diskutieren oder die Entstehung von Museen sowie neuen musealen Formaten zu begleiten. Beim Gegenwartsbezug ist der „Zukunftsbezug zugleich mitzudenken“²³⁷. Dieser wiederum kann beim Publikum für ein Gefühl der Transparenz, Authentizität sowie Offenheit für Feedback sorgen. Im „99 Questions“ Podcast des Humboldtforums geht es beispielsweise um „Themen der Welt von morgen“²³⁸, in „Kaffee mit Kolleg*innen“ unter anderem um die „langfristige Entwicklung von Museen“²³⁹ und im „Linden LAB Podcast“ wird eine mögliche Neuausrichtung ethnologischer Museen diskutiert.²⁴⁰ Eine Möglichkeit zu haben, solche Diskurse verfolgen und eventuell sogar mitgestalten zu können, kann ebenfalls zu einem Abbau von Barrieren führen. Ergänzend zu den Zielen, die hier aus den Beschreibungstexten herausgearbeitet wurden, ist darauf hinzuweisen, dass hinter den einzelnen Podcasts immer die Namen der Museen stehen und es daher schlussendlich immer auch um Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung geht. Diese wird seitens der Museen lediglich nicht dezidiert in den Texten benannt.

Ferner ist zu beobachten, dass in den herangezogenen Texten mehrfach die Vorteile und Besonderheiten des Podcast-Mediums hervorgehoben werden, die bereits in Kapitel 2.1 umrissen wurden. Das beginnt implizit bei Wortspielen, die sich auf den Hörsinn, über den die Podcasts rezipiert werden, beziehen – etwa in den Podcast-Titeln „Museumslauschen“²⁴¹, „Schlossgeflüster“²⁴², „Kunstgezwitscher“²⁴³ oder in den Beschreibungen mit Formulierungen wie „wirf einen ‚akustischen Blick‘“²⁴⁴, „Hören Sie sich gerne

²³³ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 16.

²³⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 127.

²³⁵ Gundermann et al., Schlüsselbegriffe, S. 199.

²³⁶ Nettke, Museumspädagogik, S. 35.

²³⁷ Gundermann et al., Schlüsselbegriffe, S. 199.

²³⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 44.

²³⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 6.

²⁴⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 64.

²⁴¹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 109.

²⁴² Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 90.

²⁴³ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 145.

²⁴⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 79.

um“²⁴⁵ und „ihr seid ohrnah dabei“²⁴⁶. Diese Ausdrucksweise impliziert die in der Podcast-Literatur beschworene Intimität des Mediums als sein essenzielles Merkmal. Über solche Begrifflichkeiten hinaus betonen die Texte Vorteile wie die Möglichkeit einer zeit- und ortsunabhängigen Rezeption der Podcasts und die damit verbundene Gemütlichkeit. Zu den „Soundführungen des Jüdischen Museums Frankfurt“ heißt es beispielsweise „Macht es euch bequem und lauscht gespannt“²⁴⁷. Der Verein des Deutschen Historischen Museums möchte wiederum ein „Publikum weit über die Grenzen Berlins hinaus“²⁴⁸ erreichen. Im Beschreibungstext von „BROADCAST“, dem Podcast des Museums für Brot und Kultur, wird explizit mit dem Podcast als zeit- und ortsunabhängiger Alternative oder Ergänzung zum Museumsbesuch vor Ort geworben.²⁴⁹ Daran lässt sich ablesen, dass die Museen sich der Vorteile des Mediums eindeutig bewusst sind und diese für viele Institutionen auch maßgeblich für den Start eigener Podcast-Projekte gewesen sind.

Eine Sonderform von Museums-Podcasts stellen überdies noch diejenigen dar, die nicht von den Museen selbst stammen, sondern unabhängig davon als Privat-Personen Podcasts produzieren, in denen es aber inhaltlich um Museen, Ausstellungen und museumsnahe Diskurse geht.²⁵⁰ Hierbei handelt es sich nicht nur um einen Trend, sondern immer auch um das Hauptmerkmal der jeweiligen Podcasts und damit um einen Typ von Museums-Podcasts. Dieser und weitere Typen werden im folgenden Unterkapitel vorgestellt.

3.4 Eine Typologie deutscher Museums-Podcasts

In der bestehenden Literatur zu Podcasts – vor allem in den Praxis-Anleitungen – werden auch verschiedene Typen benannt, etwa der Personality-, der Labor-, der Interview-, der Themen-, der Fiction-, Unternehmens- und der journalistische Podcast in Larissa Vassilians Ausführungen²⁵¹ oder der Solo-Podcast, das Talk-Format, der Magazin- und der Storytelling-Podcast bei Philipp Eins²⁵². Es gibt sogar bereits einzelne Versuche, Museums-Podcasts zu systematisieren. Constanze Wicke fasste 2009 beispielsweise die typischen Inhalte der damaligen Museums-Podcasts zusammen: Ihrer Ansicht nach bestehen diese aus als Podcasts konzipierten Audioführungen, Feature-ähnlichen Podcasts mit

²⁴⁵ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 102.

²⁴⁶ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 156.

²⁴⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 51.

²⁴⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 111.

²⁴⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 86.

²⁵⁰ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcasts Nr. 46 und 73.

²⁵¹ Vassilian, Podcasting, S. 33-45.

²⁵² Eins, Podcasts, S. 27-36.

journalistischer Machart, der Veröffentlichung von Veranstaltungen im Podcast-Format, Musik-Podcasts und zu guter Letzt aus Besucherpodcasts mit partizipativen Elementen.²⁵³ Ein Jahrzehnt später machte Matthias Stier in seinem Blog-Artikel einen erneuten Versuch und identifizierte folgende mögliche Herangehensweisen an Museums-Podcasts: seriell erzählte Formate, thematische Podcasts, Making-of-Formate und Podcasts über statt von Museen.²⁵⁴ Die nun folgende, neue Konzeption ist deshalb notwendig, weil sich die Landschaft von Museums-Podcasts in Deutschland seit 2020 noch einmal stark vergrößert und ausdifferenziert hat und die vorherigen Einteilungen nicht – wie hier – auf einer darauf ausgerichteten Untersuchung basierten. Dennoch lassen sich sowohl zu den allgemeinen Podcast-Einteilungen aus der Literatur sowie vor allem zu der von Stier Ähnlichkeiten feststellen.

Die Basis für die neue Typologie (siehe Tabelle Nr. 12). bilden die zuvor beschriebenen Trends und Entwicklungen. Es konnte festgestellt werden, dass einige dieser Trends nicht nur ein Teil-Element, sondern das Haupt-Merkmal der gesamten Herangehensweise der jeweiligen Podcasts darstellen. Anhand der identifizierten Hauptmerkmale werden die in der Datengrundlage erfassten Podcasts nun in verschiedene Typen von Museums-Podcasts eingeteilt. Wie bei jeder Typologie handelt es sich dabei um normative, zugespitzte Einteilungen. Hierbei muss jedoch stets reflektiert werden, dass diese Vorgehensweise lediglich einer Übersicht über vorherrschende, auffällige Strukturen und Herangehensweisen des Feldes dienen kann, die nicht bedeutet, dass ein Podcast nicht in mehrere Kategorien gehören oder vollkommen aus dem Raster fallen kann.

Zunächst ist zwischen Podcasts von den musealen Institutionen selbst und von Akteur*innen außerhalb des Museums zu unterscheiden und damit als erster Museums-Podcast-Typ der *Podcast über Museen* zu benennen. Schon in der Bestandsaufnahme und im Zuge der Trends und Entwicklungen wurde diese Podcast-Form thematisiert. Mit 9,3% stellt sie einen durchaus relevanten Anteil des gegebenen Samples dar. Die Podcasts zeichnen sich zum einen dadurch aus, dass sie nicht von einem Museum selbst stammen (differenzierendes Hauptmerkmal). Zum anderen haben sie alle eine recht ähnliche Struktur: Thema jeder neuen Folge ist in der Regel ein Museum, eine Ausstellung, ein museales Projekt oder ein Objekt und darüber wird in der jeweiligen Folge gesprochen und diskutiert – meist in festen Personen-Konstellationen. Natürlich sind auch Abweichungen möglich. Laut der Museumspädagogin und Wissenschaftlerin Tine Nowak waren und sind

²⁵³ Wicke, Podcasting, S. 13-16.

²⁵⁴ Stier, Nische, 2020.

Podcasts dieser Art essenziell für die Etablierung von Museums-Podcasts (siehe die Ausführungen in Kapitel 2.3). Auch innerhalb dieses Typs sind Differenzierungen möglich: „Akte: Raubkunst?“ ist beispielsweise ein Podcast der ARD-Kulturredaktion und thematisiert in jeder Folge ein anderes Objekt kolonialer Raubkunst, seine Geschichte und die Debatten um eine mögliche Restitution des Objekts.²⁵⁵ Andere Podcasts stammen wiederum von Privatpersonen, etwa „museumbug. Der lauschige Museums-Podcast“. Darin besuchen die drei Hosts gemeinsam Museen und tauschen sich im Podcast anschließend über ihre Eindrücke aus.²⁵⁶ Häufig arbeiten die in diesem Typ von Podcasts podcastenden Privatpersonen selbst im Museums- oder Kultur-Bereich, betreiben die Podcasts aber in ihrer Freizeit.

Es lässt sich sicher darüber diskutieren, ob Podcasts, die nicht von den Museen selbst stammen, Teil einer solchen Definition oder Typologie sein sollten. In diesem Fall wurde sich aufgrund der Relevanz dieser Podcast-Gruppe in ihrem Einfluss auf die institutionellen Podcasts jedoch dafür entschieden. Des Weiteren entsprechen die Podcasts über Museen noch am ehesten dem ursprünglichen Gedanken des Podcastings, also der Selbstermächtigung jedes*jeder einzelnen, der*die seine eigenen Inhalte ohne große Hürden produzieren kann. Sie stellen zudem eine wichtige Stimme und Perspektive der Rezipient*innen von musealen Inhalten dar. Viele dieser Podcasts sind bemüht, bestehende Barrieren vor einem Museumsbesuch abzubauen und die Inhalte niedrigschwellig zu diskutieren. Ein zentraler Unterschied zu den Museums-Podcasts der Institutionen ist die Finanzierung. Wenn Podcasts nicht aktiv monetarisiert werden – zum Beispiel durch Werbung – lässt sich damit kein Geld verdienen. Für die privaten Podcaster*innen ist es also eine ehrenamtliche Tätigkeit, die sie in ihrer Freizeit betreiben. Aus dem Beschreibungstext des „30-Minuten-Kunst“ Podcasts von Jens Trocha wird dieses Merkmal besonders deutlich. Dort schreibt er:

In diesem Projekt steckt jede Menge Herzblut: Recherchen und Vorbereitungen sind zeitaufwendig. Produktion und technische Umsetzung kosten. Deshalb meine Bitte: Unterstützen Sie mich und den Podcast.²⁵⁷

Es folgt die Angabe eines Kontos und eines Spendenlinks.

Bei den nun folgenden identifizierten Typen von Museums-Podcasts handelt es sich um die institutioneigenen Produktionen. Eine für die Museen logische und selbsterklärende Herangehensweise an Podcasts, nämlich deren Bezug auf die hauseigenen (Wechsel-)Ausstellungen, lässt sich für mehr als ein Drittel des Podcast-Samples (34,2%)

²⁵⁵ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 2.

²⁵⁶ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 73.

²⁵⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 46.

feststellen. Zu diesem Typ des *Ausstellungs-Podcasts* zählen alle Museums-Podcasts, deren roter Faden die Auseinandersetzung mit den Ausstellungen, Objekten und Sammlungen des dazugehörigen Museums ist. Innerhalb dieses Podcast-Typs lässt sich noch weiter differenzieren: „Blickwinkel. Wir Kapitalisten“ der Bundeskunsthalle Bonn begleitet beispielsweise eine Wechsausstellung²⁵⁸, die „Soundführungen“ des Jüdischen Museums Frankfurt geben einen „klanglichen Einblick“²⁵⁹ in die neue Dauerausstellung und „Ich sehe was, was du nicht siehst“ der Hamburger Kunsthalle widmet sich in jeder Folge einem anderen Kunstwerk²⁶⁰. In diesem Podcast-Typ liegt insofern viel Potenzial, als dass sich damit im Gegensatz zu langfristig geplanten, nach Aufbau oft unveränderlichen Ausstellungen die Möglichkeit bietet, spontaner auf aktuelle Entwicklungen und aufkommende Diskurse zu reagieren. Ein Beispiel dafür ist der Podcast der Stiftung Haus der Geschichte, der sich in einer Podcast-Folge mit dem Angriffskrieg Russlands in der Ukraine sowie neuen Sammlungsobjekten zu diesem Krieg beschäftigt²⁶¹ – ein Thema, das in der Dauerausstellung des Museums wegen der damit einhergehenden Aktualität bisher noch nicht implementiert ist.

Der nächste Podcast-Typ ist nicht immer eindeutig von dem Ausstellungs-Typ zu trennen, was den reinen Orientierungscharakter dieser Typologie noch einmal unterstreicht. Der *Dokumentarische Storytelling-Podcast* zeichnet sich dadurch aus, dass in einer beschränkten Anzahl von Folgen und in serieller Form eine Geschichte erzählt oder eine folgenübergreifende Frage untersucht wird. Bei Podcasts dieses Typs werden die Folgen in der Regel entweder alle auf einmal veröffentlicht oder innerhalb eines kurzen Zeitraums. Entscheidend ist weiterhin, dass die Folgen inhaltlich aufeinander aufbauen und nicht unabhängig voneinander funktionieren. Nach der Veröffentlichung der letzten Folge gilt das jeweilige Podcast-Projekt als abgeschlossen. Die fehlende, klare Trennschärfe zum Typ des Ausstellungs-Podcasts ergibt sich aus der Tatsache, dass eine bestimmte (Wechsel-)Ausstellung für viele der Storytelling-Podcasts der Produktionsanlass ist. Für die Zuordnung der entsprechenden Podcasts muss also die Frage gestellt werden, ob der Podcast sich hauptsächlich über die Ausstellungsanbindung definiert oder stärker über die dokumentarische Behandlung einer Geschichte oder Frage. Diese Abgrenzung lässt sich an der Gegenüberstellung von zwei Podcasts zeigen: Der Podcast „HumANimal“ des Badischen Landesmuseums etwa nimmt sich in seinen Episoden verschiedene

²⁵⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 16.

²⁵⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 51.

²⁶⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 38.

²⁶¹ Stiftung Haus der Geschichte, Krieg, 2023.

Themen und Exponate der gleichnamigen Ausstellung vor, was die konkrete Ausstellung zum roten Faden des Podcasts macht.²⁶² Im Gegensatz dazu entstand der Podcast „Künstler/Pair“ zwar anlässlich einer Doppelausstellung der Modernen Galerie des Saarländemuseums, erzählt die Geschichten zweier Künstler*innen in den vier Folgen aber weitgehend unabhängig von der konkreten Ausstellung.²⁶³

Es lassen sich insgesamt 8,7% der untersuchten Podcasts dem Typ des *Dokumentarischen Storytelling-Podcasts* zuordnen. Damit ist dies zwar nicht der meistvertretene Typ, jedoch sowohl für das Podcast-Medium generell als auch für die Nische der Museums-Podcasts besonders essenziell. Wie in Kapitel 2.1 bereits dargelegt, löste unter anderem der Erfolg des True Crime- und Storytelling-Podcasts „Serial“ in den 2010er Jahren den endgültigen Durchbruch des Podcast-Mediums aus.²⁶⁴ Hier lassen sich Parallelen zur Welt der Museums-Podcasts feststellen, der ebenfalls durch den Erfolg einzelner Leuchtturm-Projekte im Storytelling-Format der Weg geebnet wurde.²⁶⁵ Ein Grund, warum dieser Podcast-Typ trotz seiner Beliebtheit nicht so häufig vertreten ist, liegt vermutlich in dem hohen Aufwand, der häufig mit seiner Produktion verbunden ist. Die Podcasts dieses Typs gehen über reine Gesprächsformate hinaus und setzen zu dramaturgischen Zwecken beispielsweise verstärkt auf Musik- und Sound-Effekte sowie weitere dokumentarische Elemente. Passend dazu stehen Philipp Eins zufolge Storytelling-Podcasts in der Tradition früherer Radio-Dokumentationen.²⁶⁶ Laut Wiltrud Gerstner und Christian Gries eignen sich gerade Storytelling-Formate für eine niedrighschwellige, lebensnahe und emotionale Inhaltsvermittlung durch Museen und eine daraus resultierende Steigerung der Produktbindung durch das Publikum,²⁶⁷ was laut den beschriebenen Trends auch den Zielen der Museen mit ihren Podcasts entspricht.

Als nächster Typ wurden die *Hinter-den-Kulissen-Podcasts* identifiziert. Wie schon im Rahmen der Trends und Entwicklungen herausgearbeitet, proklamieren viele der Museen, in ihren Podcasts einen Blick hinter die Kulissen der Museumsarbeit zu ermöglichen. Bei einigen der Podcasts (11,2% des Samples) ist dies nicht nur ein Rand-Aspekt, sondern der inhaltliche Hauptfokus. Dieser Podcast-Typ ist gerade im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie häufig zu beobachten und ist mit verhältnismäßig geringem konzeptionellem Aufwand verbunden. Das Prinzip besteht häufig darin, dass in

²⁶² Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 4.

²⁶³ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 76.

²⁶⁴ Eins, Podcasts, S. 35f.

²⁶⁵ Tabelle Nr. 1, u. a. Podcast Nr. 142.

²⁶⁶ Eins, Podcasts, S. 35f.

²⁶⁷ Gerstner/Gries, Vermittlung, S. 161.

jeder Folge eine andere Person, die im Museum arbeitet, etwas über ihren Arbeitsalltag und ihre Aufgaben erzählt. Als Beispiel ist hier etwa der Podcast „Kaffee mit Kolleg*innen“ zu nennen, in dem die Praktikantin Leilah Jätzold ihre Kolleg*innen während des ersten Corona-Lockdowns über Skype kennenlernt und mit ihnen über die Arbeit des Badischen Landesmuseums spricht.²⁶⁸ In „Montags geschlossen“, dem Podcast des Museums Europäischer Kulturen, geht es wiederum darum, was im Museum passiert, wenn die Besucher*innen gerade nicht da sind.²⁶⁹ Durch solche Einblicke suggerieren die Museen Transparenz und Authentizität. Die Zuhörer*innen wiederum bekommen den Eindruck, ein besseres Verständnis für die Prozesse, Herausforderungen und Entscheidungen gewinnen zu können, die mit der Kuration, Restaurierung, Sammlungsverwaltung und Ausstellungsgestaltung verbunden sind. Dies kann dazu beitragen, eine persönlichere Verbindung zu der häufig als unnahbar, komplex und intransparent wahrgenommenen Institution Museum zu entwickeln, Vorurteile abzubauen und das Verständnis und Interesse für die Museumsarbeit zu fördern. Hierbei ist es jedoch wichtig, zu reflektieren, dass die vermeintliche Transparenz und Authentizität von Seiten des Museums immer aus performativen, inszenierten Elementen bestehen. Das Museum als produzierende Institution entscheidet bewusst, welche Teile der Arbeit sie mit der Öffentlichkeit teilt und welche nicht, die Podcasts geben lediglich einen gefilterten Einblick in eine umfassendere Realität.

Der nächste Typ ist erneut einer, der auch außerhalb der Museumsnische eine beliebte Wahl darstellt – der (*Expert*innen-*)*Interview-Podcast*. Viele der Museums-Podcasts, die sich nach ihrem Hauptmerkmal weder mit ihren Ausstellungen noch mit Einblicken hinter die Kulissen beschäftigen, führen in den einzelnen Folgen Interviews und Gespräche mit immer neuen Gäst*innen, um auf verschiedene Themen einzugehen. Dabei ist zu beachten, dass – wie in Kapitel 3.3 bereits vermerkt – Interviews ein Element in zahlreichen Museums-Podcasts sind und auch in allen anderen Typen stattfinden können. Doch in 22,4% des Podcast-Samples liegt der Haupt-Fokus auf Gesprächen dieser Art und ist damit das primäre Merkmal des Podcast-Typs. Beispiele sind etwa die Podcasts „Gen Z als MC“²⁷⁰, „Grenzerfahrung. 60 Jahre Mauerbau“ der Stiftung Berliner Mauer²⁷¹ oder „ZM talks“ des Zeppelin Museums Friedrichshafen.²⁷²

²⁶⁸ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 6.

²⁶⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 91.

²⁷⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 9.

²⁷¹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 148.

²⁷² Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 160.

Schließlich lässt sich noch ein letzter Museums-Podcast-Typ bestimmen, und zwar der *Themen-Podcast*. Dieser vereint die übrigen, bisher nicht berücksichtigten Podcasts unter sich und zeichnet sich dadurch aus, dass sich in jeder Folge eine meist feste Moderator*innen-Konstellation über ein neues Thema beziehungsweise eine neue Geschichte unterhält. Das Thema hat inhaltlich in der Regel zwar etwas mit den Inhalten zu tun, die das Museum auch in seinen Ausstellungen behandelt, der Podcast bezieht sich bei der Besprechung aber nicht immer direkt auf diese Ausstellungen. In diesen Podcasts gibt es keinen roten Faden in Form einer Ausstellung, eines Interview-Formats oder der folgenübergreifenden Erzählung einer Geschichte. Die Episoden dieses Podcast-Typs können in beliebiger Reihenfolge und unabhängig voneinander konsumiert werden. Diese Kriterien beziehen 14,3% der untersuchten Podcasts mit ein. Beispiele sind an dieser Stelle der Podcast „Mummies and Magic“ des Staatlichen Museums Ägyptischer Kunst München, in dem in jeder Folge über andere Repräsentationen Altägyptens in der Popkultur gesprochen wird²⁷³ und „Vergessene Verbrechen“ des Museumsdorfs Cloppenburg, in dem es um immer neue historische Kriminalfälle geht²⁷⁴.

Zum Schluss ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass diese Kategorien weder absolut noch endgültig sind und nicht jeder Museums-Podcast eindeutig in dieses Raster eingeordnet werden kann. In der vorliegenden quantitativen Einteilung wurden im Fall von Mischformen die Podcasts dem Typ zugeordnet, dem sie der Herangehensweise nach primär entsprechen. Trotz der fehlenden hundertprozentigen Trennschärfe konnte bei der Zuordnung festgestellt werden, dass sich die entwickelte Typologie insgesamt gut eignet, um verschiedene Herangehensweisen an Museums-Podcasts zu identifizieren. Von den sechs herausgearbeiteten Typen von Museums-Podcasts werden in der nun folgenden Mikroanalyse drei Stück anhand konkreter Beispiele näher betrachtet und analysiert.

4. Mikroanalyse

4.1 Analysemethodik

Den zweiten Analyseteil der Masterarbeit bildet die folgende Mikroanalyse. Dabei werden einige der in der Makroanalyse erarbeiteten Typen, Trends und Entwicklungen deutscher Museums-Podcasts in Form von Fallbeispielen aufgegriffen, analysiert und veranschaulicht. Da es bislang noch kein Modell zur systematischen Analyse von Museums-Podcasts gibt, wird ein solches in der Mikroanalyse erarbeitet sowie anhand der drei

²⁷³ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 133.

²⁷⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 105.

Fallbeispiele erprobt. Die Arbeit mit Fallstudien ist in den Podcast Studies aufgrund des großen Umfangs und der Unübersichtlichkeit des Forschungsfeldes eine gängige Vorgehensweise. Zudem lassen sich an einzelnen Podcasts oder Podcast-Folgen sehr gut Beobachtungen machen und Schlüsse bezüglich des gesamten Marktes ziehen. Das Prozedere ist auch in der Museumsanalyse üblich, dort werden häufig zunächst konkrete Ausformungen eines Phänomens untersucht.²⁷⁵

Als Beispiele für diesen Analyseteil wurden Museums-Podcasts aus dem Sample ausgewählt, die jeweils beispielhaft für einen in der Makroanalyse herausgearbeiteten Typen stehen. Um die Fallbeispiele detailliert anschauen zu können, sind nicht alle sechs Typen mit einem Beispiel vertreten. Stattdessen findet eine Beschränkung auf drei Beispielanalysen statt. Die Wahl fällt dabei zum einen auf Vertreter besonders museumsspezifischer Podcast-Typen (*Hinter-den-Kulissen-* und *Ausstellungs-Podcast*). Zum anderen wird ein Beispiel des Typs analysiert, der sowohl den Erfolg des Podcast-Mediums generell repräsentiert als auch mehrere Ausnahme-Projekte unter den Museums-Podcasts für sich beanspruchen kann, nämlich der *Dokumentarische Storytelling-Podcast*. Das zu untersuchende Material beinhaltet die Episoden der Podcasts, die dazugehörigen Meta-Daten auf der Plattform Spotify, die Daten aus der Datengrundlage im Anhang sowie weitere Informationen zu den Podcasts, die die Museen selbst veröffentlicht haben, etwa auf ihrer Website.

Es gibt verschiedene Methoden, die für eine Analyse von Museums-Podcasts infrage kommen. Hier fiel die Entscheidung auf eine Kombination der medienwissenschaftlichen Webformatanalyse,²⁷⁶ der geschichtswissenschaftlichen Quellenkritik sowie der Anwendung weiterer Analyse Kriterien bestehender Podcast-Analysen. Eine Triangulation dieser Methoden²⁷⁷ ermöglicht eine umfassende Betrachtung des Phänomens aus verschiedenen Perspektiven. Gerade die geschichtswissenschaftliche Quellenkritik bietet sich dafür an, für Museums-Podcasts adaptiert zu werden. Es ergeben sich hier zahlreiche Anknüpfungspunkte in den Analyse kategorien – etwa in der Frage nach Autor*innen, Entstehungszeiträumen, Entstehungskontexten, Zielgruppen, zentralen Themen, der Gestaltung, dem Aufbau und dem abgebildeten Geschichtsbild.²⁷⁸ Die Museums-Podcasts werden hier also als zu untersuchende Quellen betrachtet. Über die klassischen, geschichtswissenschaftlichen Fragen der Quellenkritik hinaus werden nach Thünemanns

²⁷⁵ Baur, Museumsanalyse, S. 8.

²⁷⁶ Schuegraf/Janssen, Webformat-Analyse.

²⁷⁷ Muri, Triangulationsverfahren, S. 460.

²⁷⁸ Lücke/Zündorf, Einführung, S. 140-142.

Vorbild noch weitere an die Museums-Podcasts gestellt, etwa Fragen nach der Performanz und Inszenierung.²⁷⁹ Insbesondere die medienwissenschaftliche Methodik der Webformatanalyse, die bereits durch die Historikerin Judith Uebing mit der geschichtswissenschaftlichen Analyse kombiniert und an YouTube-Erklärvideos mit historischen Inhalten erprobt wurde, dient in der gesamten Analyse und ihrer Struktur als Orientierung.²⁸⁰ Aus den genannten Vorbildern werden jeweils die für Podcasts relevanten Analysekriterien adaptiert, gegebenenfalls durch weitere ergänzt sowie irrelevante (beispielsweise auf visuelle Elemente bezogene Kriterien) außen vor gelassen.

Uebings Adaption der Webformatanalyse gliedert sich in eine deskriptive, eine interpretative und eine diskursive Ebene. Im Zuge der deskriptiven Ebene erfolgt das, was in der Geschichtswissenschaft als äußere Quellenkritik bekannt ist: eine Strukturanalyse des YouTube- beziehungsweise in diesem Fall des Podcast-Kanals. Dies beinhaltet einen Blick auf die Aufmachung, Rahmendaten, Nutzungszahlen, Verlinkungs- und Interaktionsstrukturen sowie das Ziel oder Prinzip des Kanals.²⁸¹ Die interpretative Ebene bewegt sich wiederum im Bereich der inneren Quellenkritik: Hier wird anhand einzelner Beispielvideos (hier Podcast-Folgen) zunächst das Video (die Folge) hinsichtlich der verwendeten Inszenierungsstrategien, Narration und Gestaltung analysiert und anschließend die Figur des*der Youtuber*in (hier des*der Podcast-Hosts) untersucht und es findet eine Interaktionsanalyse statt.²⁸² Bezüglich der Museums-Podcasts wird an dieser Stelle überprüft, inwieweit sich das Modell auf sie anwenden lässt, etwa ob überhaupt Daten zur Interaktion mit Hörer*innen sowie zu Feedback durch das Publikum vorliegen, die in die Analyse einbezogen werden können. Die dritte, diskursive Ebene widmet sich schließlich der „Untersuchung des wissenschaftlichen Kontextes der Videos anhand [...] Kategorien von Wissenschaftskommunikation, Authentizität/Authentisierungsformen und Markenkommunikation in den sozialen Netzwerken“²⁸³. Weiterhin liegt der Fokus auf spezifischen Besonderheiten des analysierten Kanals im Vergleich zu anderen.²⁸⁴ Wie auch in Uebings Analyse²⁸⁵ sind die Untersuchungselemente in Bezug auf Finanzierung und Produktplatzierungen für die vorliegende Arbeit nicht relevant. Diese spielen bei Podcasts grundsätzlich eine Rolle, kommen in der Museums-Podcast-Nische aber kaum vor.

²⁷⁹ Thiemeyer, *Geschichtswissenschaft*, S. 89f.

²⁸⁰ Uebing, *YouTube*, 2019.

²⁸¹ Uebing, *YouTube*, S. 76. / Schuegraf/Janssen, *Webformat-Analyse*, S. 557.

²⁸² Uebing, *YouTube*, S. 76. / Schuegraf/Janssen, *Webformat-Analyse*, S. 558.

²⁸³ Uebing, *YouTube*, S. 72.

²⁸⁴ Uebing, *YouTube*, S. 76. / Schuegraf/Janssen, *Webformat-Analyse*, S. 560.

²⁸⁵ Uebing, *YouTube*, S. 77.

Uebing ergänzt das Modell der Webformatanalyse gerade auf der diskursiven Ebene noch um „die auf historische Darstellungen bezogenen Kennzeichen von Wissenschaftlichkeit und die damit verknüpften Erzähl- und Authentisierungsmuster, um die spezifische Darstellung historischer Inhalte auf YouTube untersuchen zu können“²⁸⁶. Diese Ergänzung kann auch für die Museums-Podcast-Analyse nutzbar gemacht werden, nicht nur, aber auch für die Darstellung dezidiert historischer Inhalte. Authentizitätsstrategien bestehen häufig aus der Nutzung medienspezifischer Möglichkeiten und dienen der Erzeugung eines authentischen Gefühls bei den Rezipient*innen der Inhalte.²⁸⁷ Ihre Dekonstruktion ist deswegen relevant, weil durch eine geschickte Inszenierung von Authentizität auch inkorrekte Angaben oder problematische Schlussfolgerungen glaubwürdig vermittelt werden können.²⁸⁸ Für Museen sind zudem die von Uebing angesprochenen Kriterien der Wissenschaftskommunikation von Relevanz, da sie sich sowohl als Vermittlungs- als auch als Forschungsinstitutionen verstehen (siehe Kapitel 2.2).

Insgesamt ist während der Untersuchung der einzelnen Analyse-Kategorien stets zu beachten, was auch Uebing feststellt: „Die einzelnen Elemente sind in der Narration verwoben und daher auch in der Analyse nicht trennscharf voneinander abzugrenzen.“²⁸⁹ Die Analyse-Kategorien Uebings werden an geeigneten Stellen im Laufe der Mikroanalyse durch weitere, für Podcasts zentrale, Kategorien ergänzt. Diese Ergänzungen setzen sich sowohl aus autoethnographischen Beobachtungen zusammen, die im Zuge des Forschungsprozesses zustande kamen, sowie aus vereinzelt Hinweisen aus der medienwissenschaftlichen Podcast-Literatur. Die Literatur wird in der Analyse zudem genutzt, um in den Podcasts auftretende Erscheinungsformen wissenschaftlich einordnen zu können. Für eine leichte Identifizierbarkeit der relevanten Podcast-Stellen wird in den Belegen mit Timecodes gearbeitet (im Schema (Stunden : Minuten : Sekunden)). Es ist in diesem Rahmen nicht möglich, jede einzelne Analyse-Kategorie ausführlich auf jeden der Beispiel-Podcasts anzuwenden. Gerade auf die Besonderheiten und verschiedenen Herangehensweisen wird aber gründlich eingegangen, genau wie auf die in Kapitel 3.3 identifizierten Trends und Entwicklungen, die sich in den Beispielen widerspiegeln.

Das Ergebnis der Mikroanalyse besteht insgesamt aus der beispielhaften Auswertung verschiedener Typen des Formats Museums-Podcast, der Demonstration möglicher Herangehensweisen, Stilmittel und Gestaltungsformen sowie der Überprüfung, ob sich

²⁸⁶ Ebd., S. 77.

²⁸⁷ Lücke/Zündorf, Einführung, S. 90-92.

²⁸⁸ Steffen, YouTube, S. 68.

²⁸⁹ Uebing, YouTube, S. 88.

die Methode der Webformat-Analyse und deren Adaption durch Uebing auch für die Untersuchung von Museums-Podcasts eignet.

4.2 „Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast“ – Ein *Ausstellungs-Podcast*

Deskriptive Analyse-Ebene

Der Podcast „Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast“²⁹⁰ steht als erste Fallanalyse beispielhaft für den Typ des *Ausstellungs-Podcasts*. Durch den gewählten Titel des Podcasts wird der zeithistorische Bezug des dazugehörigen Museums direkt deutlich. Durch den Zusatz „Der Museumspodcast“ wird zudem die Anbindung des Podcasts an eine museale Institution betont. Hierdurch verfügt der Podcast über eine geeignete Verschlagwortung und strahlt durch den bestimmten Artikel außerdem eine gewisse Allgemeingültigkeit aus. Wie bereits erwähnt, lassen sich bei Spotify weder die Hörer*innen noch die Abonnent*innenzahlen eines Podcast-Kanals ablesen, sondern lediglich die Bewertungen. Davon gibt es in diesem Fall bislang fünf, der aktuelle Bewertungsdurchschnitt (Stand 27.06.2023) liegt bei 5,0 Sternen.²⁹¹ Die Anzahl der Bewertungen scheint zunächst sehr gering. Doch die Daten, die die Stiftung Haus der Geschichte zuletzt herausgegeben hat, zeigen, dass die Bewertungsanzahl keine automatischen Rückschlüsse auf die eigentlichen Hörer*innenzahlen zulässt.

Inzwischen sind 24 Folgen online, die bisher mehr als 120.000 Mal abgerufen worden sind. [...] Der beliebteste Podcast mit über 10.000 Abrufen ist die Folge zum Grundgesetz. [...] Eine Folge, die in zehn Tagen bereits 1.500 Mal abgerufen wurde und damit in kürzester Zeit die größte Reichweite erhielt, war das ‚West-Ost-Paket‘.²⁹²

Ein Großteil der Hörer*innen scheint den Podcast also entweder nicht über Spotify anzuhören oder ihn dort zumindest nicht zu bewerten. An diesem Beispiel zeigt sich auch, dass die Rezeptions-Forschung vor allem im Fall von Podcasts auf die Bereitstellung von Daten der produzierenden Organisationen angewiesen ist.

Die Zielgruppe des Podcasts wird im Beschreibungstext nicht klar benannt. Es geht aber aus dem Tätigkeitsbericht hervor, dass die Museumsschließung während des Corona-Lockdowns 2020 den Anlass für den Start des Podcasts gab und das Projekt aufgrund des Erfolgs und der Beliebtheit darüber hinaus weiterverfolgt wurde und wird.²⁹³ Daraus lässt sich schließen, dass es ursprünglich vor allem für diejenigen gedacht war, die das Museum gerne besucht hätten, durch die Pandemie aber daran gehindert wurden. Weiterhin ist anzunehmen, dass der Podcast sich mit der Zeit zu einem Format

²⁹⁰ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 151.

²⁹¹ Ebd.

²⁹² Stiftung Haus der Geschichte, Bericht, S. 59f.

²⁹³ Ebd., S. 59.

entwickelte, das sowohl alternativ zum Museumsbesuch genutzt werden kann – etwa um mehr über das Haus und seine Objekte zu erfahren – aber ebenso eine Ergänzung zum Museumsbesuch darstellt, beispielsweise zur Vor- oder Nachbereitung. Allgemein richtet sich die Stiftung Haus der Geschichte an eine breite Zielgruppe und bezeichnet es als seine Kernaufgabe, „Geschichte für alle zu bewahren und zu vermitteln“²⁹⁴ und es ist naheliegend, dass auch der Podcast diesem Ziel dienen soll. Derartig breite und unkonkrete Zielgruppen-Adressierungen sehen Wiltrud Gerstner und Christian Gries in einem Beitrag kritisch, da „gerade diese fehlende Ausdifferenzierung oftmals eine Ursache für das Scheitern eines digitalen Angebots“²⁹⁵ sei. Insbesondere bezogen auf digitale, während der Pandemie entstandene Angebote, vertreten Nida-Rümelin und Zimmer eine ähnliche Position.²⁹⁶ Dabei ist fraglich, ob innerhalb der Institution eine differenziertere Festlegung der Podcast-Zielgruppe stattgefunden hat.

Die erste Folge von „Zeitgeschichte(n)“ wurde am 26. Mai 2020 veröffentlicht, die derzeit aktuelle Folge am 26. April 2023. Der Podcast ist mittlerweile also seit fast drei Jahren aktiv. Insgesamt ist der Publikationsrhythmus der mittlerweile insgesamt 27 Folgen unregelmäßig. Während die Folgen in den ersten beiden Staffeln des Podcasts noch weitgehend im ein- bis zweiwöchentlichen Rhythmus veröffentlicht wurden, lässt sich seit Anfang der dritten Staffel im Dezember 2022 kein geregelter Rhythmus mehr feststellen.²⁹⁷ Die Längen der Folgen bewegen sich in einem Spektrum von 9 bis 24 Minuten und damit in einem für Museums-Podcasts typischen Rahmen (siehe Kapitel 3.2). Einen eigenen Trailer gibt es im Fall dieses Podcasts nicht.²⁹⁸ Die Podcast-Folgen sind inhaltlich unabhängig voneinander, das heißt, es wird kein Wissen aus den vorherigen Folgen vorausgesetzt und man muss sich die Folgen nicht in einer bestimmten Reihenfolge anhören, was einen zentralen Unterschied zu Reportage-Podcasts darstellt. Der Beschreibungstext des Podcasts auf der museumseigenen Website beginnt mit dem Slogan „Geschichte zum Hören – immer und überall“²⁹⁹ und bringt damit direkt die Vorteile des Podcast-Mediums auf den Punkt. Weiterhin wird angekündigt, mit dem Podcast deutsche Zeitgeschichte „lebendig und hörbar“³⁰⁰ zu machen sowie „exklusive Einblicke in die Museumsarbeit und spannende Geschichten“³⁰¹ zu präsentieren. Hier sind bereits mehrere der in Kapitel

²⁹⁴ Stiftung Haus der Geschichte, Stiftung, o. D.

²⁹⁵ Gerstner/Gries, Vermittlung, S. 159.

²⁹⁶ Nida-Rümelin/Zimmer, Corona, S. 17.

²⁹⁷ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 151.

²⁹⁸ Ebd.

²⁹⁹ Ebd.

³⁰⁰ Ebd.

³⁰¹ Ebd.

3.3 beschriebenen Trends erkennbar: die Proklamation von Spannung, Lebendigkeit und Exklusivität sowie ein Blick hinter die Kulissen.

Das Konzept des Podcasts besteht darin, in jeder Folge ein anderes Objekt aus den Ausstellungen der Stiftung zu thematisieren und mit eine*r andere*n Mitarbeiter*in beziehungsweise Expert*in der Institution zu besprechen. Host des Podcasts ist die Journalistin und Stiftungsmitarbeiterin Meike Rosenplänter. In den Gesprächen, die sie führt, geht es zum einen um die Geschichte des jeweiligen Objekts sowie um den historischen Kontext, der sich anhand des Objektes erzählen lässt. In der ersten Folge steht beispielsweise ein bemalter VW-Bulli im Zentrum, der in der Folge stellvertretend für die 1968er-Bewegung steht. Dieser Ansatz spiegelt sich auch in den Folgenüberschriften, diese bestehen immer aus dem jeweiligen Jahr und einem Bezug zum Objekt und zum historischen Thema. In der ersten Folge ist dies „1968 – Rebellion auf Rädern“³⁰². Aus diesem Fokus auf den Ausstellungsobjekten ergibt sich die Zuordnung zum Typ des *Ausstellungs-Podcast*. Nichtsdestotrotz spiegeln sich im Podcast weitere Entwicklungen und Trends wider, wie die wiederkehrenden Interviews mit den Expert*innen sowie Einblicke in Prozesse der Museumsarbeit. So erzählt etwa Prof. Dr. Hanno Sowade von der Objektbeschaffung eines Überbleibsel der Twin Towers des Anschlags am 11. September 2001.³⁰³

Das Titelbild des Podcast-Kanals (Abb. 7) zeigt das Foto eines beigefarbenen Sessels und eines dazu passenden Abstelltisches im Stil der 1950er Jahre. Ergänzt wird das Foto durch Schriftzüge mit dem Namen des Podcasts („Zeitgeschichte(n)“ unten mittig in rot-weiß, „Museumspodcast“ oben links in schwarz) sowie durch die diagonal angeordneten schwarz-rot-gelben Quadrate, die das Logo der Stiftung darstellen. Es ist anzunehmen, dass das Foto den Betrachter*innen einerseits den Eindruck einer vergangenen Zeit (konkret der 1950er Jahre) sowie durch den Sessel die Implikation von Gemütlichkeit vermitteln soll und implizit dazu auffordert, sich durch das Podcast-Medium auf die historischen Inhalte einzulassen. Zudem ist jeder Folge des Podcasts ein eigenes, spezifisches Bild als Thumbnail (dt. Miniaturansicht) zugeordnet. Darauf ist immer ein Foto des Objekts zu sehen, das Thema der jeweiligen Folge ist (Abb. 8). Da Podcasts vor allem ein auditives Medium sind, sind das Titelbild sowie die Thumbnails der einzelnen Podcast-Episoden die einzigen visuellen Komponenten, auf die die Hörer*innen auf den Podcast-

³⁰² Stiftung Haus der Geschichte, *Rebellion*, 2020.

³⁰³ Stiftung Haus der Geschichte, *9/11*, 2020.

Plattformen stoßen. Dementsprechend ist es angesichts des großen Angebots entscheidend, dass die Bilder auffallen und nicht untergehen.³⁰⁴



Abbildung 7: Titelbild „Zeitgeschichte(n) - Der Museumspodcast“, in: Stiftung Haus der Geschichte, Zeitgeschichte(n), 2020.



Abbildung 8: Thumbnail „1969 - Ein Stück vom Mond“, in: Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020.

Interpretative Analyse-Ebene

Auf der zweiten Analyse-Ebene wird eine beispielhafte Folge des Podcasts untersucht. Hier geht es um die am 14. Juli 2020 hochgeladene Folge „1969 – Ein Stück vom Mond“³⁰⁵. Mit einer Länge von circa 14 Minuten ist es eine der mittellangen Podcast-Folgen. Das Thumbnail zeigt ein Foto des Mondsteins in der Ausstellung (siehe Abb. 8).

³⁰⁴ Vassilian, Podcasting, S. 181f.

³⁰⁵ Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020.

In den Shownotes³⁰⁶ der Folge wird kurz der historische Kontext beschrieben, nämlich der Weltraum-Wettlauf zwischen den USA und der Sowjetunion während der 1960er Jahre im Kontext des Kalten Krieges, den die USA mit der Mondlandung 1969 beendeten. Laut den kurzen Ausführungen kam das thematisierte Mondstück mit einer der Mondmissionen auf die Erde.³⁰⁷ Hier erhält das Publikum eine kurze Zusammenfassung dessen, was in der Folge besprochen wird. Vor allem durch die Betonung des Faktes, dass der Mondstein das älteste Objekt in der Dauerausstellung ist, soll dessen Besonderheit hervorgehoben sowie Interesse und Neugier beim Publikum erzeugt werden.

Die Folge beginnt mit einem Intro, das am Anfang jeder Folge des Podcasts abgespielt wird.³⁰⁸ Damit dient es dem Wiedererkennungswert des Podcasts und markiert seinen Beginn.³⁰⁹ Dieses Intro enthält verschiedene prominente Originaltöne beziehungsweise Zitate aus der deutsch-deutschen Zeitgeschichte, unter anderem „Wir sind das Volk“ oder „Niemand hat die Absicht, eine Mauer zu errichten“³¹⁰. Zwischen den berühmten Zitaten verliest eine männliche Stimme den Podcast-Namen. Diese Töne sollen vermutlich das Ziel verfolgen, bei den Hörer*innen direkt am Folgen-Anfang ein Gefühl von Authentizität zu erzeugen und sie damit auf die folgenden historischen Inhalte einzustellen. Die sowohl mehr als auch weniger bekannten O-Töne werden lediglich abgespielt, jedoch nicht erklärt oder in den historischen Kontext eingeordnet, es geht dabei also nicht um Wissensvermittlung. In seinem Blogartikel über Sound History ordnet Daniel Morat die Verwendung solcher prominenter, historischer O-Töne so ein:

Dieser Wiedererkennungseffekt wird heute vielfach in Produkten der Public History genutzt, um die Geschichte auditiv zu vergegenwärtigen und ein historisches Wissen abzurufen, das mit den berühmten Sätzen verknüpft ist.³¹¹

Demzufolge handelt es sich bei den O-Tönen innerhalb des Intros direkt um die erste Authentifizierungs-Strategie. Auf das Intro folgt die Anmoderation und Begrüßung durch die Moderatorin Meike Rosenplänter, die zunächst sich und dann das Objekt der Folge – den Mondstein – vorstellt. Rosenplänter erzählt unter anderem, wo genau das Objekt in der Ausstellung zu finden ist und wie es in die Ausstellungsinszenierung eingebunden ist.³¹² Dies stellt für diejenigen, die die Ausstellung schon kennen, eine Erinnerungsstütze dar, ist aber auch eine Orientierungshilfe für diejenigen, die noch nie im Haus waren. Das

³⁰⁶ Unter Shownotes sind Beschreibungen und Zusatzinformationen zu einer einzelnen Podcast-Folge zu verstehen. Dieser Bereich kann durch die Produzierenden beliebig mit Inhalten gefüllt werden, etwa weiterführenden Links oder Kontaktinformationen (Vassilian, Podcasting, S. 189).

³⁰⁷ Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020.

³⁰⁸ Ebd., 00:00:00 – 00:00:14.

³⁰⁹ Eins, Podcasts, S. 44.

³¹⁰ Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020, 00:00:00 – 00:00:06.

³¹¹ Morat, Sound, 2019.

³¹² Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020, 00:00:14 – 00:01:00.

Objekt selbst wird ebenfalls näher beschrieben. Hierbei bewegt sich die Moderatorin nicht auf einer reinen Sachebene, sondern integriert auch persönliche Elemente:

Wir sprechen heute über eines meiner Lieblingsobjekte im Haus der Geschichte in Bonn, nämlich über das Mondgestein. Klingt irgendwie mächtig, ist in Wirklichkeit aber nur ein ziemlich kleines Steinchen. Aber ich find's einfach immer wieder beeindruckend, wenn man bedenkt, woher dieser Kiesel eigentlich kommt.³¹³

So können das Interesse und die Neugier der Hörer*innen gesteigert und die Besonderheit des Objekts hervorgehoben werden. Schließlich geht es gerade am Folgenanfang darum, sicherzustellen, dass das Publikum nicht nach wenigen Minuten schon wieder abschaltet.³¹⁴

Nach dieser Einführung des Themas stellt Rosenplänter die Expertin und Interview-Partnerin der Folge vor, die mehr zu dem Objekt und seiner Geschichte erzählen soll, die wissenschaftliche Mitarbeiterin Tuya Roth.³¹⁵ Das Gespräch zwischen Rosenplänter und Roth nimmt einen Großteil der Folge ein.³¹⁶ In allen Folgen geht es um ähnliche objektbezogene Fragen, etwa seit wann das Objekt in der Ausstellung und bei der Stiftung ist, woher es kommt, für welche Geschichte oder welchen Zusammenhang es steht und warum es sich für die entsprechende Stelle der Ausstellung eignet. Roth erzählt, der Stein vom Mond sei 1969 auf die Erde gekommen und seit der Eröffnung 1994 in der Stiftung. Es handle sich dabei um eine Leihgabe der NASA mit einem unersetzlichen Wert. Damit verbunden seien auch besondere Sicherheitsmaßnahmen.³¹⁷ Roth gibt damit einen Einblick in Formalitäten und Besonderheiten im Umgang mit wertvollen und seltenen Objekten. Dies ist ein Teil des in der Podcast-Beschreibung versprochenen Blicks hinter die Kulissen. Anschließend gehen Rosenplänter und Roth vom konkreten Objekt über zu den historischen Zusammenhängen – zur Geschichte der Raumfahrt und der Faszination für den Weltraum von den 1920er Jahren über den Zweiten Weltkrieg bis hin zum Kalten Krieg, den Mondmissionen (mit denen auch Mondgestein zur Erde gebracht wurde) und der letztendlichen Einstellung des Apollo-Programms.³¹⁸ Roth erzählt außerdem von weiteren Objekten aus der Bonner Dauerausstellung, die einen Bezug zum Weltraum-Thema haben und einen persönlichen Besuch wert sind, etwa der Raumanzug Siegmund Jähns, des ersten Deutschen im All.³¹⁹ Während des Gesprächs findet auch das in Kapitel 3.3 beschriebene Mittel des Gegenwarts- und Zukunftsbezugs Verwendung: Neben dem

³¹³ Ebd., 00:00:19 – 00:00:36.

³¹⁴ Eins, Podcasts, S. 44.

³¹⁵ Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020, 00:01:00 – 00:01:08.

³¹⁶ Ebd., 00:01:00 – 00:12:51.

³¹⁷ Ebd., 00:01:22 – 00:02:37.

³¹⁸ Ebd., 00:02:38 – 00:10:18.

³¹⁹ Ebd., 00:10:19 – 00:10:46.

Objekt, das nur aufgrund der dargelegten historischen Entwicklungen auf der Erde und in der Ausstellung ist, spricht Roth davon, dass aus der Vorarbeit der Mondmissionen Projekte wie die Internationale Raumstation (ISS) hervorgehen konnten, ebenso wie Projekte, die im Weltraum nach alternativen Lebensräumen für den Menschen suchen.³²⁰ Es gebe zudem immer wieder Auktionen, in denen Mondstücke für mehrere Millionen Euro versteigert würden. Rosenplänter fügt zu diesem Fakt die Bemerkung „nur, falls ihr die übrig habt“³²¹ hinzu. Derartige ironische Bemerkungen, die sich direkt an das Publikum richten, können die persönliche Bindung und das Identifikationspotenzial mit der Moderatorin erhöhen und sie nahbarer wirken lassen.

Am Ende der Podcast-Folge bedankt sich Rosenplänter bei Tuya Roth und gibt einen Vorausblick auf das Thema, das in der nächsten Folge behandelt wird.³²² Dieser Hinweis verfolgt vermutlich das Ziel der Entwicklung einer Zuschauer*innen-Bindung. Das Publikum soll neugierig gemacht werden, um sicherzugehen, dass es sich auch die nächste Folge anhören wird. Anschließend an diesen Vorausblick verabschiedet Rosenplänter sich und es folgt eine kurze Sequenz mit der männlichen Stimme vom Anfang, die noch einmal den Podcast-Namen sagt und von Musik unterlegt ist.³²³ Dieses ist das sogenannte Outro, das mit dem Intro den Rahmen der Podcast-Folge absteckt.³²⁴

Insgesamt ist das Interview wie ein vermeintlich spontanes Gespräch aufgebaut. Dr. Tuya Roth erzählt von dem Objekt und seinem historischen Kontext, Meike Rosenplänter stellt Zwischenfragen und hakt manchmal nach. Die Natürlichkeit und Spontaneität sind Teil der Inszenierung des Podcasts. An einigen Stellen versuchen die Sprecherinnen, etwas Leichtigkeit und Humor in das historische Thema zu bringen. Rosenplänter stellt Roth beispielsweise die Frage, ob in der Ausstellung bald ein Stück vom Mars zu sehen sein könnte, woraufhin Roth lachend antwortet „Da bin ich sehr, sehr skeptisch“³²⁵. Diese Situation wirkt spontan, natürlich und sympathisch - ein Eindruck, der vermutlich von den Podcast-Macher*innen beabsichtigt wurde.

Besonders prägend für einen Podcast und damit für die Podcast-Analyse ist die Moderator*innen-Rolle. Die Hosts eines Podcasts fungieren als Anker und

³²⁰ Ebd., 00:10:46 – 00:12:12.

³²¹ Ebd., 00:12:51 – 00:13:12.

³²² Ebd., 00:12:44 – 00:13:59.

³²³ Ebd., 00:13:59 – 00:14:06.

³²⁴ Eins, Podcasts, S. 49.

³²⁵ Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020, 00:12:12 – 00:12:25.

Orientierungspunkt und sind ausschlaggebend für die Entwicklung einer Hörer*innen-Bindung an den Podcast.³²⁶ Mia Lindgren beschreibt die Wichtigkeit der Host-Rolle wie folgt:

the presenters are highly personal in their presentation style and they frequently draw on their own lives for content. They engage with listeners as if they are friends in a conversation. They lead the listeners through stories in an intimate way, creating lasting bonds and loyalty to the programmes, where listeners feel like they know the presenters personally.³²⁷

In diesem Podcast nimmt Meike Rosenplänter die zentrale Rolle ein. Sie studierte selbst Geschichte und moderiert bereits seit 2016 den beliebten Geschichts-Podcast „Eine Stunde History“ des Deutschlandfunks. Außerdem arbeitet Rosenplänter in der Online-Redaktion der Stiftung Haus der Geschichte.³²⁸ Mit ihrer mehrjährigen Podcasting-Erfahrung sowie dem geschichtswissenschaftlichen Studium ist sie eine qualifizierte Kandidatin für die Moderation des Stiftungspodcasts. Zudem ist es möglich, dass Hörer*innen ihre Stimme aus „Eine Stunde History“ wiedererkennen, sie bereits mit der Erzählung historischer Inhalte verbinden und dies dem Podcast zusätzlich zu Erfolg verhilft. In „Zeitgeschichte(n)“ kommt Rosenplänter die Rolle der vermeintlich unwissenden und neugierigen Person zu, mit der sich die Zuhörenden identifizieren können und die stellvertretend für die Hörer*innen Fragen an die Expert*innen stellt. Diese Situation ist konstruiert – Rosenplänter erzählt beispielsweise am Anfang der Folgen schon Dinge, die sie später bei den Expert*innen erfragt, als wüsste sie die Antwort nicht. Sie führt das Publikum durch die gesamte Folge, ist für den roten Faden verantwortlich und bemüht sich um eine Publikumsbindung. Sie versucht, den Zuschauer*innen auf Augenhöhe zu begegnen, eine förmliche Situation zu vermeiden und ihr stattdessen einen Anklang von Leichtigkeit und sogar Verschmitztheit zu verleihen. Aus diesen Gründen spricht sie teils etwas umgangssprachlich und bringt persönliche Elemente ein – etwa wenn sie sagt, der Mondstein sei eines ihrer Lieblingsobjekte.³²⁹ Roths Antworten auf Rosenplänters Fragen sind kompetent und professionell inszeniert, durch ein paar Versprecher und Füllwörter aber auch spontan und authentisch. Insgesamt sprechen die beiden ruhig, mit Bedacht und verständlich, Fremdwörter und -begriffe werden erklärt. Über das Intro und das Outro hinaus kommen im Podcast keine weiteren Sound-Effekte, Musik oder O-Töne vor, ein Spannungsbogen wird nicht konstruiert.

Für einen Großteil des Podcasts ist diese beispielhafte Folge repräsentativ, allerdings nicht für alle Folgen. In den neueren Folgen (seit Dezember 2022) hat sich die

³²⁶ Preger, Geschichten, S. 207.

³²⁷ Lindgren, Journalism, S. 36.

³²⁸ Herder Verlag, Rosenplänter, o. D.

³²⁹ Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020, 00:00:19 – 00:00:23.

Podcast-Struktur verändert und der Stil geht stärker in eine dokumentarische Reportage-Richtung. Die Folge „2021 – Flutkatastrophe“³³⁰ beschäftigt sich beispielsweise mit der Flut, die sich im Juli 2021 im Ahrtal ereignete. Anhand des nicht lange zurückliegenden Ereignisses wird demonstriert, wie die Stiftung aktiv Objekte zum aktuellen Zeitgeschehen sammelt, um dieses in Zukunft als Zeitgeschichte behandeln und ausstellen zu können. Neu an dieser Folge ist das Ausbleiben der Interview- und Gesprächsform. Stattdessen wird die Geschichte der Flutkatastrophe erzählt, dabei wechselt sich die Narration Meike Rosenplänters mit O-Tönen einer Flutbetroffenen ab. Ergänzt werden diese beiden Stränge durch die Aussagen einer Restauratorin aus dem Haus der Geschichte zu ihrer Arbeit und den Herausforderungen, auf die sie bei der Restaurierung der Flut-Objekte stößt. Die drei Stimmen befinden sich nicht in einem Gespräch miteinander, sondern wurden unabhängig voneinander aufgenommen und zusammengeschnitten. Rosenplänters Rolle hat sich von der unwissenden Interviewerin zu der den roten Faden zusammenhaltenden Erzählstimme verändert. Ein zentraler Fokus der Folge sind jedoch nach wie vor die Objekte, die das Haus ausstellt und sammelt. Durch die Stimme der betroffenen Dorit Ley wird die Objektgeschichte noch stärker personalisiert, emotionalisiert sowie authentifiziert.

Bei Spotify gibt es nur die Möglichkeit, einem ganzen Podcast-Kanal eine Bewertung zu geben, nicht aber einzelnen Folgen, daher lässt sich hierüber keine Aussage treffen. In einzelnen Folgen wird zwar um Feedback gebeten, es wird jedoch weder in den Beschreibungstexten noch innerhalb der Folgen selbst eine Adresse oder eine Person genannt, an die das Feedback gerichtet werden kann. Daraus leitet sich ab, dass das Museum den Podcast eher als Wissen vermittelndes Medium versteht und weniger als Austauschkanal. Beworben wird der Podcast unter anderem über den Instagram-Kanal des Museums, dort wird auch gelegentlich in Form von Story-Umfrage-Tools nach Feedback gefragt, etwa nach der Lieblings-Podcast-Folge der Follower*innen.³³¹

Diskursive Ebene

Bei dem vorliegenden Podcast-Beispiel handelt es sich um ein professionell erstelltes Angebot (im Gegensatz zum sogenannten user-generated content). Das Museum als die für die Inhalte verantwortliche Produktionsinstanz wird klar benannt. Darüber hinaus findet allerdings keine Transparenz über Rollen und Zuständigkeiten im Produktionsprozess

³³⁰ Stiftung Haus der Geschichte, Flutkatastrophe, 2022.

³³¹ Stiftung Haus der Geschichte, Podcast, o. D.

statt, weder innerhalb der Folgen noch der Shownotes. Bei den Gesprächen, die Meike Rosenplänter mit verschiedenen Museumsmitarbeiter*innen führt, handelt es sich zwar um inszenierte Situationen, die mutmaßlich nach einem vorher festgelegten Skript ablaufen, sie sind jedoch als spontan inszeniert. In dem Gespräch stehen Rosenplänter und Roth als die alleinigen Inhalts- und Wissensproduzentinnen da. Hier spiegelt sich das, was Uebing auch für ihren Untersuchungsgegenstand feststellt:

der Presenter [...] nimmt auf diese Weise die durch das Format der historischen Dokumentation etablierte Rolle als persönlicher Garant der Wahrheit des Inhaltes ein, die eine zentrale Rolle in der von den Zuschauerinnen und Zuschauern zugeschriebenen Authentizität des Formates spielt.³³²

Lediglich über einen unscheinbaren Link auf der Webseite des Podcasts erhält das Publikum Zugriff auf ein Impressum, in dem die Beteiligten am Projekt und ihre jeweiligen Rollen (unter anderem Konzept, Redaktion und Sprecher*innen) aufgelistet werden. Aus dem Impressum geht auch hervor, dass die Stiftung für die technischen und gestalterischen Elemente des Podcasts mit der Outermedia GmbH Berlin, einer Agentur für digitale Kommunikation, zusammenarbeitet und damit zusätzliche Expertise hinzugezogen hat.³³³ Die Professionalität des Podcasts in der Gestaltung und der Audioqualität sowie der Name des Museums als verantwortliche Institution stellen eine von mehreren Authentifizierungsstrategien dar, die zum Eindruck von Expertise und Vertrauenswürdigkeit beitragen. Dazu gehört auch das Konzept der Interview-Situation, in der sogenannte Expert*innen und wissenschaftliche Mitarbeiter*innen befragt werden. Diese Zuschreibungen führen dazu, dass die Hörer*innen das präsentierte Wissen als seriös und verlässlich wahrnehmen. Speziell das Intro mit den O-Tönen zu Beginn der Podcast-Folgen dient dazu, den Hörer*innen einen Eindruck von Historizität zu geben und sie auf den Podcast einzustimmen. Es führt zudem zu einem Wiedererkennungswert, da es zu Beginn jeder Folge wiederkehrt.

Der selbstformulierte Anspruch des Podcasts „deutsche Zeitgeschichte anhand herausragender Objekte [...] lebendig und hörbar werden“³³⁴ zu lassen und „exklusive Einblicke in die Museumsarbeit und spannende Geschichten“³³⁵ zu präsentieren, wird grundsätzlich erfüllt, wobei die Versprechungen „herausragend“, „lebendig“ und „spannend“ vor allem als Neugier weckende Schlagworte und als Teil der Authentifizierungsstrategien zu verstehen sind. Über die selbst gesetzten Ziele des Podcasts hinaus bietet „Zeitgeschichte(n)“ aber auch das Potenzial, weiteren von Uebing formulierten Kriterien der

³³² Uebing, YouTube, S. 86.

³³³ Stiftung Haus der Geschichte, Impressum, 2020.

³³⁴ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 151.

³³⁵ Ebd.

Wissenschaftskommunikation zu begegnen. Beispielsweise wird durch den Podcast noch keine Transparenz und Nachprüfbarkeit der Quellen gewährleistet – weder innerhalb der Folgen noch durch die Shownotes und Beschreibungstexte auf der Museums-Website. Podcast-Shownotes werden häufig für die Nennung von Quellen oder weiterführenden Informationen, beispielsweise durch Links, genutzt und würden sich auch hier dafür anbieten. In den Erzählungen während des Gesprächs der untersuchten Folge ist nicht ersichtlich, woher die präsentierten Informationen stammen oder wie sie erarbeitet wurden. Sie werden als vollendete Tatsachen in den Raum gestellt und bieten keinen Einblick in Forschungsdebatten oder eine grundsätzliche Offenheit historischer Entwicklungen. In der untersuchten Folge „1969 – Ein Stück vom Mond“ findet über die Darstellung der US-amerikanischen Seite gegenüber der damaligen Sowjetunion hinaus zudem keine multiperspektivische Darstellung verschiedener Lebensrealitäten während des Kalten Krieges statt. Das präsentierte Geschichts- beziehungsweise generelle Wissensbild ist dementsprechend eins der feststehenden, unveränderlichen Fakten ohne jede Form von Diskussions- oder Prozessorientierung. Bezüge zur Gegenwart und Lebenswelt des Publikums tauchen dagegen auf (siehe interpretative Ebene).

Bei einem solchen kritischen und wissenschaftsorientierten Blick auf den Podcast nach dem Vorbild von Uebing muss jedoch betont werden, dass es dem Museum gar nicht darum gehen muss, den Hörer*innen transparent zu zeigen, wie die dargestellten Inhalte und Informationen zustande kommen. Der Podcast kann dem reinen Ziel der Alternative zum Ausstellungsbesuch sowie der Kontakterhaltung zu den Zielgruppen und der Präsenz des Museums in der Öffentlichkeit gedient haben. Mittlerweile ist der Podcast ein ergänzendes Angebot zu den Ausstellungen des Museums, in dem stellenweise auch auf erst kürzlich zurückliegende Ereignisse und neue Sammlungs-Objekte eingegangen wird, sowie Museumsmitarbeiter*innen zu Wort kommen. Nichtsdestotrotz könnte der Podcast in Zukunft als Chance genutzt werden, eine stärkere Dekonstruktion und Reflexion, die Darstellung von Quellenkritik und verschiedener Deutungen, eine Quellen- und Methodentransparenz sowie ein differenzierteres Geschichtsbild zu vermitteln, also die Elemente, die bisher kaum implementiert werden. Hierbei handelt es sich um einen Teil möglicher Qualitätskriterien für Produkte der Public History zur Förderung der Kompetenz historischen Denkens, die durch die Forschung erarbeitet wurden.³³⁶ Geschichte ist immer „ein Produkt der Gegenwart, eine aktuelle Deutung von Vergangenheit und von

³³⁶ Gundermann et al., Schlüsselbegriffe, S. 194f.

dieser zu unterscheiden³³⁷ und dies könnte auch im Podcast eines historischen Museums stärker betont werden.

Insgesamt steht „Zeitgeschichte(n) – der Museumspodcast“ stellvertretend für einen Podcast, der während und anlässlich der Corona-Pandemie entstand, sich in dieser Zeit etablierte, von der produzierenden Institution als Erfolg verbucht wurde und deshalb weiter betrieben wird. Über die Zeit hinweg wurde das Konzept des Podcasts leicht verändert, es gibt immer wieder im Gespräch mit Mitarbeiter*innen des Museums auch Einblicke hinter die Kulissen, im Vordergrund stehen jedoch die Ausstellungen, Objekte und Themen des Hauses, wodurch „Zeitgeschichte(n)“ hier den Typ des *Ausstellungs-Podcasts* repräsentiert. Der Podcast ist ein gutes Beispiel dafür, wie in dem Medium auf aktuelle Entwicklungen reagiert werden kann, die noch zu neu sind, um sie sofort in den Ausstellungen der Häuser unterbringen zu können. Dies ist insbesondere für zeitgeschichtliche Museen, deren Inhalte sich bis in die Gegenwart ziehen, von hoher Relevanz. Der Podcast demonstriert auch, wie man die Besprechung einzelner Objekte mit der Veranschaulichung übergreifender historischer Zusammenhänge verbinden kann. Podcasts wie dieser, die von historischen Museen stammen beziehungsweise historische Themen behandeln, stellen ein Phänomen öffentlicher Geschichtsrepräsentation dar und können als Teil von Geschichtskultur definiert werden.³³⁸

Anhand dieses Podcasts wurde exemplarisch gezeigt, dass sich die Webformatanalyse nach Schuegraf und Janssen, insbesondere nach Vorbild der Adaption von Judith Uebing auch für die Analyse von Museums-Podcasts eignet. In den folgenden beiden Fallbeispielen der Mikroanalyse geht es um die Stellvertreter zwei weiterer Museums-Podcast-Typen. In diesen werden vor allem Elemente und Strategien in den Fokus gerückt, die im Beispiel „Zeitgeschichte(n)“ nicht vorkamen.

4.3 „FINDING VAN GOGH“ – Ein *Dokumentarischer Storytelling-Podcast*

Deskriptive Analyse-Ebene

Das zweite Beispiel, der Podcast „FINDING VAN GOGH“ des Städel Museums Frankfurt, ist ein Vertreter des *Dokumentarischen Storytelling-Podcasts*. Im Gegensatz zum vorherigen Beispiel handelt es sich dabei um ein abgeschlossenes Projekt aus fünf Folgen, die jeweils zwischen 31 und 47 Minuten lang sind. Alle Folgen wurden innerhalb eines

³³⁷ Thiemeyer, Museum, S. 22.

³³⁸ Das Konzept der Geschichtskultur stammt aus der Geschichtsdidaktik und gilt innerhalb der Forschungsdisziplin der Public History als Überbegriff für die Art und Weise, wie eine Gesellschaft mit ihrer Geschichte umgeht (Gundermann et al., Schlüsselbegriffe, S. 148).

Tages, am 11. September 2019, auf Spotify sowie auf der Webseite des Podcasts veröffentlicht.³³⁹ Hierdurch wird den Hörer*innen das sogenannte Binge-Listening ermöglicht, also das direkte Anhören mehrerer Folgen hintereinander.³⁴⁰ Damit ist es auch einer der wenigen Podcasts im untersuchten Sample, die schon vor und nicht anlässlich der Pandemie gestartet wurden. Genau wie „Zeitgeschichte(n)“ hat „FINDING VAN GOGH“ bei Spotify einen Bewertungsdurchschnitt von 5,0 Sternen. Der Unterschied ist, dass dieser Durchschnitt sich hier aus 396 Bewertungen ergibt,³⁴¹ und nicht nur aus fünf. Wie schon in der Bestandsaufnahme vermerkt, ist dies für einen Museums-Podcast eine außergewöhnlich hohe Bewertungsanzahl, die auf einen besonderen Erfolg dieses Podcasts schließen lässt. Dies zeigen auch die Nominierungen des Podcasts für den Grimme Online Award 2020 (Kategorie „Bildung und Unterhaltung“), für den Deutschen Podcast Preis 2020 (Kategorie „Beste Produktion“) sowie für die Goldenen Blogger 2019 („Bester Podcast“).³⁴² Laut der digitalen Strategie des Städel Museums geht es der Institution darum, sowohl die Präsenz-Angebote des Museums zu ergänzen, aber auch Bildungsangebote außerhalb und unabhängig vom Museum vor Ort bereitzustellen und damit mehr Menschen zugänglich zu machen und kulturelle Teilhabe zu ermöglichen.³⁴³ Seit Veröffentlichung der fünf Folgen gibt es zwar keine neuen mehr, dafür jedoch bei Spotify kurze Werbe-Audios oder -Trailer für die Podcast-Produktionen des Städels, die auf „FINDING VAN GOGH“ folgten.³⁴⁴ So können alle Nutzer*innen, denen dieser Podcast gefallen hat, auf die neuen Projekte aufmerksam gemacht und als Hörer*innen gewonnen werden.

Laut dem Beschreibungstext geht es in dem Podcast um das letzte Porträt, das der Künstler Vincent van Gogh kurz vor seinem Suizid malte, das berühmte „Bildnis des Dr. Gachet“. Anlass für den Podcast war zwar eine Ausstellung des Städels über Van Gogh, der Schwerpunkt des Podcasts liegt jedoch nicht darauf. Stattdessen beschäftigt er sich mit der Prämisse, dass das „Bildnis des Dr. Gachet“ bereits seit seiner Rekordversteigerung im Jahr 1990 aus der Öffentlichkeit verschwunden ist.³⁴⁵ Der Journalist Johannes Nichelmann, mit dem das Städel Museum für das Projekt zusammenarbeitete, macht sich darin auf die Suche nach dem Porträt und seiner Geschichte – von der Entstehung über die Zuordnung zur „entarteten Kunst“ durch die Nationalsozialist*innen bis hin zur

³³⁹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 142.

³⁴⁰ Krause/Uhrig, Bingen, S. 446.

³⁴¹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 142.

³⁴² Städel Museum, Podcast, o. D.

³⁴³ Eschenfelder, Strategie, S. 323f.

³⁴⁴ Städel Museum, GOGH, 2019.

³⁴⁵ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 142.

Versteigerung 1990. Hierzu trifft Nichelmann „auf Zeitzeugen, Experten und Van-Gogh-Begeisterte in Deutschland, Frankreich, London, New York und der Schweiz“³⁴⁶. In der Beschreibung wird über die geplante Ausstellung hinaus noch ein weiterer Bezug des Themas zum Städel-Museum hergestellt, denn bis 1937 wurde das verschwundene „Bildnis des Dr. Gachet“ noch dort gezeigt. Es sind in dem Text weiterhin mehrere Schlagworte erkennbar, die dazu gedacht sind, die Aufmerksamkeit der Interessenten auf sich zu ziehen, etwa „Meisterwerk“, „Ikone der Kunstgeschichte“, „Rekordsumme“, oder Einblicke „aus erster Hand“.³⁴⁷ Auch der Eindruck, es handle sich bei dem Podcast um eine Investigativ-Recherche beziehungsweise um die Spurensuche eines True-Crime-Formats, an der man als Hörer*in teilhaben kann, kann als Strategie betrachtet werden, die Aufmerksamkeit der Hörer*innen auf den Podcast zu lenken.

Auf dem Titelbild des Podcasts ist wie bei einer Collage ein Ausschnitt aus dem „Bildnis des Dr. Gachet“ zu sehen, nämlich die Figur des Nervenarztes selbst (siehe Abb. 9). Dahinter ist ein farblich passender gelber Hintergrund zu sehen sowie in weißen Buchstaben und groß geschrieben der Podcast-Titel „FINDING VAN GOGH“. Dieses Bild dient auch als Thumbnail für jede der Podcast-Folgen und betont die serielle und in sich geschlossene Einheit, die der Podcast formt.



Abbildung 9: Titelbild „FINDING VAN GOGH (Deutsche Version)“, in: Städel Museum, GOGH, 2019.

³⁴⁶ Ebd.

³⁴⁷ Ebd.

Interpretative Ebene

Für „FINDING VAN GOGH“ ist bei Spotify ein circa zwei Minuten langer Trailer verfügbar, der einen Monat vor Start des eigentlichen Podcasts veröffentlicht wurde. Auf diesem Weg kann bereits im Voraus für den Podcast geworben und der Kanal abonniert werden. In diesem Fall ist der Trailer ein Zusammenschnitt aus narrativen Elementen mit der Stimme des moderierenden Journalisten Johannes Nichelmann, ergänzt mit Musik und sowohl deutsch- als auch englischsprachigen O-Tönen aus den Interviews, die im Verlauf der Podcast-Folgen geführt werden. Darin erzählen verschiedene Personen von ihrem Eindruck des besprochenen Porträts und rätseln, wo es sich heute befinden könnte.³⁴⁸ Durch seine Narration bildet Nichelmann schon im Trailer einen roten Faden und fasst zusammen, worum es in der Podcast-Serie gehen wird:

Ein Podcast über meine Suche nach einer Ikone der Kunstgeschichte [...] ein Podcast darüber, wie ein Kunstwerk zum Spiegelbild der letzten 130 Jahre geworden ist [...] eine Podcast-Serie über einen der berühmtesten Maler der Welt [...] ab September 2019 überall, wo es Podcasts gibt.³⁴⁹

Um einen Eindruck von der Struktur und Machart des Podcasts zu bekommen, wird nun ein dezidiertes Blick auf die erste der fünf Folgen geworfen. Diese trägt den Titel „I. Der verschwundene Nervenarzt“ und ist mit einer Dauer von 47 Minuten die längste Folge der Podcast-Reihe.³⁵⁰ Hilfreich zur Orientierung während des Hörens ist, dass der Podcast die Funktion Spotifys nutzt, innerhalb der Folge Kapitelmarken anzeigen zu können. So ist direkt ersichtlich, welche Themen im Laufe der Folge noch besprochen werden und der*die Hörer*in kann bei Bedarf zu einem anderen Teil im Podcast springen. Durch die erhöhte Menge an Metadaten können Kapitelmarken zudem das Finden des Podcasts erleichtern.³⁵¹ Die erste Folge von „FINDING VAN GOGH“ startet mit dem Intro:³⁵² Während im Hintergrund leise Musik läuft, die die Hörer*innen auf den Podcast einstimmen soll,³⁵³ erzählt Nichelmann, wie Vincent Van Gogh im Frühling 1890 das letzte Porträt seines Lebens malte und dieses Porträt 100 Jahre später für 82,5 Millionen Dollar in New York versteigert wurde. Damit macht Nichelmann direkt die Zeitspanne auf, die die Podcast-Serie behandelt. Auch das Gemälde und den darauf abgebildeten Mann beschreibt der Journalist kurz und versucht, die Hörer*innen mit einer Suggestiv-Frage zum Nachdenken anzuregen und in seine Überlegungen miteinzubeziehen: „Was geht diesem undurchschaubaren Mann wohl durch den Kopf?“³⁵⁴ Er ergänzt, dass der Tag der Auktion

³⁴⁸ Städel Museum, Trailer, 2019.

³⁴⁹ Ebd., 00:00:44 – 00:02:04.

³⁵⁰ Städel Museum, Nervenarzt, 2019.

³⁵¹ Vassilian, Podcasting, S. 177-179.

³⁵² Städel Museum, Nervenarzt, 2019, 00:00:00 – 00:03:49.

³⁵³ Hethmon, Guide, S. 54.

³⁵⁴ Städel Museum, Nervenarzt, 2019, 00:00:55 – 00:00:58.

auch der Tag war, an dem die Öffentlichkeit das Bild zum bisher letzten Mal zu Gesicht bekommen hat. Darauf folgen wiederum O-Töne aus den späteren Interviews und eine Beschreibung dessen, worum es im Podcast geht.³⁵⁵ Dieser Teil des Intros ist weitgehend deckungsgleich mit dem bereits beschriebenen Trailer. Schließlich stellt sich der Erzähler noch selbst vor: „Mein Name ist Johannes Nichelmann, ich bin Journalist und das ist ‚FINDING VAN GOGH. Eine Podcast-Serie über das legendäre Bildnis des Dr. Gachet.“³⁵⁶ Es folgt der Hinweis auf weiterführende Informationen zum Podcast auf der dazugehörigen Webseite, unter anderem soll man sich dort eine digitale Version des Gemäldes anschauen können.³⁵⁷ Ähnlich wie schon der Trailer kann das Intro vor allem Spannung aufbauen sowie Neugier und Interesse bei den Hörer*innen erzeugen, um sie dazu zu bringen, den Podcast weiterzuhören.

Wie bereits im Kapitel zu Trends und Entwicklungen herausgearbeitet, wird auch in diesem Podcast das Bild einer Zeitreise und eines Eintauchens in die Geschichte genutzt. Nichelmann macht diese Ankündigung im Anschluss an das Intro: „In dieser ersten Folge der Geschichte gehen wir 130 Jahre zurück, in die Zeit, in der das Gemälde entstanden ist und die Zeitreise beginnt mit einem leeren Bilderrahmen.“³⁵⁸ Es folgt eine Szene,³⁵⁹ die die allgemeine Machart des Podcasts, die sich in der restlichen Folge in verschiedenen Variationen wiederholt, sehr gut veranschaulicht. Nichelmann besucht mit Kurator Alexander Eiling das Depot des Städel-Museums, stellt Fragen zur bevorstehenden Van-Gogh-Ausstellung, zum Bildnis des Dr. Gachet und seinem Verschwinden. Aus dem Off kommen als Voiceover zusätzliche Kommentare Nichelmans. Er betont etwa die Exklusivität des Einblicks in das Depot, das er als Ort vorstellt, „wo Besucherinnen und Besucher nie hinkommen, da, wo es keinen Handy-Empfang gibt und der Zutritt nur mit speziellen Chipkarten möglich ist.“³⁶⁰ Um die Hörer*innen stärker an der Erfahrung teilhaben zu lassen und die Entstehung von Bildern in ihren Köpfen zu fördern, beschreibt er stetig seine visuellen Beobachtungen und Eindrücke. Die Szene setzt sich zusammen aus der Audioaufnahme des Besuchs selbst, inklusive Gesprächen und Hintergrundgeräuschen (etwa Schritte sowie öffnende und schließende Türen), und Nichelmans Kommentaren und Erzählungen aus dem Off. Durch diese Kombination wird den Hörer*innen zum einen das Gefühl gegeben, bei dem Depot-Besuch, der Recherche und Suche nach

³⁵⁵ Ebd., 00:01:13 – 00:03:21.

³⁵⁶ Ebd., 00:03:33 – 00:03:41.

³⁵⁷ Ebd., 00:03:46 – 00:03:52.

³⁵⁸ Ebd., 00:03:53 – 00:04:04.

³⁵⁹ Ebd., 00:03:50 – 00:10:34.

³⁶⁰ Ebd., 00:04:04 – 00:04:15.

dem verschwundenen Gemälde mit dabei zu sein und versorgt sie zum anderen mit kontextualisierenden Informationen. Die wahrnehmbaren Hintergrundgeräusche werden auch als „Atmo“³⁶¹ bezeichnet und dienen der Authentifizierung der entsprechenden Szene sowie der Förderung der Imagination auf Seiten der Hörer*innen. Durch die Äußerung persönlicher, spontan wirkender Gedankengänge wie „Ich war so ziemlich genau ein Jahr alt, als das Gemälde seinen letzten öffentlichen Auftritt hatte“³⁶² wirkt Nichelmann nahbarer und setzt die Geschichte in einen direkten Bezug zu seinem Leben. Während des Depot-Besuchs erzählt Alexander Eiling davon, dass das verschwundene Gemälde sich mittlerweile zu einer Art urbanem Mythos entwickelt hat – es gebe immer wieder Gerüchte oder Kunsthändler*innen, die sich damit brüsten, zu wissen, wo sich das Bild heute befindet, es aber nicht verraten wollen. Die Faszination für das Kunstwerk sei unter anderem durch diese Geheimniskrämerei mittlerweile so groß.³⁶³ Indem in diesem frühen Moment der Folge bereits die Geheimnisse und Mythen rund um das Gemälde thematisiert werden, soll auch die Neugier und Faszination der Hörer*innen für die Geschichte ansteigen.

Auf die Depot-Szene folgen in der übrigen Folge mehrere Ausschnitte aus Interviews, die Nichelmann während seiner Recherche geführt hat – mit der Kunsthistorikerin und Journalistin Cynthia Saltzman in New York und mit dem Belgier Dominique Janssens im französischen Auvers. Letzterer unterhält in dem Haus, in dem Van Gogh starb, das „Institut Van Gogh“. Die Stimmen der Expert*innen dienen unter anderem der Authentifizierung der Spurensuche Nichelmans. Beide Interviewpartner*innen sprechen englisch, ihre O-Töne werden jeweils von deutschen Sprecher*innen übersetzt. Saltzman erzählt unter anderem von den über 900 Briefen, die Vincent Van Gogh und sein Bruder sich gegenseitig geschrieben haben und aus denen viele der Informationen stammen, die es heute über das Leben des Künstlers gibt.³⁶⁴ Dies ist ein Verweis auf die für historische Erkenntnisse erforderliche Quellenarbeit. Um die Nacherzählung der letzten Lebensmonate Van Goghs zu untermalen und die Expert*innen-Interpretationen nachvollziehbar zu machen, werden in der Folge mehrfach einzelne Zitate aus besagten Briefen vorgelesen.³⁶⁵ Zum Selbstmord Van Goghs sagt Saltzman „Ich bin sehr zögerlich, das zu interpretieren, weil wir einfach nicht genug wissen“.³⁶⁶ Dies zeigt eine Transparenz des

³⁶¹ Eins, Podcasts, S. 90.

³⁶² Städel Museum, Nervenarzt, 2019, 00:06:46 – 00:06:51.

³⁶³ Ebd., 00:07:40 – 00:10:00.

³⁶⁴ Ebd., 00:14:00 – 00:14:48.

³⁶⁵ Z. B. ebd., 00:15:00 – 00:15:58.

³⁶⁶ Ebd., 00:35:30 – 00:35:40.

Forschungs-Prozesses im Umgang mit den verfügbaren Informationen und den Schlüssen, die diese (nicht) zulassen. Bei Nichelmanns Besuch in Auvers und seinem Gespräch mit Dominique Janssens zeigt sich ein weiteres Mittel, das den Hörer*innen das Gefühl geben soll, selbst live dabei zu sein und das Bild einer authentischen Recherche zu vermitteln: Man hört Janssens sagen „Ich muss kurz im Restaurant anrufen“ sowie das Wählgeräusch eines Telefons, während Nichelmann aus dem Off kommentiert „Er ist dabei, einen Tisch zu reservieren, für unser Mittagessen. [...] Zunächst fahren wir aber zu dem Haus von Dr. Gachet.³⁶⁷“. Euritt und Korfmacher zufolge sorgt die Implementierung solcher, vermeintlich trivialer, Alltagsszenen zu einer Erfahrung von „liveness“³⁶⁸ seitens der Rezipient*innen, der Podcast wird als spontane, improvisierte und authentische Produktion wahrgenommen, der beigewohnt werden kann.

Authentifiziert werden sollen die Erzählungen zum Lebensende Van Goghs durch den Besuch der dazugehörigen historischen Orte, zu denen Nichelmann die Hörer*innen mitnimmt – das Haus des Dr. Gachet, das Haus, in dem Van Gogh starb, der Friedhof, auf dem er und sein Bruder begraben sind und auf dem Bewunder*innen nach ihrem Tod ihre eigene Asche verstreuen lassen. Am Grab Van Goghs unterhält sich Nichelmann mit einer Touristengruppe und unterstreicht damit die große, generationenübergreifende herrschende Van-Gogh-Begeisterung.³⁶⁹ Insofern finden auch in diesem Podcast immer wieder kleinere Bezüge zur Gegenwart und Lebenswelt des Publikums statt. In diesem Kontext hinterfragt der Journalist die Romantisierung des Künstlers und seine Wahrnehmung als verrücktes, krankes Genie – ein Mythos, den Saltzman dekonstruiert.³⁷⁰

Verteilt über die gesamte Podcast-Serie fragt Nichelmann seine Interview-Partner*innen immer wieder, ob sie wissen, wo sich das „Bildnis des Dr. Gachet“ aktuell befindet, so auch Dominique Janssens – dieser antwortet nicht mehr als „Gemäß meinen Informationen, ja.“³⁷¹ Dieses Frage-Antwort-Spiel wiederholt sich mit wechselnden Gesprächspartner*innen. Gegen Ende der Folge erläutert Nichelmann in einem kurzen Abriss, was mit dem „Bildnis des Dr. Gachet“ nach dem Tod der Van Gogh-Brüder geschah. Diese Erzählung geht flüssig über in eine Vorschau auf die zweite Folge, in der es um den Erwerb des Bildes durch das Städel Museum in Frankfurt und die Zeit des Nationalsozialismus geht.³⁷² An dieser Stelle ähnelt der Stil wieder dem Trailer und dem Intro –

³⁶⁷ Ebd., 00:19:00 – 00:19:45.

³⁶⁸ Euritt/Korfmacher, Intimität, S. 8.

³⁶⁹ Städel Museum, Nervenarzt, 2019, 00:37:48 – 00:40:05.

³⁷⁰ Ebd., 00:40:08 – 00:42:18.

³⁷¹ Ebd., 00:42:40 – 00:43:00.

³⁷² Ebd., 00:44:04 – 00:46:54.

neben dem Voiceover von Nichelmann gibt es von Musik begleitete O-Töne als Vorschau auf die Interviews der nächsten Folge. Im abschließenden Outro³⁷³ weist Nichelmann außerdem auf die zusätzlichen Informationen auf der Podcast-Webseite hin und bittet die Hörer*innen um eine Bewertung des Podcasts.

Diskursive Analyse-Ebene

Die weiteren Folgen der Podcast-Serie haben einen ähnlichen Aufbau: Nichelmann besucht weitere Orte, die mit Van Gogh und dem gesuchten Portrait in Verbindung stehen, unterhält sich mit Expert*innen, Kunsthändler*innen und Zeitzeug*innen und versucht Schritt für Schritt, die Geschichte nachzuvollziehen. Die vielseitige Geschichte steht insgesamt stärker im Fokus als die Frage nach dem derzeitigen Besitzer des Gemäldes. Diese dient dennoch durchgehend als geheimnisvoller Aufhänger zur Aufrechterhaltung der Neugier, obwohl die Wahrscheinlichkeit für Nichelmann, das Kunstwerk zu finden, von Anfang an gering ist. Wie schon in der ersten Folge die Briefe der Brüder Van Gogh, spielen auch in den weiteren Folgen immer wieder Originalquellen eine Rolle, die kontextualisiert und diskutiert werden. Dies ist als Unterschied zu dem ersten Podcast-Beispiel zu benennen, ebenso die gelegentliche Darstellung von Kontroversität, also abweichenden Expert*innen-Einschätzungen. In der dritten Folge etwa werden die verschiedenen Positionen von Cynthia Saltzman und Gottfried Böhm über den Einfluss, den Van Goghs Krankheit auf seine Kunst hatte oder nicht hatte, einander gegenübergestellt.³⁷⁴ Im Vergleich zu „Zeitgeschichte(n)“ findet sich in „FINDING VAN GOGH“ ein verstärkter Einsatz von Musik. Diese dient an den entsprechenden Stellen als inhaltliche Verstärkung sowie zur Emotionalisierung und Bindung der Hörer*innen an die Inhalte.³⁷⁵ Im Laufe der Analyse wurden bereits mehrere Authentifizierungsstrategien herausgearbeitet, etwa die zahlreichen Expert*innen-Gespräche, die Einbindung historischer Quellen und spontan wirkender Alltagsszenen.

Eine Besonderheit des Podcasts ist die ausführliche Webseite: Nicht nur die Podcast-Folgen sind dort verfügbar, es gibt auch Informationen darüber, wie das Projekt zustande kam, einen Video-Trailer und einen Link zur englischsprachigen Version des Podcasts.³⁷⁶ Die Möglichkeit, sich den Podcast in verschiedenen Sprachen anzuhören, ist ein Alleinstellungsmerkmal dieses Podcasts. Ein solches Vorgehen ist – wie das gesamte Projekt –

³⁷³ Ebd., 00:46:54 – 00:47:20.

³⁷⁴ Städel Museum, Genie, 2019, 00:24:10 – 00:26:12.

³⁷⁵ Eins, Podcasts, S. 90f.

³⁷⁶ Städel Museum, Podcast, o. D.

vermutlich mit hohem Aufwand verbunden, aber macht den Podcast für noch mehr Menschen zugänglich. Außerdem auf der Webseite abrufbar sind Fotos des „Bildnis des Dr. Gachet“ sowie des dazugehörigen leeren Bilderrahmens im Städel-Museum, Zitate aus dem Podcast in Schriftform, eine Liste der Protagonist*innen, die im Podcast vorkommen (sowohl derjenigen, die mit Nichelmann sprechen als auch der historischen Personen, die in der Geschichte des Gemäldes eine Rolle spielen).³⁷⁷ Diese Auflistung kann den Webseite-Besucher*innen einen Überblick geben, bei der Orientierung in der Geschichte helfen und das Anhören des Podcasts entweder vor- oder nachbereitend ergänzen. Zusätzlich werden auf der Webseite allgemeine Fragen beantwortet, etwa, was ein Podcast eigentlich ist oder wie und wo man sich den Podcast anhören kann.³⁷⁸ Hierdurch zeigt sich der niedrigschwellige Ansatz und der Wille, auch Personen anzusprechen und mitzunehmen, die sich nicht wie selbstverständlich in der digitalen Welt bewegen. Schließlich wird auf der Webseite noch um Unterstützung für den Podcast durch Bewertungen und Weiterempfehlungen gebeten und es gibt weiterführende Tipps zu anderen digitalen Angeboten des Städtels. Ganz unten auf der Webseite befinden sich die Credits, also eine Liste mit den verschiedenen Rollen und Zuständigkeiten im Podcast-Projekt, sowie eine Danksagung. Diese Hinweise werden ebenso am Ende der fünften und letzten Podcast-Folge noch verlesen.³⁷⁹ In den Shownotes der Folgen bei Spotify gibt es zwar weniger Informationen, aber die Webseite ist immer direkt verlinkt und die Shownotes enthalten zumindest Hinweise auf die Medienpartner des Podcasts sowie Bildnachweise und den Vermerk, dass es sich bei dem Podcast um eine Produktion des Städel-Museums in Zusammenarbeit mit Johannes Nichelmann und Markus Schmidt handelt.³⁸⁰

Insgesamt ist „FINDING VAN GOGH“ durch den Ansatz, in einer begrenzten Anzahl aufeinander aufbauender Episoden eine übergreifende Geschichte zu erzählen, ein eindeutiger Stellvertreter des *Dokumentarischen Storytelling-Podcasts*. Neben den vorherrschenden Storytelling-Elementen bewegt er sich inhaltlich trotzdem nah an der Institution Museum, indem ein besonderes Objekt ausführlich thematisiert wird. Der Podcast ist insbesondere aufgrund des hohen Aufwands hervorzuheben, der für die Produktion und Aufbereitung betrieben wurde – durch die Bereitstellung mehrsprachiger Versionen, die zahlreichen international geführten Interviews und Reisen sowie die umfassende Webseite. Damit zeigt das Städel Museum, welche Möglichkeiten für Museen in diesem

³⁷⁷ Ebd.

³⁷⁸ Ebd.

³⁷⁹ Städel Museum, *Angelegenheiten*, 2019, 00:29:18 – 00:31:35.

³⁸⁰ Städel Museum, *GOGH*, 2019.

Medium liegen. Ebenso hervorzuheben ist die hohe Anzahl von Bewertungen und der Startzeitpunkt des Podcasts noch vor der Pandemie. Insofern kann „FINDING VAN GOGH“ als ambitioniertes Leuchtturmprojekt betrachtet werden, das möglicherweise andere Museen dazu inspiriert hat, sich an eigene Podcast-Projekte zu wagen. Es ist jedoch hinzuzufügen, dass nicht jedes Museum über die finanziellen und personellen Kapazitäten verfügt, solch aufwändige Storytelling-Podcasts zu produzieren.

4.4 „VoloMuPo“ – Ein *Hinter-den-Kulissen-Podcast*

Deskriptive Ebene

Die dritte und letzte Fallanalyse beschäftigt sich mit einem Podcast des *Hinter-den-Kulissen-Typs*. „VoloMuPo. Volontariat – Museum – Podcast“³⁸¹ ist ein Projekt der Volontär*innen der Museumsstiftung Post und Telekommunikation – eines Museumsverbands mit Häusern in Berlin, Nürnberg und Frankfurt. Der Podcast ist dazu gedacht, über das Wissenschaftliche Volontariat im Museum zu informieren sowie einen Austausch der beteiligten Volontär*innen über ihre Erfahrungen und Projekte zu ermöglichen. Die adressierten Zielgruppen werden wie folgt zusammengefasst:

Ein Podcast zum Informieren, Vernetzen und Austauschen für Volontär:innen, Interessierte und alle, die mal einen Blick hinter die Kulissen der Museumslandschaft schauen wollen.³⁸²

Hierbei handelt es sich – zumindest im Vergleich zu den anderen Beispielen – um eine äußerst kleine und spezifische Personengruppe, die den Podcast zu einem Projekt von Volontär*innen für Volontär*innen macht. Das Stichwort „hinter den Kulissen“ lässt hier bereits auf die Zuordnung zum entsprechenden Typen schließen. Wie sich auch bei dem Blick auf eine Beispiel-Folge noch zeigen wird, dreht sich der Podcast im Kern um die Volontär*innen, die von ihrer Arbeit in den verschiedenen Arbeitsbereichen des Museums erzählen, mit besonderem Fokus auf die Auswirkungen der Pandemie auf die Museumsarbeit. Wie „Zeitgeschichte(n)“ ist auch dieser Podcast ein Projekt, das während und anlässlich der damaligen Museumsschließungen entstand. Die erste Folge wurde am 25.11.2020 veröffentlicht, die zwölfte und letzte am 17.08.2021, meist in einem monatlichen Rhythmus. Zeitlich bewegen sich die Folgen in einem Rahmen von minimal einer Stunde und fünf Minuten bis maximal einer Stunde und 49 Minuten.³⁸³ Da der Podcast ein Volontariats-Projekt war, erschienen nach Abschluss des Projektes auch keine neuen Folgen mehr. Auf Spotify hat der Podcast bislang noch keine Bewertung erhalten, was vermutlich mit seiner kleinen Zielgruppe zusammenhängt.

³⁸¹ Tabelle Nr. 1, Podcast Nr. 107.

³⁸² Ebd.

³⁸³ Ebd.

Das professionell wirkende Titelbild (siehe Abb. 10) zeigt einen in schwarz gezeichneten Stör auf einem Hintergrund, der den Eindruck von vergilbtem Pergament macht. An der Unterseite des Bildes verläuft in schwarzer Schrift der Podcast-Titel „VoloMuPo“, hinterlegt mit einer visuell dargestellten grauen Audiospur, die eine Anspielung auf das auditive Medium darstellt. Unten rechts in der Ecke befindet sich noch in schwarz und klein das Logo der Museumsstiftung. Dieses Titelbild dient auch als Thumbnail für die einzelnen Podcast-Folgen. Der Stör auf dem Bild steht dafür, dass die Volontär*innen es sich zum Ziel setzen, die alten Museumsstrukturen und den Regelbetrieb zu stören, zu hinterfragen und frischen Wind in die Arbeit mitzubringen.³⁸⁴



Abbildung 10: Titelbild „VoloMuPo“, in: Museumsstiftung, *VoloMuPo*, 2020.

Interpretative Analyse-Ebene

Die Folgen des Podcasts folgen alle einem recht ähnlichen Aufbau. Der Moderator und primär für das Projekt verantwortliche Volontär aus dem Museum für Kommunikation in Nürnberg, Christian Bihn, übernimmt die Gesprächsleitung und hat verschiedene Volontär*innen zu Gast, entweder aus der Museumsstiftung Post und Telekommunikation oder aus anderen deutschen Museen. Die Gespräche widmen sich in jeder Folge einem anderen Oberthema. Beispielhaft gezeigt wird dies nun an der zweiten Podcast-Episode. Diese wurde mit dem Titel „#02 – Das eigene Projekt“ am 15. Dezember 2020 veröffentlicht und dauert eine Stunde und 18 Minuten.³⁸⁵ Die Shownotes zu den Folgen des Podcasts sind sehr ausführlich. Dort wird zunächst ein inhaltlicher Ausblick auf das Thema der entsprechenden Folge sowie die am Gespräch beteiligten Gäst*innen gegeben. Durch Sätze wie

³⁸⁴ Museumsstiftung, Schreiben, 2021, 01:19:58 – 01:20:15.

³⁸⁵ Museumsstiftung, Projekt, 2020.

Freut euch auf Gespräche zu kurzfristigen Änderungen bei Veranstaltungen und Ausstellungen, neue Gehversuche und den wohl schönsten Arbeitsplatz in Karlsruhe im offiziell ambitioniertesten Museums-podcast-Projekt rund um das Wissenschaftliche Volontariat.³⁸⁶ sollen die Neugier und das Interesse der Zielgruppe angeregt werden. Zusätzlich werden die Shownotes hier dazu verwendet, eine Übersicht der verschiedenen inhaltlichen Abschnitte des Podcasts aufzulisten, inklusive der entsprechenden Timecodes sowie ergänzenden Stichpunkten. Der Podcast nutzt zwar nicht Spotifys Kapitel-Funktion, gibt den Hörer*innen durch diese Listung aber eine andere Möglichkeit der Übersicht.

Die Podcast-Folge startet mit einem Intro, das aus dem Verlesen des Podcast-Titels sowie dem Abspielen einer kurzen, jazzigen Titelmelodie besteht.³⁸⁷ Anschließend führt Moderator und Volontär Christian Bihn kurz in das Thema der aktuellen Folge ein, in diesem Fall die Projekte, an denen sich die Volontär*innen eigenständig versuchen.³⁸⁸ Auch die Gäst*innen der Episode – Clara Blomeyer, Volontärin im Badischen Landesmuseum in Karlsruhe und André Burmann, Volontär im LWL-Museum für Archäologie in Herne – werden begrüßt und stellen sich und ihre Volontariats-Projekte kurz vor. Damit wird zum Hauptteil der Folge übergeleitet.³⁸⁹ Clara Blomeyer erzählt von dem Kuratieren einer Sonderausstellung im Badischen Landesmuseum durch die dortigen Volontär*innen, André Burmann von einem Livestream zum Tag der Befreiung vom Nationalsozialismus sowie der Entwicklung digitaler Führungsformate durch die Ausstellungen des LWL-Museums. Durch den Austausch über geplante, gescheiterte und schließlich auf die digitale Welt umgestellte Projekte entwickelt sich das Gespräch schnell in Richtung der Auswirkungen der Pandemie auf die Museumswelt – ein Thema, das sich durch die gesamte Folge zieht. In diesem Kontext wurden aufgrund der eingeschränkten Möglichkeiten nämlich vor allem digitale Projekte durch die Volontär*innen realisiert.³⁹⁰ Ein Beispiel dafür ist der Podcast „HumANimal – Das Tier und Wir“, den Clara Blomeyer mit anderen Volontär*innen des Badischen Landesmuseums als Begleitprogramm zu ihrer eigenen Ausstellung entwickelt hat und den sie an dieser Stelle kurz vorstellt.³⁹¹

Christian Bihn übernimmt im Podcast zwar die Moderations-Rolle, bekommt darüber hinaus aber auch von seinen Gäst*innen Fragen gestellt und erzählt selbst von eigenen Erfahrungen als Volontär im Museum für Kommunikation in Nürnberg. Bei dem Podcast handelt es sich um sein persönliches Projekt, zu dem ihm die Idee durch die

³⁸⁶ Ebd.

³⁸⁷ Ebd., 00:00:00 – 00:00:23.

³⁸⁸ Ebd., 00:00:23 – 00:00:43.

³⁸⁹ Ebd., 00:01:28 – 00:17:45.

³⁹⁰ Ebd., 00:17:45 – 00:25:54.

³⁹¹ Ebd., 00:47:42 – 00:57:19.

Arbeit im Homeoffice, den Wegfall von Dienstreisen und die fehlenden Austausch- und Vernetzungs-Möglichkeiten mit anderen Volontär*innen gekommen sei. Durch den Podcast habe er einen Ersatz dafür schaffen wollen.³⁹² Hier zeigt sich ein Unterschied zu den anderen Podcast-Beispielen – letztere dienen vermehrt der Wissensvermittlung und Unterhaltung ihrer Hörer*innen sowie einer Ergänzung des Museumsbesuchs. Dieser Podcast richtet sich dagegen an wenige, ausgewählte Hörer*innen und ist dezidiert für einen Austausch gedacht. Die Tatsache, dass sich bereits zwei der drei Gesprächsteilnehmer*innen mit museumseigenen Podcast-Projekten beschäftigt haben, führt wiederum zu einem allgemeinen Gespräch der drei über das Potenzial des Podcast-Mediums für museale Institutionen. Insgesamt sind die Gesprächsteilnehmer*innen sich einig, dass Museen auch in Zukunft verstärkt auf Podcasts setzen werden und appellieren an die Hörer*innen, sich in ihren Volontariaten selbst an ähnlichen Projekten zu versuchen oder diese in der eigenen Institution vorzuschlagen.³⁹³ Hier zeigt sich eine entscheidende Funktion des vorliegenden Podcasts – nämlich den zuhörenden – aktuellen und zukünftigen – Volontär*innen Tipps an die Hand zu geben, sie in ihren Vorhaben zu inspirieren und zu ermutigen.

Am Ende des Gesprächs machen Blomeyer, Burmann und Bihn noch Werbung für ihre verschiedenen Online-Projekte und aktuellen Ausstellungen in den jeweiligen Häusern. Christian Bihn wendet sich zudem mit der Bitte an die Hörer*innen, sich bei ihm zu melden, sollte man Interesse daran haben, im Podcast über das eigene Volontariat zu sprechen.³⁹⁴ Es besteht also eine reale Möglichkeit für die Hörer*innen, den Podcast partizipativ mitzugestalten. Schließlich bedankt Bihn sich für das Anhören des Podcasts und verabschiedet sich.³⁹⁵ Im finalen Outro ist noch einmal die Musik zu hören, die bereits im Intro abgespielt wurde.³⁹⁶

Im Vergleich zu den zuvor analysierten Podcasts sind sowohl der Ton als auch die Gesprächsführung deutlich weniger professionalisiert. Dies äußert sich unter anderem darin, dass in der Beispiel-Folge immer wieder Hintergrundgeräusche wie Straßenlärm oder Feuerwehr-Sirenen zu hören sind, es hörbare Rückkopplungen und Aussetzer der verschiedenen Tonspuren gibt (das Gespräch findet per Videokonferenz statt). Das Gespräch findet in keiner Studio-Situation und ohne professionelle Unterstützung durch Medienproduzent*innen statt. Im Gespräch gibt es mehrfach sowohl längere Pausen zwischen den Gesprächsbeiträgen der Teilnehmer*innen oder sie fallen sich gegenseitig ins Wort,

³⁹² Ebd., 00:34:28 – 00:35:00.

³⁹³ Ebd., 00:57:20 – 01:10:29.

³⁹⁴ Ebd., 01:10:30 – 01:16:59.

³⁹⁵ Ebd., 01:16:59 – 01:18:11.

³⁹⁶ Ebd., 01:18:11 – 01:18:28.

was insgesamt etwas unbeholfen wirkt.³⁹⁷ Ein wahrscheinlicher Grund dafür ist vermutlich die Situation der Videokonferenz, die einen flüssigen und natürlichen Gesprächsfluss erschweren kann. Außerdem sehen und hören sich die drei Volontär*innen bei der Aufnahme das erste Mal und hatten dadurch noch keine Gelegenheit, sich kennenzulernen und im Gespräch miteinander warm zu werden. Im Gegensatz zu den anderen Podcasts wird weder mit einem vorgegebenen Skript gearbeitet noch jedes kleine Störgeräusch (Pausen, Atmer, Versprecher) herausgeschnitten. Insgesamt wirkt der Podcast dadurch zwar unprofessioneller, durch die starke Spontaneität und daraus resultierende Unbeholfenheit aber auch wesentlich natürlicher und nahbarer als die stärker geglätteten Produktionen. Dies passt auch zum Status des Podcasts als Volontär*innen-Projekt. Passend dazu heißt es in den Shownotes zu Folge 7:

Beim Podcasten schleichen sich manchmal kleine technische Probleme ein, wenn man sich mit mehreren Leuten an verschiedenen Orten zusammenschließt. Leider ist die Episode ein wenig verflucht, was die Technik betrifft. Aber das macht den VoloMuPo an sich aus, dass er nicht immer völlig reibungslos läuft.³⁹⁸

Die Produzent*innen und Teilnehmenden befinden sich noch in ihrer musealen Ausbildung, in der sie sich ausprobieren und dadurch wiederum lernen sollen. Gerade diesen Prozess spiegelt der Podcast sehr gut wider und gestaltet ihn außerdem niedrigschwelliger. In „VoloMuPo“ tauschen sich die Volontär*innen aus, machen auch Witze und loben und ermutigen sich gegenseitig. Durch die fehlende Perfektion und die im Podcast formulierten Erfahrungen und Tipps können die zuhörenden (zukünftigen) Volontär*innen in ihren eigenen Vorhaben bestärkt werden. In einer der späteren Folgen geht es beispielsweise dezidiert um den Bewerbungsprozess für Volontariats-Stellen, in einer anderen um Vernetzungs- und Organisationsmöglichkeiten während des Volontariats.³⁹⁹

Diskursive Analyse-Ebene

Auf der diskursiven Ebene lässt sich für diesen Podcast feststellen, dass die Rollen und Zuständigkeiten sowohl durch ihre Auflistung in den Shownotes (Moderation, Co-Moderation, Redaktion, Produktion, Musik etc.) als auch durch wiederkehrende Hinweise auf den Entstehungsprozess des Podcasts innerhalb der Folgen äußerst transparent ist. Ebenso transparent umgegangen wird mit den Problemen und Fehlbarkeiten in der Podcast-Produktion. Auf der Webseite des Podcasts finden sich die Folgen selbst, der Beschreibungstext sowie Hinweise und Verlinkungen auf weitere digitale (Podcast-)Angebote der

³⁹⁷ Ebd.

³⁹⁸ Museumsstiftung, Arbeitskreise, 2021.

³⁹⁹ Museumsstiftung, Weg, 2021. / Museumsstiftung, Arbeitskreise, 2021.

Museumsstiftung für Post- und Telekommunikation. Die Einladung von Volontär*innen aus verschiedenen deutschen Museen kann man als eine Form der Authentifizierungsstrategie einordnen – die Gäst*innen und Moderator*innen erzählen von ihren ganz persönlichen Erfahrungen und sind für die Hörer*innen dadurch glaubwürdig. Sie befinden sich mit einem Großteil ihrer Zielgruppe (aktuelle Museums-Volontär*innen) auf Augenhöhe und müssen diese nicht erst künstlich erzeugen. Als *Hinter-den-Kulissen-Podcast* wurde „VoloMuPo“ deswegen eingestuft, weil der Großteil seiner Inhalte aus Gesprächen und Erzählungen über die Arbeit und interne Abläufe verschiedener Museen besteht. Dennoch enthält auch dieses Projekt Elemente der anderen Typen, etwa das Führen von Gesprächen mit verschiedenen Gäst*innen sowie das Reden über Ausstellungsprojekte und andere Museumsangebote. Weiterhin reiht sich der Podcast in verschiedene weitere identifizierte Trends und Entwicklungen (siehe Kapitel 3.3) ein: Er ist ein anlässlich der Pandemie entstandenes Projekt, wurde von jungen Museumsmitarbeiter*innen initiiert und produziert und enthält partizipative Ansätze. Er präsentiert außerdem eine Perspektive, die sonst wenig Öffentlichkeit bekommt, nämlich die von Museumsvolontär*innen. Besonders auszeichnen tut sich der Podcast durch diese Auswahl des Themas des wissenschaftlichen Volontariats und durch das Ziel des gegenseitigen Erfahrungsaustauschs. Dabei ermutigt seine eigene Imperfektion sowohl Volontär*innen als auch Museen dazu, das Podcast-Medium einfach mal auszuprobieren. Es wird gezeigt, dass nicht jeder Museums-Podcast gleich ein hochkarätiges Vorzeige-Projekt wie „FINDING VAN GOGH“ sein muss, sondern auch kleinere Projekte mit geringerem Budget für sehr kleine Zielgruppen einen Mehrwert bieten können. Insofern repräsentiert „VoloMuPo“ von den drei untersuchten Fallbeispielen am ehesten die ursprüngliche Idee des Podcastings – das Brechen von Konventionen, die Demokratisierung der Format-Produktion und eine Form der Selbstermächtigung. Das Beispiel zeigt auch, dass es in der Museums-Podcast-Landschaft eine große Bandbreite gibt – ein Nebeneinander zwischen hochfinanzierten Produktionen und amateurhaften Projekten wie „VoloMuPo“. Zu guter Letzt ist „VoloMuPo“ einer der wenigen Museums-Podcasts, die selbst das Potenzial des Mediums zum Thema machen.

Nach dieser Präsentation und Analyse der drei Museums-Podcast-Fallbeispiele im Rahmen der Mikroanalyse, findet im folgenden, abschließenden Fazit eine Zusammenfassung der erarbeiteten Forschungsergebnisse sowie ein Ausblick statt.

5. Fazit und Ausblick

In Anbetracht der vermehrten Veröffentlichung musealer Podcast-Produktionen in den vergangenen Jahren und spätestens seit der Corona-Pandemie wurde in dieser Arbeit der Frage nachgegangen, wie und seit wann Museen sich des Podcast-Mediums bedienen, wie der derzeitige Nutzungsstand des Mediums durch die Museen aussieht, welche typische Herangehensweisen es dabei gibt, sowie welche Trends und Entwicklungen sich in diesem Feld abzeichnen. Weiterhin stellte sich die Frage, wie bei der Analyse eines Museums-Podcasts vorgegangen werden kann. Zur Beantwortung dieser Fragen wurde mithilfe medien- und kommunikationswissenschaftlicher Untersuchungen zunächst der aktuelle Forschungsstand zu dem Podcast-Medium selbst sowie seiner Entstehung und medialen Besonderheiten zusammengefasst. Als zentrale Merkmale sind hier insbesondere die zeit- und ortsunabhängigen Rezeptionsmöglichkeiten und die Intimität der Hörsituation hervorzuheben, die großes Potenzial für die Entwicklung parasozialer Beziehungen bieten. Als Anknüpfungspunkte für das Medium im Museum wurden im Anschluss die fortschreitenden Bemühungen um eine Digitalisierung der verschiedenen Museumsaufgaben und um das Erreichen neuer, bisher wenig berücksichtigter Zielgruppen (Outreach) identifiziert. Es wurde zudem festgestellt, dass sich das Podcast-Medium innerhalb der Museen zur Umsetzung verschiedener Aufgaben der Institution eignet. Einerseits können damit Inhalte transportiert beziehungsweise vermittelt werden, beispielsweise in Kombination mit der musealen Forschungsaufgabe als Weg der Wissenschaftskommunikation. Andererseits lassen Podcasts inhaltlich auch die Auseinandersetzung mit den hauseigenen Ausstellungen und Sammlungen zu. Ebenso möglich ist eine Verknüpfung dieser Nutzungsszenarien.

Eine Sichtung der spezifischen bestehenden Literatur zu dem Thema Museums-Podcasts ergab, dass erste Museen nicht lange nach der Entstehung des Mediums bereits eigene Produktionen veröffentlichten. Der Anstoß hierzu kam jedoch von museumsexternen Gruppen, die selbst die Deutungsmacht über die museale Wissensproduktion übernehmen wollten. Zu Beginn wurden Museums-Podcasts vor allem als neue Möglichkeit des Audioguides genutzt und gerade im deutschsprachigen Raum gab es Mitte bis Ende der 2000er Jahre vereinzelte Pilot-Projekte. Nach einer anschließend mehrjährigen Inaktivität in diesem Bereich trugen sowohl neue Podcast-Produktionen von Besucher*innen über die Museen als auch ein allgemeiner neuer Anstieg der Podcast-Beliebtheit dazu bei, dass auch (deutsche) Museen sich dem Medium erneut zuwandten, was die

Notwendigkeit der vorliegenden Arbeit begründet. Am Ende des theoretischen Teils stand die Konzeption einer Arbeitsdefinition des Begriffs ‚Museums-Podcast‘.

Der weiteren Beantwortung der Forschungsfragen diene eine Kombination aus Makro- und Mikroanalyse, die den Hauptteil der Arbeit bilden. Mithilfe einer Methoden-Triangulation aus quantitativer Datenerfassung und qualitativer, autoethnographischer Inhaltsanalyse gelang eine Bestandsaufnahme der derzeitigen deutschen Museums-Podcast-Landschaft sowie von Trends und Entwicklungen in diesem Bereich. Dabei ließ sich feststellen, dass aktuell circa 2,3% der deutschen Museen einen eigenen Podcast anbieten. Es handelt sich dabei also nicht um einen musealen Standard, nichtsdestotrotz aber um ein quantitativ belegbares Phänomen.

Für die makroanalytische Untersuchung wurden die Daten zu 161 Museums-Podcasts erhoben und analysiert. Zusammenfassend lassen sich diesbezüglich folgende Ergebnisse herausstellen: Während in den Jahren 2015 bis 2019 einzelne Podcast-Produktionen durch die Museen veröffentlicht wurden, fand der Durchbruch mit dem Beginn der Corona-Pandemie im Jahr 2020 statt. Der Höhepunkt wurde mit dem Start 53 neuer Museums-Podcasts im Jahr 2021 erreicht. Auch 2022 und 2023 gab und gibt es – wenn auch in abnehmender Zahl – kontinuierlich neue Produktionen. Weiterhin fiel auf, dass mehr als die Hälfte der untersuchten Podcasts mittlerweile nicht mehr aktiv sind, was unter anderem damit zu tun hat, dass es sich bei diesen um in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Projekte handelt. Da viele der Podcasts erst in den letzten Jahren mit der Veröffentlichung von Folgen begannen, beläuft sich die (bisherige) Laufzeit eines Großteils der Untersuchungsgegenstände auf weniger als ein Jahr, einige Podcasts sind aber bereits länger aktiv, wenige sogar schon mehrere Jahre. Eng zusammen mit der Laufzeit hängt auch die Anzahl der veröffentlichten Podcast-Folgen. Hier sind beim Großteil der Podcast-Kanäle weniger als 20 verfügbar, die in meist unregelmäßigen oder monatlichen, und in weniger Fällen in wöchentlichen Rhythmen veröffentlicht werden. Hieraus lässt sich ableiten, dass es den Museen nicht darum geht, in kurzen regelmäßigen Abständen ihr Publikum mit immer neuen Inhalten zu versorgen, sondern die Kanäle eher situativ, punktuell und ergänzend zu ihrem übrigen Angebot zu bespielen. In Bezug auf die Folgenlänge der Museums-Podcasts sind drei vorherrschende Muster erkennbar: Folgen, die weniger als 30 Minuten dauern, Folgen mit einer Dauer zwischen 31 und 60 Minuten oder Podcasts, deren Folgenlängen stark variieren. Hier gibt es also unter den Museums-Podcasts ein breites Spektrum und verschiedene Ansätze, wie auch allgemein im Podcast-Bereich. Museums-Podcasts werden bei Spotify in den meisten Fällen zwar von wenigen

Hörer*innen bewertet, erhalten dafür jedoch sehr gute Bewertungsdurchschnitte. Dies spricht für die These Matthias Stiers, dass es sich bei Museums-Podcasts um eine „Nische in der Nische“⁴⁰⁰ handelt, die nichtsdestotrotz ihr kleines Zielpublikum erreicht. Bei der Untersuchung der Daten zu dem Podcast-Sample stachen immer wieder einzelne Podcast-Projekte entweder mit besonders langen Laufzeiten, besonders vielen veröffentlichten Folgen oder besonders hohen Bewertungszahlen heraus – hier lässt sich die These aufstellen, dass diese Ausnahmen als Leuchtturmprojekte anzusehen sind, die mit ihrer Durchschlagskraft als Vorbild für die übrigen Podcasts dienen und zu einer längerfristigen Etablierung der Nische des Museums-Podcasts beitragen können oder schon beigetragen haben.

Mithilfe einer qualitativen Betrachtung der Beschreibungstexte der Podcasts ließen sich Schlussfolgerungen in Bezug auf inhaltliche Schwerpunkte sowie auf allgemeine Trends und Entwicklungen ziehen. In vielen der Produktionen sind die museumseigenen Ausstellungen, Sammlungen und insbesondere die dort ausgestellten oder gesammelten Objekte ein zentrales Thema, sehr häufig ist außerdem das Prinzip der Expert*innen-Interviews. Dabei versprechen die Texte häufig, in den Podcasts einen Blick hinter die Kulissen der Museumsarbeit zu gewähren, exklusive Inhalte bereitzustellen, spannende Geschichten zu erzählen und immersive Hörerlebnisse zu schaffen. Daran lässt sich ablesen, wie die Museen das auditive Medium bewusst dafür nutzen möchten, das Ziel der Inhalts- und Wissensvermittlung mit unterhaltenden Elementen zu verknüpfen und in den Beschreibungstexten die Neugier des Publikums zu wecken. Diese Verknüpfung lässt sich im Übrigen in den allgemeinen Diskurs über Erlebnis- und Bedürfnisorientierung im Museum verorten. Ausbaufähig sind viele Museums-Podcasts noch in puncto Suchmaschinenoptimierung und Auffindbarkeit auf den Plattformen. Demgegenüber spricht die hohe Zahl an Museen, die für die Podcast-Produktion mit Medienhäusern und Produktionsfirmen zusammenarbeiten, für eine Professionalisierung der thematischen Podcast-Nische.

Obwohl Podcasts eher auf die einseitige Informationsendung als auf bidirektionale Kommunikation ausgerichtet sind, gibt es darüber hinaus auch Museen, die probieren, ihre Hörer*innen per Feedback oder sogar mithilfe weiterführender partizipativer Elemente in die Podcast-Produktion und Inhalte einzubinden, dies stellt jedoch eher eine Ausnahme dar. In ähnlicher Form beleuchten manche der Podcasts die Geschichten und Perspektiven marginalisierter Personengruppen und machen generell Themen sichtbar, die in bisherigen musealen Angeboten zu kurz kommen. Insbesondere junge

⁴⁰⁰ Stier, Nische, 2020.

Museumsmitarbeiter*innen – Praktikant*innen, FSJler*innen und Volontär*innen – sind an der Produktion zahlreicher Museums-Podcasts beteiligt. Laut den vorliegenden Daten üben insgesamt außerdem mehr Frauen als Männer die Moderation der Formate aus, was gegenüber den Daten zu Podcasts im Allgemeinen eher ungewöhnlich ist.

Weiterhin ist auffällig, dass viele der Verantwortlichen es sich mit ihren Podcasts zum Ziel setzen, niedrigschwellig zu kommunizieren und damit neue Zielgruppen für museale Inhalte zu begeistern. Insbesondere Podcasts, die nicht von den Institutionen selbst stammen, sondern in denen lediglich über Museen gesprochen wird, werben damit. Mittel, die dem Erreichen dieses Ziels dienen sollen, sind unter anderem die Anwendung von Gegenwarts- und Zukunftsbezügen, das spezielle Adressieren beispielsweise von Kindern sowie das kontinuierliche Betonen der Vorteile des Podcast-Mediums, das eine zeit- und ortsunabhängige Rezeption ermöglicht.

Aus diesen quantitativen und qualitativen Beobachtungen konnte schließlich mithilfe der typenbildenden qualitativen Inhaltsanalyse eine aus sechs Typen bestehende Typologie von Museums-Podcasts aufgestellt werden. Bestimmt wird die deutsche Museums-Podcast-Landschaft durch den *Ausstellungs-Podcast*, der die Ausstellungen eines Museums begleitet, ergänzt und thematisiert, und durch den *(Expert*innen-)Interview-Podcast*, in dem in jeder Folge andere Personen zu wechselnden Themen des Museums interviewt werden. Ebenfalls eine beliebte Wahl sind der Themen-Podcast, in dem feste Personenkonstellationen Gespräche über festgelegte Themen führen und der *Hinter-den-Kulissen-Podcast*. Dessen Hauptfokus ist es, dem Publikum zu zeigen, wie eine museale Institution eigentlich funktioniert, beispielweise, wie eine Ausstellung entsteht. Vermutlich aufgrund seines hohen Aufwands weniger häufig ist der *Dokumentarische Storytelling-Podcast*, der als in sich geschlossene, aufeinander aufbauende Podcast-Serie funktioniert und sich durch die Inszenierung einer journalistischen Investigativ-Recherche auszeichnet. Außerdem sind *Podcasts über Museen* Teil der Typologie, also Podcasts, die nicht von Museen stammen, sich inhaltlich aber mit Museen, Ausstellungen und musealen Diskursen auseinandersetzen. An der erarbeiteten Typologie zeigt sich unter anderem, dass Museums-Podcasts sich zum Teil an Formaten orientieren, die auch in Podcasts fernab von der Kulturbranche erfolgreich sind.

Um nicht bei der groben Beschreibung der Museums-Podcasts stehen zu bleiben, wurde ergänzend zur Makroanalyse noch ein mikroanalytischer Blick auf einzelne Podcast-Produktionen geworfen. Hierbei wurde die Webformat-Analyse nach Schuegraf und Janssen sowie ihre Adaption für YouTube-Erklärvideos mit historischen Inhalten

durch Judith Uebing herangezogen und ihre Anwendung auf Museums-Podcasts erprobt. Es ließ sich feststellen, dass die in drei Ebenen gegliederte Methode sich auch für die Analyse von Museums-Podcasts sowie einzelne Podcast-Folgen eignet. Dabei verschiebt sich der Schwerpunkt gemäß der Natur der Sache von visuellen vermehrt auf auditive Analyse Kriterien. Durch die Analyse von „Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast“ konnte der Typ des *Ausstellungs-Podcasts* besser veranschaulicht und zudem gezeigt werden, dass der Blick hinter die Museums-Kulissen und das Expert*innen-Interview dennoch Teil dieses Typs sein können. Der Podcast demonstriert weiterhin den Versuch der Immersion und der Authentifizierung, beispielsweise durch die Verwendung historischer Ton-Quellen. Durch die beiden weiteren Beispiele – den *Dokumentarischen Storytelling-Podcast* „FINDING VAN GOGH“ und den *Hinter-den-Kulissen-Podcast* „VolloMuPo“ – konnten weitere Herangehensweisen an museale Podcast-Projekte vertieft werden: die professionelle und hochfinanzierte, investigative True-Crime-Recherche auf der einen Seite und der Volontär*innen-Podcast mit Improvisationscharakter auf der anderen. Insgesamt lieferte die Mikroanalyse also einen exemplarischen Einblick in die inhaltlichen und stilistischen Nutzungsmöglichkeiten des Podcast-Mediums für Museen.

An dieser Stelle ist erneut darauf hinzuweisen, dass es sich bei dieser Studie um eine Momentaufnahme handelt, die keine Prognosen zulässt. Wie sich das Feld der (deutschen) Museums-Podcasts in den nächsten Jahren weiterentwickeln wird, bleibt abzuwarten und bedarf in Zukunft einer aktualisierenden Untersuchung. Dabei stellen insbesondere die hohe Entwicklungsgeschwindigkeit des Feldes und die Schwierigkeit der Quellen-Speicherung eine Herausforderung dar. Aufgrund des bisher so wenig bearbeiteten und gleichzeitig so umfassenden Forschungsgegenstandes bleiben die Ergebnisse dieser Arbeit lückenhaft, können aber als Grundlage für zahlreiche anknüpfende Fragestellungen dienen. Zum einen können die hier genutzten Methoden und Uebings geprüfter Analyse-Leitfaden dazu genutzt werden, weitere Podcasts des Samples detaillierter anzuschauen, beispielsweise die *Podcasts über Museen*. Auch Museums-Podcasts außerhalb Deutschlands wären ein spannender Forschungsgegenstand, insbesondere aus einer vergleichenden Perspektive und mit Blick auf gegenseitige Beeinflussungen. Weiterhin spannend wäre eine differenzierte Betrachtung einzelner, hier nur gestreifter Aspekte und Strategien innerhalb der Podcasts, beispielsweise die Arbeit mit (historischen) Ton-Dokumenten, O-Tönen und Musik, Emotionalisierungs- und Authentifizierungsstrategien, narrativen Elementen sowie die in den Podcasts transportierten Geschichtsbilder und Narrative. Auch eine Vertiefung der Diversitäts-Frage – sowohl in Bezug auf die an der

Produktion beteiligten Personen als auch auf die in den Podcast behandelten Themen – ist lohnend.

Aufgrund des hier festgelegten Fokus auf das Podcast-Produkt wäre ein logischer nächster Schritt zudem der Blick auf die Produktion und Rezeption der Podcasts. Dies würde Interviews mit den Produktionsinstitutionen einschließen und sich beispielsweise mit ihren Zielen und den Produktionsprozessen beschäftigen. Rezeptionsstudien wiederum können sich auf die Frage fokussieren, inwiefern die Ziele der Museen (Wissensvermittlung, Unterhaltung, Outreach etc.) mit den Podcasts erreicht werden können, ob die Podcasts beispielsweise quellenkritische Kompetenzen fördern oder die Hörer*innen zu einem Museumsbesuch in Präsenz motivieren. Hierzu kann auf den Ergebnissen und Methoden der vorliegenden Arbeit aufgebaut werden.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Museums-Podcast-Neuerscheinungen 2015- 27.06.2023, nach Tabelle Nr. 3.....	26
Abbildung 2: Verteilung der Museums-Podcasts nach Laufzeit, nach Tabelle Nr. 5.....	27
Abbildung 3: Verteilung der Museums-Podcasts nach Folgenanzahl, nach Tabelle Nr. 7	28
Abbildung 4: Verteilung der Podcasts nach Publikationsrhythmus, nach Tabelle Nr. 8	29
Abbildung 5: Verteilung der Museums-Podcasts nach Folgenlänge, nach Tabelle Nr. 9	30
Abbildung 6: Verteilung der Museums-Podcasts nach Bewertungen, nach Tabelle Nr. 10	32
Abbildung 7: Titelbild „Zeitgeschichte(n) - Der Museumspodcast“, in: Stiftung Haus der Geschichte, Zeitgeschichte(n), 2020.....	56
Abbildung 8: Thumbnail „1969 - Ein Stück vom Mond“, in: Stiftung Haus der Geschichte, Mond, 2020.	56
Abbildung 9: Titelbild "FINDING VAN GOGH (Deutsche Version), in: Städel Museum, GOGH, 2019.....	66
Abbildung 10: Titelbild „VoloMuPo“, in: Museumsstiftung, VoloMuPo, 2020.	74

Quellenverzeichnis

ARD ZDF Forschungskommission, ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 (2022). URL: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/ARD_ZDF_Onlinestudie_2022_Publicationscharts.pdf (24.07.2023).

Bitkom, Lieblingsformat Podcast: Zwei von fünf hören Podcasts, in: bitkom research (04.08.2022). URL: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Zwei-von-fuenf-hoeren-Podcasts> (24.07.2023).

Deutscher Museumsbund, Mitgliedsmuseen, in: Deutscher Museumsbund (o. D.). URL: <https://www.museumsbund.de/mitgliedsmuseen/> (24.07.2023).

Deutscher Podcast Preis, Alle Podcasts der Kategorie Wissen, in: Deutscher Podcast Preis (o. D.). URL: <https://www.deutscher-podcastpreis.de/audience-award/wissen/> (23.07.2023).

Hammerschmidt, Doris, Das Podcast-Buch. Strategie, Technik, Tipps – mit Fokus auf Corporate Podcasts von Unternehmen & Organisationen, Freiburg 2022.

Herder Verlag, Meike Rosenplänter, in: Herder (o. D.). URL: <https://www.herder.de/autoren/r/meike-rosenplaenter/> (27.07.2023).

Herrmann, Lena, 70.000 deutsche Podcasts: Spotifys Quartalszahlen, in: W&V (28.07.2021). URL: <https://www.wuv.de/Exklusiv/Podcasts/70.000-deutsche-Podcasts-Spotifys-Quartalszahlen> (18.07.2023).

Hethmon, Hannah, Your Museum needs a Podcast. A Step-by-Step Guide to Podcasting on a Budget for Museums, History Organizations, and Cultural Nonprofits, o. O. 2018.

ICOM Deutschland, Neufassung der ICOM-Museumsdefinition beschlossen, in: ICOM Deutschland (08.09.2022), URL: <https://icom-deutschland.de/de/nachrichten/551-neufassung-der-icom-museumsdefinition-beschlossen.html> (30.07.2023).

Institut für Museumsforschung, Ausgerechnet: Museen 2020, Berlin 2022.

Museumsstiftung Post und Telekommunikation, VoloMuPo. Volontariat – Museum – Podcast, [Podcast-Kanal], in: Spotify (2020). URL: <https://open.spotify.com/show/7IDmyRb18QNkMI96vGu0sR?si=a928884afbba4a49> (30.07.2023).

Museumsstiftung Post und Telekommunikation, #02 – Das eigene Projekt [Audio-Podcast], in: Spotify (15.12.2020). URL: <https://open.spotify.com/episode/51C1yGIe-NNLnR98hZls9En9?si=84cddb8d774143a1> (27.07.2023).

Dies., #04 – Der Weg ins Volontariat [Audio-Podcast], in: Spotify (03.03.2021). URL: <https://open.spotify.com/episode/1vXNpikHSZuLqtBGs1BEjZ?si=1a97eb6f88ec44e5> (27.07.2023).

Dies., #07 – Arbeitskreise und -gruppen [Audio-Podcast], in: Spotify (21.04.2021). URL: <https://open.spotify.com/episode/1jzpkEQSCikoe9siYgGrUh?si=c8e6483048ef42ae> (27.07.2023).

Dies., #08 – Über Museen schreiben [Audio-Podcast], in: Spotify (10.06.2021). URL: <https://open.spotify.com/episode/7aue1chCniUkZri8rgULse?si=6de128fd96464fcd> (27.07.2023).

Paulsen, Nina/Sebastian Klöß, Presseinformation – Lieblingsformat Podcast: Zwei von fünf hören Podcasts, in: bitkom (04.08.2022). URL: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Zwei-von-fuenf-hoeren-Podcasts> (18.07.2023).

Spotify, Podcasts auf Spotify können bewertet werden, in: Spotify (16.12.2021). URL: https://spotify_presse.prowly.com/168966-podcasts-auf-spotify-konnen-bewertet-werden (25.07.2023).

Städel Museum Frankfurt, FINDING VAN GOGH (Deutsche Version) [Podcast-Kanal], in: Spotify (2019). URL: <https://open.spotify.com/show/756rGoZykB3R09RQYzNi5R?si=a29fc1d2506249db> (27.07.2023).

Dies., Podcast Finding Van Gogh. Auf der Suche nach dem legendären „Bildnis des Dr. Gachet“, in: Städel Museum Frankfurt (o. D.). URL: <https://www.staedelmuseum.de/de/digital/finding-van-gogh> (27.07.2023).

Dies., Trailer [Audio-Podcast], in: Spotify (14.08.2019). URL: <https://open.spotify.com/episode/2ZH8cmmA84oMY-Est6mzoCA?si=ab0b3e71989a4e2f> (27.07.2023).

Dies., I. Der verschwundene Nervenarzt [Audio-Podcast], in: Spotify (11.09.2019). URL: <https://open.spotify.com/episode/6O8x94ic7nZg5FN7otQjAj?si=913a01bfc484afd> (27.07.2023).

Dies., III. Private Angelegenheiten [Audio-Podcast], in: Spotify (11.09.2019). URL: <https://open.spotify.com/episode/0dLPyuxxRNa3bCf4c4PdXf?si=0720aa36b42446c3> (27.07.2023).

Dies., V. Genie und Wahnsinn [Audio-Podcast], in: Spotify (11.09.2019). URL: <https://open.spotify.com/episode/6Ee4J4v2aTthGHruFtjwbj?si=34577a0029824734> (27.07.2023).

Stier, Matthias, In der Nische ist noch Platz. Warum jedes Museum einen Podcast braucht, in: Kulturmanagement (03.02.2020). URL: <https://www.kulturmanagement.net/Themen/Warum-jedes-Museum-einen-eigenen-Podcast-braucht-In-der-Nische-ist-noch-Platz,4090> (23.07.2023).

Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bericht 2021/22, Bonn 2023.

Dies., GESCHICHTE ERLEBEN. Eine Stiftung, vier Museen, in: Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (o. D.). URL: <https://www.hdg.de/stiftung> (26.07.2023).

Dies. /@hdg_museen, Podcast [Instagram-Highlight], in: Instagram (o. D.). URL: https://www.instagram.com/hdg_museen/ (25.07.2023).

Dies., Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast. [Podcast-Kanal], in: Spotify (2020). URL: <https://open.spotify.com/show/03sEedCoyTnytSR0Sld-jWY?si=65b2de9e763045bd> (30.07.2023).

Dies., Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast. Datenschutz und Impressum, in: Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (2020). URL: https://podcast.hdg.de/zeitgeschichten/impressum_de.html (27.07.2023).

Dies., 1968 – Rebellion auf Rädern [Audio-Podcast] (26.05.2020). URL: <https://open.spotify.com/episode/6jAfePX7bINTDIIfGlq3pdJ?si=42d69edbaee941b6> (27.07.2023).

Dies., 1969 – Ein Stück vom Mond [Audio-Podcast], in: Spotify (14.07.2020). URL: <https://open.spotify.com/episode/40OWPIzjRdDFOQ6asKLi7K?si=f6c1c10912ce4929> (27.07.2023).

Dies., 2001 – 9/11 [Audio-Podcast], in: Spotify (03.07.2020). URL: <https://open.spotify.com/episode/0VLxAWT7tx96GSJDCRvi2s?si=0301cf13bd284e9c> (27.07.2023).

Dies., 2021 – Flutkatastrophe [Audio-Podcast], in: Spotify (19.12.2022). URL: <https://open.spotify.com/episode/31tfONuecAZ9GJs5TQ4Q3p?si=98896b4c558d4e8d> (27.07.2023).

Dies., 2022 – Krieg in der Ukraine [Audio-Podcast], in: Spotify (16.02.2023). URL: <https://open.spotify.com/episode/20f2SKWg0kNHLNgxHmnE4u?si=8c8ddab3bd0d405f> (26.07.2023).

Vassilian, Larissa, Podcasting! Von erfahrenen Podcastern lernen, Bonn 2019.

Winkler, Victoria/Anja Schmidtke/Silke König, Podcast-Nutzung 2021. Ergebnisse der ARD-Podcaststudie mit einem Ausblick auf das Jahr 2023, in: Media Perspektiven 12 (2022), S. 569-573.

Literaturverzeichnis

Allmanritter, Vera, Zukunftsweisende Zielgruppenarbeit durch Nicht-Besucher*innenforschung. Bestandsaufnahme und Perspektiven, in: Henning Mohr/Diana Modarressi-Tehrani (Hrsg.), Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, Bielefeld 2022, S. 401-428.

Baumann, Lena, How to talk about Murder? Die Erzählstrategien der beliebtesten True Crime Podcasts im deutschsprachigen Raum, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild, Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums, Wiesbaden 2022, S. 357-373.

Baur, Joachim (Hrsg.), Das Museum der Zukunft. 43 neue Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums, Bielefeld 2020.

Ders., Museumsanalyse: Zur Einführung, in: Joachim Baur (Hrsg.), Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld 2010, S. 7-14.

Bernsen, Daniel/Ulf Kerber, Medientheoretische Überlegungen für die Geschichtsdidaktik, in: Daniel Bernsen/Ulf Kerber (Hrsg.), Praxishandbuch Historisches Lernen und Medienbildung im digitalen Zeitalter, Opladen/Berlin/Toronto 2017, S. 22-36.

Berry, Richard, „Just Because You Play a Guitar and Are from Nashville Doesn't Mean You Are a Country Singer“: The Emergence of Medium Identities in Podcasting, in: Dario Llinares/Neil Fox/Richard Berry (Hrsg.), Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media, Cham 2018, S. 15-33.

Bischoff, Christine/Walter Leimgruber/Karoline Oehme-Jüngling, historisch und biografisch forschen: archivalische und lebensgeschichtliche Quellen, in: Christine Bischoff/Walter Leimgruber/Karoline Oehme-Jüngling (Hrsg.), Methoden der Kulturanthropologie, Stuttgart 2014, S. 159.

Bottomley, Andrew J., Podcast Archaeology: Researching Proto-Podcasts and Early Born-Digital Audio Formats, in: Jeremy Wade Morris/Eric Hoyt (Hrsg.), Saving New Sounds. Podcast Preservation and Historiography, Ann Arbor 2021, S. 29-50.

Brüning, Hendrikje/Ursula Warnke, Digitalisiert ist noch lange nicht transferiert?! Eine Diskussion zur Nutzung digitaler Inhalte im Wissenstransfer von Museen, in: *Museumskunde – Fachzeitschrift für die Museumswelt* 84 (2019), S. 18-24.

Brunotte, Jörn (Hrsg.), *Das Museum in Zeiten der Pandemie. Chancen für das kulturelle Leben der Zukunft*, Bielefeld 2022.

Ders., *Das Museum in Zeiten der Pandemie*, in: Jörn Brunotte (Hrsg.), *Das Museum in Zeiten der Pandemie. Chancen für das kulturelle Leben der Zukunft*, Bielefeld 2022, S. 11-24.

Buffington, Melanie L., *Podcasting Possibilities for Art Education*, in: *Art Education* 63 (2010), S. 11-16.

Bunnenberg, Christian/Thorsten Logge/Nils Steffen, *SocialMediaHistory. Geschichte-machen in Sozialen Medien*, in: *Historische Anthropologie. Kultur – Gesellschaft – Alltag* 29 (2021), S. 267-281.

Dernbach, Beatrice, *Hineinhören in die wunderbare Welt der Wissenschaft. Podcasts als Medium der Wissenschaftskommunikation*, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild, *Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums*, Wiesbaden 2022, S. 307-332.

Ebersbach, Anja/Markus Glaser/Richard Heigl, *Social Web*, 3. überarb. Aufl., Konstanz/München 2016.

Eins, Philipp, *Podcasts im Journalismus. Eine Einführung für die Praxis*, Wiesbaden 2022.

Eschenfelder, Chantal, *Die digitale Strategie des Städel Museums – Konzepte, Praxisbeispiele, Erfahrungen*, in: Lorenz Pöllmann/Clara Herrmann (Hrsg.), *Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements*, Wiesbaden 2019, S. 315-346.

Euritt, Alyn/Anne Korfmacher, Intimität und Zeitlichkeit der Podcast-Kommentarform. Am Beispiel von „My Dad Wrote a Porno“, in: *kommunikation@gesellschaft* 21 (2020). URL: <https://journals.sub.uni-hamburg.de/hup2/kommges/article/view/619/279> (27.07.2023).

Forster, Martin, Podcasting für Bibliotheken – Hintergründe und Bericht zum Universitätslehrgangs-Abschlussprojekt „Research Library Podcast“ der Universitätsbibliothek Wien, in: *BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis* 46 (2022), S. 183-190.

Franken-Wendelstorf, Regina et al., *Das erweiterte Museum. Medien, Technologien und Internet (=MuseumsBausteine 19)*, Berlin/München 2019.

Gerstner, Wiltrud/Christian Gries, Digitale Vermittlung im Museum. Was können mobile Anwendungen leisten?, in: ICOM Deutschland (Hrsg.), *Chancen und Nebenwirkungen – Museum 4.0. Jahrestagung von ICOM Deutschland 14. bis 16. November 2019 in München (= Beiträge zur Museologie 10)*, Heidelberg 2021, S. 156-161.

Gold, Helmut/Annabelle Hornung/Anja Schaluschke, Fast Forward Neuland, in: Hans-Jörg Czech/Kareen Kümpel/Rita Müller, *Transformation. Strategien und Ideen zur Digitalisierung im Kulturbereich*, Bielefeld 2021, S. 128-133.

Gundermann, Christine et al., *Schlüsselbegriffe der Public History*, Göttingen 2021.

Hancock, Danielle/Leslie McMurtry, „I Know What a Podcast Is“: Post-*Serial* Fiction and Podcast Media Identity, in: Dario Llinares/Neil Fox/Richard Berry (Hrsg.), *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media*, Cham 2018, S. 81-105.

Hansen, Samuel, The Feed Is the Thing: How RSS Defined PodcastRE and Why Podcasts May Need to Move On, in: Jeremy Wade Morris/Eric Hoyt (Hrsg.), *Saving New Sounds. Podcast Preservation and Historiography*, Ann Arbor 2021, S. 195-207.

Hochmuth, Uwe, Museum – der Sitte wegen, in: Michael Mangold/Peter Weibel/Julie Woletz (Hrsg.), *Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung*, Baden-Baden ²2020, S. 61-74.

Hoffmann, Magdalena, Status Quo der Forschung zur Podcast-Nutzung in Deutschland, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 377-400.

Holst, Christian, „Ein ungeheures Kanalsystem“. Podcasts im Medienmix von Kultureinrichtungen, in: Hans Scheurer/Ralf Spiller (Hrsg.), Kultur 2.0. Neue Web-Strategien für das Kulturmanagement im Zeitalter von Social Media, Bielefeld 2010, S. 138-149.

Hoyt, Eric, Saving Podcasting's Contexts: Archive Collecting Strategies and Media Historiography, in: Jeremy Wade Morris/Eric Hoyt (Hrsg.), Saving New Sounds. Podcast Preservation and Historiography, Ann Arbor 2021, S. 237-255.

Hyland Wang, Jennifer, The Perils of Ladycasting: Podcasting, Gender, and Alternative Production Cultures, in: Jeremy Wade Morris/Eric Hoyt (Hrsg.), Saving New Sounds. Podcast Preservation and Historiography, Ann Arbor 2021, S. 51-70.

Katzenberger, Vera/Jana Keil/Michael Wild, Hinter dem Mikrofon: Podcaster*innen im deutschsprachigen Raum, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 23-50.

Dies., Mehr als die Summe seiner Teile: Entwicklung, Forschungsstand und Definition von Podcasts, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 1-19.

Kennedy, Randy, At Museums: Invasion of the Podcasts, in: New York Times (19.05.2006). URL: <https://www.nytimes.com/2006/05/19/arts/design/19pod.html> (24.07.2023).

Klinghardt, Korbinian/Michael Graßl/Jonas Schützeneder, Evolution trifft Innovation: Podcasts als Trendformat in Journalismus und Medien, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 223-248.

Kohle, Hubertus, Museen digital. Eine Gedächtnisinstitution sucht den Anschluss an die Zukunft, Heidelberg 2018.

Krause, Till/Klaus Uhrig, Journalismus zum Bingen: Potenziale und Funktionen serieller Podcasts für das digitale Storytelling, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 445-460.

Lücke, Martin/Irmgard Zündorf, Einführung in die Public History, Göttingen 2018.

Lindgren, Mia, Personal narrative journalism and podcasting, in: The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media 14 (2016), S. 23-41.

Llinares, Dario/Neil Fox/Richard Berry, Introduction: Podcasting and Podcasts – Parameters of a New Aural Culture, in: Dario Llinares/Neil Fox/Richard Berry (Hrsg.), Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media, Cham 2018, S. 1-13.

Dies. (Hrsg.), Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media, Cham 2018.

Maculan, Lena, Ein Modell zur Analyse der Auswirkungen von Podcasting auf die Beziehung zwischen Museum und Besuchenden, in: Michael Mangold/Peter Weibel/Julie Woletz (Hrsg.), Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung, Baden-Baden 2020, S. 153-168.

Mayring, Philipp, Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, 6. überarb. Aufl., Weinheim/Basel 2016.

McHugh, Siobhán, Audio Storytelling. Unlocking the Power of Audio to Inform, Empower and Connect, in: Asia Pacific Media Educator 24 (2014), S. 141-156.

Dies., How Podcasting is changing the audio storytelling genre, in: The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media 14 (2016), S. 65-82.

Dies., The Power of Podcasting. Telling Stories through Sound, New York 2022.

Michael, Hendrik, Podcasts als Erzählmedium. Grundmuster des Erzählens und die Intermedialität von journalistischem Storytelling in Podcasts, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 251-275.

Mohr, Henning/Diana Modarressi-Tehrani (Hrsg.), Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, Bielefeld 2022.

Moltmann, Rebecca, Vom „Verfertigen der Gedanken“. Das Potential von Podcasts für die geisteswissenschaftliche Wissenschaftskommunikation, in: kommunikation@gesellschaft (15.12.2020). URL: <https://journals.sub.uni-hamburg.de/hup2/kommges/article/view/624> (23.07.2023).

Morat, Daniel, Sound History and Public History, in: Public History Weekly 7 (2019). URL: <https://public-history-weekly.degruyter.com/7-2019-30/sound-history/> (27.07.2023).

Morganteen, Jeff, Casting around, in: The museums journal 106 (2006), S. 33-35.

Morris, Jeremy Wade/Eleanor Patterson, Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio, in: Journal of Radio & Audio Media 22 (2015), S. 220-230.

Muri, Gabriela, Triangulationsverfahren im Forschungsprozess, in: Christine Bischoff/Walter Leimgruber/Karoline Oehme-Jüngling (Hrsg.), Methoden der Kulturanthropologie, Stuttgart 2014, S. 459-473.

Nettke, Tobias, Was ist Museumspädagogik? Bildung und Vermittlung in Museen, in: Beatrix Commandeur/Hannelore Kunz-Ott/Karin Schad (Hrsg.), Handbuch Museumspädagogik. Kulturelle Bildung in Museen, München 2016, S. 31-42.

Nowak, Tine, Museum auf die Ohren. Die Besucher als Sender, in: #subscribe9 (29.10.2017). URL: <https://av.tib.eu/media/35486> (23.07.2023).

Nida-Rümelin, Julian/Kathrin B. Zimmer, Kultur im Zeichen von Corona – Chance und Herausforderung für die Museen, in: ICOM Deutschland (Hrsg.), Chancen und Nebenwirkungen – Museum 4.0. Jahrestagung von ICOM Deutschland 14. bis 16. November 2019 in München (= Beiträge zur Museologie 10), Heidelberg 2021, S. 12-20.

Oswald, Kristin, Mit wissenschaftlichen Podcasts Geschichte erzählen. Aber wer hört zu?, in: Hypotheses (12.01.2018). URL: <https://kristinoswald.hypothes.es.org/2081#more-2081> (24.07.2023).

Paul, Gerhard/Ralph Schock, Geräuschkulissen – Digitaler Sound – Loudness War, in: Gerhard Paul/Ralph Schock (Hrsg.), Sound des Jahrhunderts. Geräusche, Töne, Stimmen 1989 bis heute, Bonn 2013, S. 525-528.

Pellengahr, Astrid, Digitale Vermittlung als nachhaltige Aufgabe. Plädoyer für die Verankerung digitaler Vermittlung in Museums-Strategien, in: Standbein Spielbein 113 (2020), S. 29-31.

Pöllmann, Lorenz, Ganzheitliche Online-Kommunikation als virtuelle Erweiterung der Kulturbetriebe, in: Lorenz Pöllmann/Clara Herrmann (Hrsg.), Der digitale Kulturbetrieb. Strategien, Handlungsfelder und Best Practices des digitalen Kulturmanagements, Wiesbaden 2019, S. 161-188.

Pohlmann, Markus, Einführung in die Qualitative Sozialforschung, München 2022.

Preger, Sven, Geschichten erzählen. Storytelling für Radio und Podcast, Wiesbaden 2019.

Reiterer, Sophie, Divers/Hören: Wie divers sind die Hosts der deutschsprachigen reichweitenstärksten Podcasts im D-A-CH-Raum?, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 79-100.

Richard, Birgit/Jana Müller/Niklas von Reischach (Hrsg.), Interaktion – Emotion – Desinfektion. Kunst und Museum in Zeiten von Corona, Frankfurt a. M. 2022.

Rosenberger, Ruth, Digitale Dienste im Museum. Strategie, Praxis und Struktur am Beispiel der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, in: Museumskunde – Fachzeitschrift für die Museumswelt 84 (2019), S. 48-52.

Rudeloff, Christian/Janina M. Schaumann/Lotta Wieth, Warum hören Menschen Podcasts? Forschungsstand und Forschungsperspektiven zu den Motiven der Podcast-Nutzung, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 401-416.

Samis, Peter/Stephanie Pau, „Artcasting“ at SFMOMA: First-Year-Lessons, Future Challenges for Museum Podcasters broad audience of use, in: Museums and the Web 2006 (27.03.2006). URL: <https://www.museumsandtheweb.com/mw2006/papers/samis/samis.html> (23.07.2023).

Schallert, Claudia, Podcasting – Kommunikationstool für die Museumscommunity, in: Michael Mangold/Peter Weibel/Julie Woletz (Hrsg.), Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung, Baden-Baden 2020, S. 139-152.

Scharf, Ivana/Michael Wimmer, Museen nach der Pandemie. Mit den Erfahrungen einer weltweiten Gesundheitskrise den Kulturbetrieb neu denken – Denkanstöße für Museen aus einer wünschenswerten Zukunft, in: Henning Mohr/Diana Modarressi-Tehrani (Hrsg.), Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, Bielefeld 2022, S. 27-54.

Scharf, Ivana/Dagmar Wunderlich/Julia Heisig, Museen und Outreach. Outreach als strategisches Diversity-Instrument, Münster/New York 2018.

Scharf, Ivana, Zukunftsfähig mit Outreach, in: Henning Mohr/Diana Modarressi-Tehrani (Hrsg.), Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, Bielefeld 2022, S. 195-212.

Schuegraf, Martina/Anna Janssen, Webformat-Analyse, in: Lothar Mikos/Claudia Wegener (Hrsg.), Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch, 2. überarb. u. erw. Aufl., Konstanz/München 2017, S. 555-561.

Schreyer, Stephan, Quo Vadis Corporate-Podcasts? Warum sich Unternehmen und Marken ganzheitlich mit auditivem Content befassen müssen, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 461-475.

Seeber, Lucas/Antonia RÜth, Politische Kommunikation über Podcasts. Die Etablierung eines modernen Kommunikationskanals?, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 119-149.

Steffen, Nils, Doing History auf YouTube – Erklärvideos als Form performativer Historiografie, in: Christian Bunnenberg/Nils Steffen (Hrsg.), Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung, Berlin/Boston 2019, S. 61-70.

Sullivan, John L., Podcast Movement: Aspirational Labour and the Formalisation of Podcasting as a Cultural Industry, in: Dario Llinares/Neil Fox/Richard Berry (Hrsg.), Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media, Cham 2018, S. 35-56.

Swiatek, Lukasz, The Podcast as an Intimate Bridging Medium, in: Dario Llinares/Neil Fox/Richard Berry (Hrsg.), Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media, Cham 2018, S. 173-187.

Thiel, Sonja, Partizipation und Beteiligung in der digitalen Kulturvermittlung, in: Standbein Spielbein 116 (2021), S. 25-30.

Thiemeyer, Thomas, Geschichte im Museum. Theorie – Praxis – Berufsfelder, Tübingen 2018.

Ders., Geschichtswissenschaft: Das Museum als Quelle, in: Joachim Baur (Hrsg.), Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes, Bielefeld 2010, S. 73-94.

Toth, John, The Virtual Teaching Artist. An Aesthetic Approach to Designing a Museum Podcast, in: Teaching Artist Journal 9 (2011), S. 213-225.

Uebing, Judith, Geschichte in 10 Minuten – Wie geht das? Ein Vorschlag zur Analyse von historischen Erklärvideos auf der Plattform YouTube, in: Christian Bunnenberg/Nils Steffen (Hrsg.), Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung, Berlin/Boston 2019, S. 71- 94.

Visser, Jasper, The Matter of Story, in: Hans-Jörg Czech/Kareen Kümpel/Rita Müller, Transformation. Strategien und Ideen zur Digitalisierung im Kulturbereich, Bielefeld 2021, S. 100-104.

Volmar, Axel/Felix Gerloff/Sebastian Schwesinger, Medienwissenschaft, in: Daniel Morat/Hansjakob Ziemer (Hrsg.), Handbuch Sound. Geschichte – Begriffe – Ansätze, Stuttgart 2018, S. 126-133.

von Plocki, Franziska, Museums-Podcast. Kunst hörbar machen: Das STÄDEL MIXTAPE, in: Standbein Spielbein 116 (2021), S. 89-93.

Wicke, Constanze, Podcasting als neue Herausforderung für Kunstmuseen und Bibliotheken, in: AKMB-news. Informationen zu Kunst, Museum und Bibliothek 15 (2009), S. 13-19.

Wild, Michael/Tobias Wild, Vermessung der Podcastlandschaft. Eine explorative Analyse der Podcastangebote der Lokal- und Regionalzeitungen in Deutschland, in: Vera Katzenberger/Jana Keil/Michael Wild (Hrsg.), Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Medium, Wiesbaden 2022, S. 153-179.

Woletz, Julie/Jelena Volkwein-Mogel, Digital Storytelling als Technik zur Wissens- und Kulturvermittlung (nicht nur) in Museen, in: Michael Mangold/Peter Weibel/Julie Woletz

(Hrsg.), Vom Betrachten zum Gestalten. Digitale Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung, Baden-Baden 2020, S. 77-91.

Wunschel, Alexander, „Die deutschen Podcast-Hörer“. Erweiterter Ergebnisband zur zweiten Podcastumfrage im Rahmen der Studierenerstellung über soziodemographische Merkmale und Nutzungsdaten von Podcast-Hörern, München 2007.

Zuraikat, Laith, The Parasocial Nature of the Podcast, in: John Allen Hendricks (Hrsg.), Radio's Second Century. Past, Present and Future Perspectives, New Jersey 2020, S. 39-52.

ANHANG

Anhangsverzeichnis

<i>Tabelle Nr. 1:</i> Übersicht deutscher Museums-Podcasts	II
<i>Tabelle Nr. 2:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung aller Museen (n=6.854) nach Museumsarten.....	XC
<i>Tabelle Nr. 3:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Start der Veröffentlichung (n=161).....	XC
<i>Tabelle Nr. 4:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach derzeitiger (In-)Aktivität (n=161).....	XCI
<i>Tabelle Nr. 5:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach bisheriger Laufzeit (n=161).....	XCI
<i>Tabelle Nr. 6:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Existenz eines Trailers o. Ä. (n=161).....	XCI
<i>Tabelle Nr. 7:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach bisheriger Zahl veröffentlichter Folgen (n=161).....	XCI
<i>Tabelle Nr. 8:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Publikationsrhythmus (n=161)	XCII
<i>Tabelle Nr. 9:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach vorherrschender Folgenlänge (n=161).....	XCII
<i>Tabelle Nr. 10:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Sterne-Bewertungs-Durchschnitt bei Spotify (n=161).....	XCIII
<i>Tabelle Nr. 11:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Anzahl der Bewertungen bei Spotify (n=161).....	XCIII
<i>Tabelle Nr. 12:</i> Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Museums-Podcast-Typen (n=161)	XCIV

Tabelle Nr. 1: Übersicht deutscher Museums-Podcasts

Nr.	Institution / Person / Verantwortliche*r	Podcast-Titel	Veröffentlichung	Folgenzahl	Publikations-Rhythmus	Folgenlänge	Selbstbeschreibung	Bewertung	Link(s)
1	Archäologisches Museum Hamburg	AMH Podcast	10.05.2017 – 19.07.2021 (inaktiv)	29	unregelmäßig	00:17 – 01:14 Stunden	Webseite: Mit dem AMH-Podcast geht es hinter die Kulissen des Museums: Was passiert auf unseren Grabungen? Wie entsteht eine Ausstellung oder ein Audioguide? Welche fotografischen Schätze verbergen sich in unseren Archiven? Und wie sieht eigentlich der Arbeitsalltag eines Archäologen am Museum aus? Unsere Kolleg:innen unterhalten sich in ungezwungener Atmosphäre miteinander sowie mit externen Partnern und Expert:innen über verschiedenste spannende Aspekte der Arbeit des Museums in Archäologie, Bodendenkmalpflege und Stadtgeschichte.	3,2 Sterne (6 Bewertungen)	https://amh.de/audio/ https://open.spotify.com/show/30YGH8mBh9Inarthzi5Hqy?si=cde6d5020d68479e
2	ARD Kultur	Akte: Raubkunst?	11.08.2022 – 15.09.2022 (inaktiv)	6 plus Trailer	wöchentlich	00:39 – 00:50 Stunden	Webseite: Warum stehen Museen in Deutschland voll mit Kulturschätzen aus Asien und Afrika? Wie sind sie hierhergekommen? In "Akte: Raubkunst?" erzählt Helen Fares die Geschichte von sechs Objekten - einige davon sind berühmt und umkämpft, andere noch kaum erforscht. Die Spuren führen in die Kolonialzeit, an Ausgrabungsstätten und in Auktionshäuser. Wir sprechen mit Menschen, die die Herkunft der Objekte erforschen und mit Menschen, die ihre	4,9 Sterne (816 Bewertungen)	https://www.ardaudio-thek.de/sendung/akte-raubkunst/10711735/ https://open.spotify.com/show/62aDxKO5pyhii-rZl-PUBuSN?si=34

							Kulturschätze zurückfordern. "Akte: Raubkunst?" ist eine Produktion von Good Point Podcasts im Auftrag von ARD Kultur.		d43748e36944a4
3	Arp Museum Bahnhof Rolandseck Remagen	arp stories	21.07.2020 – 15.05.2023 (aktiv)	9	unregelmäßig	00:09 – 00:16 Stunden	Webseite: Der Podcast »arp stories« liefert spannende Hintergründe zum Programm im Arp Museum Bahnhof Rolandseck. Mit Interviews und Behind-the-scenes Reportagen zeigen wir was hinter unseren Ausstellungen steckt und geben Künstler(n)*innen, Kurator*innen und interessanten Akteur*innen eine Stimme. Moderation und Produktion: Claudia Rometsch	5,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://arpmuseum.org/vermittlung/angebote/podcast.html https://open.spotify.com/show/33vayixEuUGqQzzfvpr3L4?si=8f9d15b06ee74802
4	Badisches Landesmuseum	HumAnimal – Das Tier und Wir	18.02.2020 – 20.06.2023 (aktiv)	17	unregelmäßig	00:07 – 00:58 Stunden	Spotify: Der Podcast zur gleichnamigen Ausstellung im Badischen Landesmuseum in Karlsruhe. Sie ist so alt wie unsere Geschichte selbst und geprägt von zahlreichen Widersprüchen: die Beziehung zwischen Mensch und Tier. Egal ob als bester Freund oder ertragreiches Schlachtvieh, zugkräftiges Arbeitstier oder modisches Luxusgeschöpf – die Sicht des Menschen auf andere Lebewesen ist von unterschiedlichen Interessen geleitet und erweist sich mal mehr und mal weniger human. Der Podcast wurde, wie auch die Ausstellung selbst, von den Volontär*innen des Badischen Landesmuseums erstellt. Darin widmen wir uns in wechselnder Besetzung ausgewählten Themen der Ausstellung, nehmen einzelne Exponate in den Fokus – decken aber auch gänzlich neue Zusammenhänge auf. Wir fragen etwa nach dem Einfluss	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://humanimal.landesmuseum.de https://open.spotify.com/show/1FCpe2XHcQY13FKvo9xNjc?si=1a35c8a0e6d047bb

							der Tiere auf die Geschichte, gehen dem rätselhaften Winken der Manekineko auf den Grund oder beleuchten die Rolle der Bienen als Arbeitstiere. Recherchiert, konzipiert, eingesprochen und geschnitten wird der Podcast von den Kuratorinnen und Kuratoren der Ausstellung und mit freundlicher technischer Unterstützung von Querkfunk – Freies Radio Karlsruhe.		
5	Badisches Landesmuseum	Is ja 'n Ding! Geschichten für Kinder	14.03.2021 – 26.05.2023 (aktiv)	103	unregelmäßig	00:02 – 00:06 Stunden	Webseite: Was haben die Menschen vor 12.000 Jahren mit einem Lochstab aus Geweih gemacht, war die mittelalterliche Burg Hohenbaden eigentlich gemütlich und warum darf heute keiner mehr auf dem badischen Thron sitzen? Der neue Kinder-Podcast <i>Is ja 'n Ding!</i> aus der Reihe <i>KiMO - Kinder im Museum Online</i> stellt in jeweils 3- bis 5-minütigen Folgen ein Objekt aus dem Museum vor und versetzt kleine wie große Hörer*innen in vergangene Zeiten. Die Reihe startet mit gleich drei Folgen: lauscht dem Gespräch von der beiden Schildkröten-Terrinen Amelie und Lusie, entdeckt Euren Forscherdrang mit einer Käfermenagerie und lernt von dem jungen Schützen Murat die hohe Kunst des Bogenschießens im früheren Osmanischen Reich näher kennen. Hier findet Ihr jeden Sonntag eine neue Folge! Für 6 bis 10-jährige sowie die ganze Familie.	4,4 Sterne (8 Bewertungen)	https://www.landesmuseum.de/digital/apps-und-podcasts/isjanding https://open.spotify.com/show/3vT1Kh1PGsA76f31SZWryZ?si=28b803e5c91c4612
6	Badisches	Kaffee mit Kolleg*innen	14.04.2020 – 01.10.2020 (inaktiv)	19 plus Trailer	wöchentlich	00:12 – 00:26	Webseite: Passend zur coronabedingten Schließung 2020 des Hauses begann Leilah Jätzold ihr Praktikum am Badischen Landesmuseum. Um die Kolleg*innen und ihre	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.landesmuseum.de/digital/apps-und-

	Landesmuseum					Stunden	Arbeitsbereiche trotz Homeoffice kennenzulernen, verabredete sie sich mit ihnen zum Kaffeetrinken via Skype oder mit ausreichend Abstand in Persona. In den einzelnen Gesprächen stellt sie dabei auch immer wieder die Frage, wie sich die Museumsarbeit durch die Pandemie verändert hat und wie sich Museen langfristig wandeln könnten.		podcasts/kaffee-mit-kolleginnen https://open.spotify.com/show/56ecwp9AY27OYkZN50PALF?si=d4d67530231e4cc9
7	Bauernhaus-Museum Allgäu Oberschwaben Wollfegg	Vom Weggehen, Ankommen und Dableiben.	03.12.2021 – 22.12.2021 (inaktiv)	2	unregelmäßig	00:26 – 00:39 Stunden	Spotify: Aufbrechen ins Ungewisse, die Heimat verlassen und woanders Fuß fassen – Migration prägt seit jeher das menschliche Leben. Das war und ist auch in Vorarlberg, im Allgäu und in Oberschwaben nicht anders. 2016 haben sich vier Museen und ein Verein zusammengetan. Es geht ihnen um verschiedene Aspekte von Migration in diesen Regionen. Die wollen sie erforschen, dokumentieren und vermitteln. Das Projekt wird gefördert durch das Interrag V programm der EU. Musikalische Untermalung mit freundlicher Genehmigung: Migraton. www.migraton.at	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.bauernhausmuseum-wollfegg.de/unsere-museen/ausstellungen-kommen-schaffenbleiben.php https://open.spotify.com/show/5VjBFSEwD4k91XXBf6Bbq4?si=799b96e95dae4a4d
8	Bauhaus-Archiv/Museum für Gestaltung	About Bauhaus	16.09.2021 – 15.06.2023 (aktiv)	14	monatlich	00:31 – 00:41 Stunden	Webseite: Staffel 1: Woran denken Menschen, wenn sie „Bauhaus“ hören? An Glas, Beton und Stahl? An Kreis, Quadrat und Dreieck? Um das Bauhaus ranken sich viele Klischees und Mythen. Hinter der Antwort, was das Bauhaus ausmacht, steckt jedoch so viel mehr. Fakten werden häufig verkürzt oder einseitig interpretiert. Doch welche treffen zu und welche nicht? In About Bauhaus, dem Podcast des Bauhaus-Archiv / Museum	4,8 Sterne (39 Bewertungen)	https://www.bauhaus.de/de/programm/7134_about_bauhaus/ https://open.spotify.com/show/3Snm71Kw6u2GxETEUS-ZqdE?si=b87802183f614490

						<p>für Gestaltung, nimmt die Kunsthistorikerin Adriana Kapsreiter die berühmtesten „Bauhaus-Mythen“ und Klischees in den Blick, um das Bild der berühmten Schule in seiner Vielschichtigkeit zu zeichnen. Hierbei werden Geschichten erzählt, historisch eingeordnet und Bezüge zu aktuellen gesellschaftlichen Themen erstellt.</p> <p>In jeder Folge wird ein neuer Gast willkommen geheißen: Expert*innen aus dem Bauhaus-Milieu, die sich professionell und seit vielen Jahren mit dem Themenfeld befassen, sowie Personen, die in der heutigen Kulturlandschaft verwurzelt sind und andere Bezüge zum Bauhaus besitzen, wie z.B. Künstler*innen, Schriftsteller*innen oder Musiker*innen. So wird in einer Folge mit der Kuratorin Kristin Bartels über wichtige Bauhaus-Objekte und die Erstpräsentation der Sammlung gesprochen und in einer anderen mit dem Fotografen Sven Marquardt über seine Auffassung von Kunst, Experiment und dem Leben jenseits der „toten Konventionen“. Die Bauhaus-Highlights werden so von zwei Seiten beleuchtet und sowohl Insider mit vertieftem Wissen als auch Bauhaus-Neulinge können ihren Einstieg in die Thematik finden.</p> <p>Staffel 2: Mythos, Modell und Mosaik der Moderne – das Bauhaus bewegt noch immer die Gemüter und inspiriert Künstler*innen, Kulturschaffende und Forschende auch im Jahr 2023 mit seinen Experimenten!</p> <p>In der zweiten Staffel von about bauhaus</p>		
--	--	--	--	--	--	---	--	--

							<p>erkundet die Kunsthistorikerin Adriana Kapsreiter vom Bauhaus-Archiv / Museum für Gestaltung, Berlin zusammen mit ihren Gäst*innen das Leben an der berühmten Schule Jahr für Jahr, von seiner Gründung 1919 bis zum jähren Ende 1933. Im Zentrum stehen dabei das Experiment und die Frage: Was war eigentlich neu am Bauhaus?</p> <p>Wir verlassen diesmal das Tonstudio und begeben uns auf den Weg nach Weimar und Dessau, an die Schauplätze der Avantgardeschule, und besuchen Künstler*innen-Ateliers, Theater, Museen und besondere Orte der Weimarer Republik. Ganz im Geist des Experiments haben wir außerdem eigens für die zweite Staffel von about bauhaus Musik aufgenommen, die die Geschichten untermalt, illustriert und ganz ohne Worte vom Bauhaus erzählt.</p>		
9	Berlinische Galerie / Museum für moderne Kunst	Gen Z als MC – Diskriminierung in Multiperspektive	18.08.2022 (inaktiv)	3 plus Intro	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:29 – 00:37 Stunden	<p>Webseite: Im Rahmen ihres Freiwilligen Sozialen Jahres Kultur (FSJK) in der Berlinischen Galerie lernte Elisa Nguyen Xuan diverse Lebensrealitäten und Erfahrungen innerhalb der jungen Generation Z kennen. Diese „Multiperspektive“ auf das Thema Diskriminierung bringt sie in einer Podcast-Reihe zusammen: Gen Z als MC. In der Hip-Hop-Szene bezeichnet die Abkürzung MC (Master of Ceremonies, dt. Zeremonienmeister*in) Rapper*innen oder Sidekicks, die auf einer Bühne einem Anliegen Gehör verschaffen und für Unterstützung aus dem Publikum sorgen. In dieser Podcast-Reihe werden die</p>	4,5 Sterne (4 Bewertungen)	https://berlinischegalerie.de/gen-z-als-mc/ https://open.spotify.com/show/7C3bC7RD6eg-pRLDrfcTyoM?si=1572fc312cd34874

							<p>Gesprächspartner*innen zu MCs ihrer Generation und für das Thema Diskriminierung. Mit Generation Z werden Personen bezeichnet, die zwischen 1995 und 2010 geboren sind. In dem Projekt sprechen vier Vertreter*innen dieser Gruppe miteinander und thematisieren Diskriminierung aus unterschiedlicher Perspektive. Drei Folgen widmen sich jeweils den Themen Rassismus, Queerness und Neurodiversität. Elisa Nguyen Xuan hat zu jedem Thema einen Gast eingeladen, der*die zurzeit ebenfalls ein FSJK absolviert und Teil einer diskriminierten Gruppe ist. Ausgehend von Themen im Kulturbetrieb sprechen sie über die Zeit während des FSJK, ihre persönlichen Erfahrungen sowie über den Umgang mit Diskriminierung in der Generation Z.</p>		
10	Berlinische Galerie / Museum für moderne Kunst	Kunst in Berlin	16.04.2020 – 25.12.2022 (inaktiv)	13 plus Intro	unregelmäßig	00:26 – 00:35 Stunden	<p>Webseite: In unserem Podcast „Kunst in Berlin“ spricht Thomas Köhler, Direktor der Berlinischen Galerie, mit Künstler*innen und Kurator*innen, die in Berlin leben und arbeiten. Wir möchten Ihnen mit unserer neuen Podcast-Serie einen Einblick in unsere Arbeit und unser aktuelles Ausstellungsprogramm geben. In den verschiedenen Episoden unseres Podcasts spricht Thomas Köhler mit Künstler*innen, die in der Vergangenheit schon in der Berlinischen Galerie ausgestellt haben oder momentan ausstellen. Wir sprechen über zeitgenössische künstlerische Positionen in Bildender Kunst, Grafik und Architektur, über die Kunststadt Berlin, ihre</p>	4,2 Sterne (4 Bewertungen)	<p>https://berlinischegalerie.de/podcast/kunst-in-berlin/ https://open.spotify.com/show/3yLdhmdN-xeJCnVMt-WOVm7Y?si=51bbfb6853e4469a</p>

							Geschichte und Entwicklung. Mit Mitarbeiter*innen sprechen wir über unsere vielfältige Sammlung und über ihre jeweiligen Arbeitsbereiche. Was sind die Schätze unserer Sammlung, wer arbeitet hier und was macht die Arbeit in einem Museum so interessant? Wer jetzt Lust bekommen hat auf mehr und „Kunst in Berlin“ noch nicht abonniert hat, der kann das an dieser Stelle nachholen. Ganz einfach mit der Podcast-App seines Vertrauens. Egal ob über Apple Podcasts , Google Podcasts , Deezer oder Spotify : Wir freuen uns über Abonent*innen und natürlich auch über Weiterempfehlungen!		
11	Berlinische Galerie / Museum für moderne Kunst	Sibylle Bergemann. Die Frau hinter den Bildern	22.06.2022 – 03.08.2022 (inaktiv)	4 plus Trailer	zweiwöchentlich	00:23 – 00:29 Stunden	Webseite: In den vier Folgen dieses Podcasts nähert sich die Kulturjournalistin Anne Waak dem Leben, der Arbeit und der Persönlichkeit einer der bedeutendsten deutschen Fotografinnen an: Sibylle Bergemann. Um die Fotografin kennenzulernen, besucht Anne Waak die Orte, die in der Biografie Bergemanns eine wichtige Rolle gespielt haben und trifft Menschen, die ihr nah waren, die mit ihr gelebt, geliebt, mit ihr gefeiert und gearbeitet haben. Gemeinsam mit ihnen zeichnet Anne Waak Sibylle Bergemanns Leben nach.	4,9 Sterne (18 Bewertungen)	https://berlinischegalerie.de/bergemann-podcast/ https://open.spotify.com/show/6Mz0aXfwa8xXE2D4Ic0aUw?si=a07cf4b931e44978
12	Bildungsstätte Anne Frank e.V.	Bildungsstätte Anne Frank	20.11.2018 – 06.02.2023 (aktiv)	134	unregelmäßig	00:01 – 02:30 Stunden	Webseite: Ob Vorträge, Radiodebatten, Buchvorstellungen oder Podiumsdiskussionen: Viele Veranstaltungen der Bildungsstätte Anne Frank können Sie zu Hause oder unterwegs als Audio-Mitschnitte nachhören. Zusätzlich produzieren wir Podcasts zu aktuellen Themen unserer politischen Bildungsarbeit.	4,9 Sterne (16 Bewertungen)	https://www.bs-anne-frank.de/media-thek/podcasts https://open.spotify.com/show/5goJyhk2ccw5z0

							Unsere Audio-Angebote finden Sie auf vielen gängigen Streaming-Plattformen. Hören Sie rein und abonnieren Sie unsere Kanäle, um auf dem Laufenden zu bleiben!		XPYZCeAR?si=da063a0742a94e01
13	Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung	Der Krisenlotse	29.03.2021 – 14.06.2021 (inaktiv)	10 plus Trailer	wöchentlich	00:47 – 01:14 Stunden	Webseite: „Wer wird der neue Helmut Schmidt?“ fragten zahlreiche Journalist*innen zu Beginn der Covid-19-Pandemie. Der Namenspatron der Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung gilt vielen immer noch als Inbegriff des zupackenden, unfehlbaren Krisenmanagers. Im Podcast „Der Krisenlotse“ richten die Moderatorinnen Julia Strasheim und Nina-Kathrin Wienkoop davon ausgehend den Blick auf die Gegenwart und die Krisen unserer Zeit. Über diese Krisen sprechen sie mit prominenten Gästen als Krisenmanager*innen von heute – und versorgen Sie mit Geheimrezepten, wie aus Krisen Chancen werden können!	3,8 Sterne (4 Bewertungen)	https://www.helmut-schmidt.de/aktuelles/podcasts/der-krisenlotse https://open.spotify.com/show/2BychMjHjpw4CRoum82PE?si=2f22b42037fa4083
14	Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung	Schmidt! Auf der Tonspur	01.07.2022 – 21.12.2022 (inaktiv)	11	wöchentlich	00:22 – 00:50 Stunden	Webseite: Der Schlager gehört untrennbar zu den Wirtschaftswunderjahren, die 68er-Bewegung ist für viele undenkbar ohne die Gitarrenriffs von Jimi Hendrix und auf beiden Seiten des Eisernen Vorhangs besingen Bands den Kalten Krieg: Jede Epoche, jedes historische Ereignis und jede soziale Bewegung hat einen eigenen Soundtrack, der viel darüber verrät, was die Menschen damals gedacht und gefühlt haben. In dem Podcast „Schmidt! Auf der Tonspur“ begeben wir, Merle Strunk und Hendrik Heetlage, uns auf eine musikalische Spurensuche, quer durch die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Dabei fragen	5,0 Sterne (5 Bewertungen)	https://www.helmut-schmidt.de/aktuelles/podcasts/schmidt-auf-der-tonspur https://open.spotify.com/show/56edH9i3UjCwvV1Y1qL7Kw?si=e5a8e84b5db346c4

							wir uns natürlich auch: Was hat Helmut Schmidt eigentlich gehört?		
15	Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung	Schmidt! Macht Geschichte	10.03.2022 – 31.01.2023 (aktiv)	5	unregelmäßig	00:38 – 00:50 Stunden	Webseite: Helmut Schmidt, der Hamburger Jung aus Barmbek, schaffte es auf die Bühne der Weltpolitik und hat ein ums andere Mal Geschichte gemacht: ob während der Sturmflut von 1962, im „Deutschen Herbst“ oder mit dem NATO-Doppelbeschluss. Aber auch darüber hinaus machte Schmidt Politik und traf vor allem als Bundeskanzler politische Entscheidungen, die uns bis heute beeinflussen. Darüber sprechen die Kuratoren der Dauerausstellung „Schmidt! Demokratie leben“ Magnus Koch und Johannes Zechner sowohl mit ihrem Team als auch mit spannenden Gästen aus Wissenschaft und Forschung. Gemeinsam beleuchten sie die Rolle von Helmut Schmidt und diskutieren, wie sich diese im Lauf der Zeit verändert hat. Ein Podcast für alle Geschichtsmacher*innen!	5,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://www.helmut-schmidt.de/aktuelles/podcasts/schmidt-macht-geschichte https://open.spotify.com/show/6WUKSxo9bnBp6VXB2tqR8h?si=dd6e00a8c9574719
16	Bundeskunsthalle Bonn	Blickwinkel. Wir Kapitalisten	Kein Datum (inaktiv)	6	unregelmäßig	00:04 – 00:19 Stunden	Webseite: Der Kapitalismus ist mehr als ein Wirtschaftssystem. Kapitalistische Denkweisen lenken unser Handeln in vielen Lebensbereichen und jeder Mensch, der Teil unserer Gesellschaft ist, steht unter dem Einfluss des sozio-kulturellen Phänomens. Deshalb sollten nicht nur Wirtschaftswissenschaftler*innen und Expert*innen an der Diskussion teilnehmen. Wir alle können in den Austausch treten, denn je-de*r ist betroffen. Gemeinsam haben wir uns auf die Reise durch einige Themenbereiche der Ausstellung gemacht, um zwischen Massenproduktion	-	https://www.bundeskunsthalle.de/wirka-pitalisten/podcast.html

							und Börsenkrieg herauszufinden, was das alles eigentlich mit uns zu tun hat. Anna Hinz (FSJK) im Gespräch mit Henriette Pleiger (Ku-ratorin) und Lisa Philippen (BPB).		
17	Bundes-kunst-halle Bonn	Europa, was los?	07.12.2021 – 14.12.2021 (inaktiv)	4 plus Trailer	Ver-öf-fentli-chung aller Fol-gen in einem kur-zen Zeit-raum	00:23 – 00:50 Stunden	Webseite: Eine Reise durch Europa, um die Stimmen einer Generation einzufangen, die den Kontinent gerade erst für sich entdeckt. Bereiten Schule und Studium ausreichend auf ein Leben im Europa der Zukunft vor? Weshalb funktioniert die Digitalisierung überall aus anderen Gründen nicht, obwohl vermeintlich doch alle das Gleiche wollen? Gibt es ein junges, europäisches Bewusstsein, oder ist die Demokratie in Gefahr? Und wo ist unsere viel beschworene europäische Kultur eigentlich zu finden? Die Reihe entstand in Zusammenarbeit mit der Initiative culture-council.eu . Deren Mitgründer Janis Gebhardt hat in sechs europäischen Ländern Stimmen junger Menschen gesammelt, ihre Hoffnungen und ihre Skepsis. In den ersten drei Folgen antworten die Historikerin Ute Frevert oder Quang Paasch von Fridays for Future. Gefördert wurde die Arbeit mit Mitteln aus <u>Neustart Kultur</u> .	5,0 Sterne (6 Bewertungen)	https://magazin.bundes-kunst-halle.de/2021/12/europa-was-los/ https://open.spotify.com/show/4ZsbgzCPOR-QMVi5gRn-PJxv?si=61f74523c6fa49c1
18	Bundes-kunst-halle Bonn	30 Jahre Gegenwart – Der Podcast zum 30. Jubiläum der	10.05.2022 – 12.07.2022 (inaktiv)	10 plus Trailer	wö-chent-lich	00:36 – 01:06 Stunden	Webseite: 1992 – Dreißig Jahre Gegenwart Der Podcast zum 30. Jubiläum der Bundes-kunsthalle Die Bundeskunsthalle feiert 30. Geburtstag. 30 Jahre Kunst, Wissenschaft, Musik und Politik: Menschen, die diese 30 Jahre geprägt und erlebt haben, treffen auf Menschen, die 30 werden. Wir hören Nachrichten und Hits von vor 30 Jahren und	4,9 Sterne (8 Bewertungen)	https://www.bundes-kunst-halle.de/1992.html https://open.spotify.com/show/0Bg3fPMi7XKzGt5vGkj882?si=

		Bundeskunsthalle Bonn					erinnern uns an Dinge, die es nicht mehr gibt – oder wieder. Telefonbuch, Taschenrechner, Rhythm is a Dancer: Unsere Hosts Bettina Rust und Leyla Yenirce gehen mit uns auf Zeitreise an die Bonner Wurzeln der heutigen Berliner Republik. Mit u.a. Wolfgang Tillmans, Wigald Boning, Bärbel Schäfer, Jessica Rosenthal (SPD, MdB), Dr. Wolfgang Schäuble (CDU, MdB, Bundestagspräsident a.D.), Drangsal, Marina Abramović, Liam Gillick, Aminata Belli, Chin Chin, Victoria Pidust, Agnieszka Lulinska, Michael Münzing (Snap!), Treuhand Techno... „1992“ ist ein Podcast der Bundeskunsthalle in Zusammenarbeit mit Bosepark Productions. Idee und Redaktion: Kolja Reichert, Programmkurator mit Schwerpunkt Diskurs an der Bundeskunsthalle. Realisation: Kali Köhler Produzentin: Su Holder Moderation: Bettina Rust und Leyla Yenirce Die Playlist mit den Lieblingsliedern unserer Gäste aus 1992 findet Ihr in den Shownotes jeder Folge.		4d86ab979201406c
19	Bundeskunsthalle Bonn	STUDIO BONN	24.02.2023 – 12.05.2023 (aktiv)	13	unregelmäßig	00:49 – 01:17 Stunden	Spotify: STUDIO BONN is the public think tank of the Art and Exhibition Hall of the Federal Republic of Germany. Join artists, scientists, programmers and activists discussing models of care for global communal infrastructure – mental, physical and digital. See all talks in spectacular stage designs on http://www.studiobonn.io * * * STUDIO BONN ist der öffentliche Think Tank der Bundeskunsthalle und ein	5,0 Sterne (5 Bewertungen)	https://www.bundeskunsthalle.de/podcast/studio-bonn.html https://open.spotify.com/show/7Be3GEwmX3yDvn8WtrMUIY?si=7d9ba691ff7b4289

							Korallenriff langfristigen Nachdenkens. Künstler*innen, Wissenschaftler*innen, Programmierer*innen und Aktivist*innen entwickeln Modelle der Fürsorge für globale Infrastrukturen – seien diese Infrastrukturen mental (wie die Vorstellungskraft), digital (wie das Internet) oder physisch (wie das Klima). Sehen Sie alle Gespräche in spektakulären Bühnenbildern auf http://www.studiobonn.io		
20	Deichtorhallen Hamburg	Das ist Kunst – Der Podcast der Deichtorhallen Hamburg	30.03.2021 – 14.06.2023 (aktiv)	17	unregelmäßig	00:24 – 00:56 Stunden	Webseite: »Das ist Kunst« ist der Podcast der Deichtorhallen Hamburg in Kooperation mit ByteFM. Darin wirft Friederike Herr einen genaueren Blick auf die Ausstellungen in den Deichtorhallen Hamburg, stellt Zusammenhänge her und knüpft an aktuelle Themen aus Kunst und Gesellschaft an. Was macht die Künstler*innen und ihr Werk so aktuell? Worum geht es ihnen und welche Geschichten lassen sich darüber erzählen? Im Podcast kommen dazu Kurator*innen, Expert*innen und natürlich die Künstler*innen selbst zu Wort. »Das ist Kunst« finden Sie überall, wo es Podcasts gibt.	4,9 Sterne (15 Bewertungen)	https://www.deichtorhallen.de/podcast https://open.spotify.com/show/3bK9d6se4LKXUOEjBK-kabX?si=60d0eb063c374890
21	Deutsches Chemie-Museum Merseburg	Wissenschaft im Austausch	Kein Datum (inaktiv)	4	-	00:22 – 00:30 Stunden	Webseite: Im Rahmen des TransInno LSA -Teilprojektes " Erlebniswelt Chemie " ist ein 3-teiliger Podcast zu den erarbeiteten Bildungssträngen "Mobilität" und "Kunststoff im Alltag" entstanden. Alle Folgen wurden von der im Teilprojekt arbeitenden studentischen Hilfskraft Leon Kostner (Student der Kultur- und Medienpädagogik Hochschule Merseburg) konzipiert, geplant, aufgenommen und nachbearbeitet.	-	https://www.deutsches-chemie-museum.de/de/podcast.html

22	Deutsches Fußball-Museum / Manuel Neukirchner / Werner Hansch	Deutschland, dein Fußball!	18.10.2022 – 08.11.2022 (inaktiv)	12 plus Trailer	unregelmäßig	00:13 – 00:23 Stunden	Spotify: Deutschland, dein Fußball! – der Podcast zum Buch! Werner Hansch und Manuel Neukirchner präsentieren in 12 Folgen Kultobjekte und Anekdoten zur deutschen Fußballgeschichte, von den Anfängen bis in die Gegenwart, mal heiter, mal nachdenklich, immer pointiert. Neue Folge erscheint jeden Dienstag.	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.fussballmuseum.de/hansch-podcast https://open.spotify.com/show/378igg4rzuN2cTjcyOukEO?si=d77b0c97ed1f40fb
23	Deutsches Hygienemuseum Dresden	Deutsches Hygienemuseum Dresden	12.04.2018 – 14.04.2023 (aktiv)	22	unregelmäßig	00:08 – 02:01 Stunden	Spotify: Podcast by Deutsches Hygienemuseum Dresden	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/6BLVpP9pDq0AHZxe7wnGzB?si=0598c96434bf4163
24	Deutsches Meeresmuseum	UN-SERE MeeresWELTEN	22.04.2021 – 25.10.2021 (inaktiv)	5	unregelmäßig	00:06 – 00:10 Stunden	Spotify: Der Podcast des Deutschen Meeresmuseums nimmt Dich in jeder Folge mit auf einen überraschenden Tauchgang zum Aufhorchen. Luise und Ria plaudern über erstaunliche und außergewöhnliche Phänomene im Meer. Dabei erfahrt Ihr nicht nur Wissenswertes über uns, sondern auch über die Meereswelt.	4,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.deutsches-meeresmuseum.de/podcast https://open.spotify.com/show/5TDcoBT26gRkseKMvnQMr8?si=941092473adf45e1
25	Deutsches Museum	Deutsches Museum	23.01.2019 – 24.04.2020 (inaktiv)	11 plus Zwischen	wöchentlich	00:08 – 00:14	Webseite: Der Podcast des Deutschen Museums erzählt viele spannende Geschichten, gibt aber vor allem Einblick in aktuelle Forschungsprojekte, die hinter den Kulissen eines	5,0 Sterne (2	https://www.deutsches-

				n- An- kün- di- gung		Stun- den	der meistbesuchten Museen in Deutschland stattfinden.	Bewer- tungen)	museum.de/museumsinsel/programm/programm-a-z/podcast https://open.spotify.com/show/3tGGe-vFn7HX3aIDsgd4fM?si=3ce14bd5830740c5
26	Deutsches Schiffahrtsmuseum Bremerhaven	Podcast Architektur	13.09.2020 (inaktiv)	5	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:06 – 00:12 Stunden	Webseite: Ein Bau- Viele Perspektiven. Die spannende Diskussion über eine gemeinsame Arbeit am Scharoun-Bau bildet sich anhand der historisch motivierten Podcast-Interviews ab. Sie beginnen, eine Reihe der beteiligten Akteure aus ihrer fachlichen Perspektive zu Wort kommen zu lassen. Die Interviewpartner stammen aus den Bereichen Architektur, Denkmalschutz und Kultur.	-	https://www.dsm.museum/ueberuns/architektur/podcast-architektur
27	Die Lübecker Museen / Sabine Mila Kunz / Pirol Audioprojekte	Museum aufs Ohr. Die Lübecker Museen	05.02.2021 – 17.02.2022 (inaktiv)	13	unregelmäßig	00:06 – 00:40 Stunden	Spotify: Lust auf mehr Kunst, mehr Literatur und mehr Kultur? Der Podcast „Museum aufs Ohr“ von Sabine Mila Kunz und den Lübecker Museen ergänzt die aktuellen Ausstellungen, Lesungen und Veranstaltungen der Häuser um spannende Geschichten und Hintergründe. Im Mittelpunkt stehen Gespräche zwischen Akteur:Innen und Gästen. Sie lassen hinter die Kulissen blicken und unterhalten mit Expertenwissen. So vielfältig wie die Lübecker Museen so unterschiedlich sind die	5,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://die-luebecker-museen.de/podcast-https://open.spotify.com/show/03XVgXoT-BSuSMe6XwU3CQA?si=0843221a2ea24701

							Podcastformate: mal Feature, mal Interview, mal Hörstück.		
28	Emily Barsi, Ralf Homann	Kunstraum.Kunstraum	24.07.2022 – 06.05.2023 (aktiv)	10	unregelmäßig	00:12 – 00:24 Stunden	Spotify: Unsere beiden Podcast-Hosts könnten nicht unterschiedlicher sein: Die Kunsthistorikerin Emily Barsi aus Pietrasanta bei Carrara und der Münchner Künstler Ralf Homann führen durch jede Episode. Sie widmen sich den Ausstellungen im Kunstraum München und vielen weiteren schönen und schönsten Themen der bildenden Kunst, jenseits von Mainstream und Marketing. Und so international wie das Jahresprogramm des Kunstraums, so mobil ist auch der Podcast »Kunstraum.Kunstraum« mit Episoden zum Beispiel aus London oder Florenz.	3,7 Sterne (3 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/4MeK2Oy1fDnKj645LJB8gg?si=be3af3cca02a4247
29	Erinnerungsort Topf und Söhne – Die Ofenbauer von Auschwitz. Ein Geschichtsmuseum der	Mitmischen erwünscht! Gemeinsames Projekt der FSJ-Freiwilligen des Erinnerungsortes und der Heinrich-Böll-Stiftung Thüringen	28.07.2020 – 13.08.2020 (inaktiv)	6	unregelmäßig	00:23 – 00:39 Stunden	Webseite: Mitmischen erwünscht! Wir FSJler/-innen von der Heinrich-Böll-Stiftung Thüringen und dem Erinnerungsort Topf & Söhne sind in diesem Jahr dafür sensibilisiert worden, Mitmenschlichkeit und Demokratie nicht als selbstverständlich vorauszusetzen, sondern dafür Verantwortung zu übernehmen. Deswegen wollen wir unsere Gedanken und Gespräche mit Experten zu diesem Thema mit Gleichaltrigen teilen. Dieser Podcast, der mit dem „Tatort Kultur“- Preis der Sparkassen-Kulturstiftung ausgezeichnet wurde, behandelt Themen wie Alltagsrassismus, Sprachsensibilisierung, das Aufwachsen zwischen zwei Kulturen, Hate-Speech und vieles mehr. Vor allem wollen wir aber junge Menschen ermutigen, sich für ihre Interessen und	-	https://www.topfund-soehne.de/ts/de/service/media-thek/audios/2020/136317.html

	Landeshauptstadt Erfurt / Heinrich-Böll-Stiftung Thüringen						Überzeugungen einzusetzen und im politischen Geschehen mitzumischen.		
30	Ernst Barlach Museen Güstrow / Christin	Ernst Barlach Museen Güstrow	16.03.2020 – 13.11.2020 (inaktiv)	8 plus Trailer	unregelmäßig	00:06 – 00:20 Stunden	Spotify: Podcast by Christin	-	https://open.spotify.com/show/61vnk0WPtdmzFe4JN1FxmMi?si=bcb4f9dff6a04b7a
31	Escucha – Kultur fürs Ohr (Ralph Würschinger und Lukas Fleischmann)	Bitte nicht anfassen – Museum mal anders	02.02.2022 – 06.06.2023 (aktiv)	18 plus Trailer	monatlich	00:24 – 00:49 Stunden	Webseite: Woran denkst du beim Wort Museum? An weltberühmte Ausstellungsstücke wie Sarkophage ägyptischer Pharaonen, an Gemälde von Picasso oder an technische Erfindungen wie das Automobil? Denkst du an das Deutsche Museum in München, das Pergamon-Museum in Berlin oder an das Städel in Frankfurt? Wir- das sind Ralph Würschinger und Lukas Fleischmann – denken beim Wort Museum an etwas Anderes: an Milbenkäse, an Flipperautomaten, Nummernschilder oder auch an Gartenzwerge. Denn die schätzungsweise 7000 Museen in Deutschland haben so viel mehr zu bieten als das Angebot der großen Häuser. Mit „BITTE NICHT ANFASSEN – Museum mal anders“ begeben wir und an kleine Orte, in Seitengassen großer	4,9 Sterne (23 Bewertungen)	https://www.escucha.de/bitte-nicht-anfassen/ https://open.spotify.com/show/1I8S19RWsRgzEY5hIrY7Er?si=6ed9cflcc0804062

							<p>Städte, um die kleinen und alternativen Ausstellungen zu finden, von denen du vermutlich noch nie gehört hast. Pro Monat erscheint eine Folge, für die einer von uns beiden ein besonderes Museum besucht und sich mit dem jeweils anderen darüber austauscht. Dabei kommen Museumsbetreiberinnen und -betreiber zu Wort, aber auch die Exponate an sich werden hörbar gemacht. Dieser Podcast ist für Museumsliebhaber, für Mitarbeiter aus dem Museumsbereich und für alle, die sich für Kunst, Kultur und Technik-Geschichte interessieren und skurrile Stories mögen. BITTE NICHT ANFASSEN ist eine Produktion von Escucha – Kultur fürs Ohr.</p>		
32	Fastnachtsmuseum Narrenschopf	Narren! Geschichten hinter der Maske	06.10.2022 – 16.02.2023 (aktiv)	5 plus Vorstellung	monatlich	00:36 – 01:06 Stunden	<p>Webseite: Warum ist die Fastnacht ein so faszinierender Brauch? Wie sieht der Fastnachts-Alltag eines Narren aus? Welche Geschichten und Emotionen verbergen sich hinter den Masken? Ilka Diener und Vera Jovic-Burger gehen diesen Fragen in Gesprächen mit aktiven Narren auf den Grund. "Narren! Geschichten hinter der Maske" vermittelt, was man beim bloßen Anschauen eines Umzugs oder der Figuren im Museum nicht sehen kann, der Podcast macht das Immaterielle Kulturerbe Fastnacht auch für fastnacht fremde Menschen greifbarer und verständlicher. Der Podcast ist verfügbar auf Spotify, Apple Podcast, Google Podcast und Amazon music. Jeden dritten Donnerstag im Monat erscheint eine neue Folge. Hör rein!</p>	5,0 Sterne (1 Bewertung)	<p>https://www.narrenschopf.de/seite/608102/podcast-geschichten-hinter-der-maske.html https://open.spotify.com/show/7xCyM40dsmWxwb2K0RmL6b?si=8b73985dd74f41f8</p>

33	Fastnachtsmuseum Narrenschopf	Narren! Junge Fastnachtsforscher im Museum	10.08.2022 – 22.03.2023 (aktiv)	14	unregelmäßig	00:01 – 00:04 Stunden	Webseite: Im Podcast-Workshop erstellen SchülerInnen eigenständig Podcasts zu einem selbst gewählten Thema aus dem Fastnachtsmuseum Narrenschopf. Das notwendige technische Equipment (Handys, Mikrofone, Software) wird vom Museum zur Verfügung gestellt. Zunächst können sich die Kinder mit dem Thema Fastnacht vertraut machen und das Museum erkunden, bevor sie in die Erstellung von Podcasts eingewiesen werden und dann selbst aktiv werden dürfen. Der Workshop dauert etwa 3 Stunden und ist für Kinder und Jugendliche ab der 3. Klassenstufe geeignet. Die fertigen Podcasts können – sofern gewünscht – auf dem museumseigenen Podcast-Kanal „NARREN! – Junge Fastnachtsforscher im Museum“ hochgeladen und veröffentlicht werden. Podcast-Workshops können sowohl von Schulklassen wie auch von privaten Gruppen gebucht werden. An bestimmten Terminen werden auch offene Workshops für Kinder angeboten.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.narrenschopf.de/seite/604395/podcast-workshop-für-schüler.html https://open.spotify.com/show/5RDP84XyeAMPcVFFe3ZXuG?si=5a5e4cec6be84ac2
34	FC St. Pauli-Museum	FCSP-Geschichte(n) – der Podcast des FC St. Pauli-Museums	17.01.2023 – 20.06.2023 (aktiv)	5	monatlich	01:28 – 01:43 Stunden	Webseite: Der FC St. Pauli ist nicht nur ein Verein wie kein anderer – er bringt auch einzigartige Geschichte(n) hervor. Wir erzählen sie. Im Dialog mit „Schiedsrichter“ und Live-Faktencheck präsentieren und diskutieren Celina, Christoph, Christopher und Thomas vom FC St. Pauli-Museum am Millerntor die besten Stories aus über 111 Jahren braun-weißer Vereins- und Stadtteilgeschichte, von kurios bis bitterernst. Es geht um Highlights und Tiefpunkte, um Fanszene, Pleiten, Pech und	5,0 Sterne (26 Bewertungen)	https://fcsp-geschichten-podcast.podigee.io https://open.spotify.com/show/5KwXxtrfEVPBupHD4h0a9i?si=99b2b01745b44211

							Pannen, um Skandale, Politik und natürlich um Fußball! Jeden Monat gibt's ein neues Thema und neue Geschichten. Habt ihr Fragen oder Anregungen zum Podcast? Dann schreibt uns an: info@1910-museum.de Fotos: Sabrina Adeline Nagel Witters Sportfotografie Gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), NEUSTART KULTUR, der Kulturstiftung der Länder und KULTUR.GEMEINSCHAFTEN – dem Förderprogramm für digitale Content Produktion in Kultureinrichtungen.		
35	Freunde des Wallraf-Richartz Museum und des Museum Ludwig	Der Kunstfreunde-talk	04.10.2022 – 09.05.2023 (aktiv)	10	monatlich	00:10 – 00:50 Stunden	Webseite: Was macht ein Verein in einem Museum? Wie kommt ein Bild aus Los Angeles nach Köln? Und wer sorgt dafür, dass die Bilder im Museum gut erhalten bleiben? Begleiten Sie Diane und Jessica auf ihrer Reise durch die Kunst-Kultur- und Bildungs-Landschaft der Stadt Köln. Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen der Vereinsarbeit in den beiden Häusern, dem <u>Wallraf-Richartz Museum</u> und <u>Museum Ludwig</u> und hören Sie spannende Hintergrundgeschichten zu aktuellen Ausstellungen und kunstrelevanten Diskursen. Diane Ciesielski, Kunsthistorikerin und Geschäftsführerin der <u>Freunde des Wallraf-Richartz-Museum und des Museum Ludwig e.V.</u> und Jessica Schiefer, Masterstudentin der Kunstgeschichte in Köln und Social Media Leitung der <i>freunde</i> .	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://kunstfreunde.koeln/unsere-podcast-kunstfreunde-talk-ist-online/ https://open.spotify.com/show/0WxEGTqO-FUhNW4Ms9BGuoF?si=41816911485b4297

36	Galerie Greulich	Bunt und Greulich – der Podcast der Galerie Greulich	19.05.2023 – 22.06.2023 (aktiv)	3	monatlich	00:20 – 00:38 Stunden	Spotify: Ihr interessiert euch für Kunst und das Kunstbiz? Wir, Sophie Lorenz und Andreas Greulich, zeigen Euch, was im Kunstbetrieb gerade los ist – Trends, Erfreuliches und Problematisches der Kunstwelt. Mal in Gesprächen mit unseren Künstler*innen, mal zu zweit am Arbeitsplatz, serviert mit einer Prise belegter Fakten. Ihr wollt euch ein persönliches Bild von uns machen, dann kommt uns unbedingt in der Frankfurter Fahrgasse besuchen, wo wir alle 6 Wochen eine neue Ausstellung präsentieren - eben changierend zwischen bunt und Greulich.	5,0 Sterne (6 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/247rQSiEI0gffGpk3bVeav?si=6f2f4d707f6548cd
37	Georg Kolbe Museum	Die absoluten Tänzerinnen	01.07.2021 – 09.09.2021 (inaktiv)	11 plus Trailer	wöchentlich	00:11 – 00:20 Stunden	Webseite: Der Podcast „Die absoluten Tänzerinnen“ ist als Erweiterung der Ausstellung „Der absolute Tanz – Tänzerinnen der Weimarer Republik“ entstanden, die vom April bis Oktober 2021 im Museum gezeigt wurde. Wie die Schau selbst stellt das Hörformat elf bemerkenswerte Bewegungskünstlerinnen vor, die während der Weimarer Jahre in Berlin wirkten. In einer Zeit, die von gesellschaftlicher Veränderung, von bitterer Armut und feudalst gelebtem Reichtum, von Abenteuer- und Entdeckerlust, vom Experiment und von der Faszination des Neuanfangs geleitet war, ertanzten sich diese mutigen Frauen ein großes Stück Freiheit. An Theatern wie der Volksbühne, aber auch in kleinen Clubs und Nachtbars fanden sie ihr Publikum. Manche populär und skandalumwoben, andere in großer Mission unterwegs. Vorhang auf für: Charlotte Bara, Tatjana Barbakoff,	5,0 Sterne (3 Bewertungen)	https://georgkolbe-museum.de/programm/digitales/ https://open.spotify.com/show/1qjJAczNW20OSHtUyWOGPI?si=9d44bc48a7ae49fe

							Anita Berber, Claire Bauroff, Hertha Feist, Valeska Gert, Jo Mihaly, Oda Schottmöller, Vera Skoronel, Celly de Rheidt und Berthe Trümpy. Jeder Tänzerin ist eine eigene Episode gewidmet, die ihre Biografie sowie Besonderheiten ihres künstlerischen Ansatzes beleuchtet. Zu hören ist das erste GKM Audioformat auf allen gängigen Plattformen, von Apple Podcasts bis Spotify .		
38	Hamburger Kunsthalle / Hamburger Abendblatt	Ich sehe was, was du nicht siehst	30.04.2020 – 18.06.2023 (aktiv)	164	wöchentlich	00:16 – 00:31 Stunden	Webseite: Der Podcast über berühmte Bilder mit Kunsthallen Direktor Alexander Klar und Abendblatt-Chefredakteur Lars Haider. Jeden Sonntag neu.	4,5 Sterne (11 Bewertungen)	https://www.abendblatt.de/podcast/ich-sehe-was-was-du-nicht-siehst/ https://open.spotify.com/show/0dmaMZLqKIU6HiOb1tjZex
39	Haus der Geschichte Nordrhein-Westfalen	Unser Land. Geschichten aus 75 Jahren NRW	30.09.2021 – 28.06.2022 (inaktiv)	9 plus Trailer	unregelmäßig	00:10 – 00:21 Stunden	Webseite: „Unser Land“ ist der Podcast über die bewegte und bewegende Geschichte Nordrhein-Westfalens. Wir führen Sie an verborgene Orte, sprechen mit Zeitzeugen und erzählen faszinierende Geschichten aus 75 Jahren NRW. Das bevölkerungsreichste Bundesland hat sich seit seiner Gründung nach dem Zweiten Weltkrieg immer wieder gewandelt. Wir beleuchten die großen Herausforderungen und Brüche in diesem Land sowie die Fähigkeit der Menschen, immer wieder auf veränderte Bedingungen zu reagieren und Neues daraus entstehen zu lassen. Unser Blick zurück in die wechselvolle Geschichte des Landes zeigt, dass die Herausforderungen	5,0 Sterne (7 Bewertungen)	https://www.hdg-nrw.de/aktuelles/museums-podcast https://open.spotify.com/show/38W41A384Ot15u6MWrRp0j?si=1e7e35b2691344f8

							von gestern auch heute nichts an Aktualität verloren haben.		
40	Heinrich-Heine Institut Düsseldorf	Romantik und Revolution	14.05.2021 – 17.02.2023 (aktiv)	6	unregelmäßig	00:30 – 00:43 Stunden	Webseite: Das Heinrich-Heine-Institut produziert seinen ersten Podcast. Er ist auf den gängigen Streaming-Plattformen und über die Podcast-Website verfügbar. Sie finden ihn dort unter dem Titel „Romantik und Revolution – der Podcast des Heinrich-Heine-Instituts“. Auch über einen RSS-Feed können Sie dem Podcast folgen und in Ihrer Podcast-App, zum Beispiel auf dem Smartphone, abonnieren. Dafür stehen Ihnen viele verschiedene kostenlose Apps zur Verfügung. So erhalten Sie automatisch die neuste Folge auf ihr Endgerät.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://romantikundrevolution.podigee.io/ https://open.spotify.com/show/0iprmcQWxKW N5Br2Ur-liO5?si=6f512665e0b741dc
41	Heinrich Rudolf Bruns	Heinrich. Kultur. Medien. Der Podcast	02.08.2018 – 23.12.2018 (inaktiv)	6	unregelmäßig	00:17 – 00:51 Stunden	Spotify: Der Kultur- und Medienpodcast aus und um München. Gäste erzählen in längeren Takes über ihre Projekte, Ausstellungen, Konzerte. Der Moderator moderiert.	-	https://hrbruns.de/der-hkmpodcast-im-abo/ https://open.spotify.com/show/12zbAF-cvS5vKHAQKAMJMyn?si=5d4d30fecf6845a9
42	Hessisches Landesmuseum Darmstadt	Das Grüne Sofa. Der Museumspodcast des HLMD	02.02.2021 – 05.04.2023 (aktiv)	15	zweimonatlich	00:12 – 00:45 Stunden	Spotify: Du hast genug vom tristen Alltag, langweiligen Fahrten mit der Straßenbahn oder hast dir deine Lieblingsplaylist heute schon viel zu oft angehört? Lass dich von dem neuen Podcast „Das Grüne Sofa. Der Museumspodcast des HLMD“ abholen und direkt im kulturellen Geschehen absetzen! Jeden zweiten Monat beleuchtet der Podcast die Welten der Sonderausstellungen des Hauses	5,0 Sterne (5 Bewertungen)	https://www.hlmd.de/vermittlung/podcasts.html https://open.spotify.com/show/4iIMQ7VLD2NA

							aus verschiedenen kulturellen Perspektiven, bindet zeitgenössische Gesprächspartner*innen ein und webt Zusammenhänge aus dem Ausstellungsraum bis in deinen Lebensalltag. Hör rein, wir freuen uns auf dich!		7Sa2DO-XeAJ?si=b59650ef60e64f6c
43	Historisches Museum der Pfalz Speyer	Hörge- deck. Der Po- dcast aus dem His- torischen Museum der Pfalz in Speyer	10.10.2022 – 10.03.2023 (inaktiv)	6 plus Trai- ler	mo- nat- lich	00:24 – 00:42 Stun- den	Webseite: Mitte Oktober startete begleitend zur Landesausstellung „Die Habsburger im Mittelalter“ der neue Museums-Podcast unter dem Namen „Hörgedeck“. Die Folgen der ersten Staffel widmen sich –immer im Dialog mit namhaften Experten – unterschiedlichsten Aspekten des Lebens zu Zeiten der mittelalterlichen Habsburger. Es geht unter anderem um Begräbnismethoden, Ernährungsgewohnheiten, die Haltung exotischer Tiere an Königshöfen und die "Faszination Klettersport". Jede Episode hat eine Länge von ca. 20 bis 45 Minuten. Ab Oktober 2022 erscheint monatlich eine neue Folge. Erhältlich ist der Podcast überall, wo es Podcasts gibt.	5,0 Sterne (2 Be- wertun- gen)	https://mu- seum.speyer.de/ vorschau/habs- burger/habsbur- ger-fuer-die-oh- ren https://open.spo- tify.com/show/0 awMczgmmjM5 5NQRx99AvS?s i=2a78499d7b2c 4706
44	Humboldt Forum	99 ques- tions / 99 Fragen	13.05.2021 – 20.04.2023 (aktiv)	16 plus 2 Trai- ler	unre- gel- mäßig	00:22 – 01:13 Stun- den	Webseite: Der <i>99 Fragen Podcast</i> bietet die Möglichkeit, mit wechselnden Moderator*innen und unterschiedlichen Gästen vertiefend in die Themen der Reihe einzusteigen. In verschiedenen Folgen thematisieren die Gäste die Verbindungen von Museen und Kolonialismus, geben persönliche Erfahrungen wieder und diskutieren, wie eine kuratorische Praxis und eine Welt von morgen aussehen können. Die ersten fünf Podcast-Folgen wurden in thematischer Anlehnung an die ersten fünf <i>99 Fragen Dialoge</i> von Feven Kelta moderiert. Im Rahmen der <i>99 Fragen</i>	5,0 Sterne (4 Be- wertun- gen)	https://www.hu- mboldtfo- rum.org/de/pro- gramm/event- reihe/diskurs/99- fragen-14188/ https://open.spo- tify.com/show/2 ifA301m2qWM Mu8bFz3SFG?s i=62167fc76566 473c

							<i>Residenz</i> von Chao Taiyana Maina and Molemolo Moilola von Open Restitution Africa entstand die Mini-Serie ACCESS FOR WHO?. Die Wissenschaftlerin und Kuratorin Aouefa Amoussouvi wird die darauffolgenden fünf Podcast-Episoden zu unterschiedlichen Ökologien moderieren.		
45	Ilka Mestemacher / Marius Wittke	Neugierig im Museum. Ein Podcast über Kunst und Geschichte	08.06.2021 – 13.05.2023 (inaktiv)	19 plus Pilot und Trailer	unregelmäßig	00:16 – 00:36 Stunden	Spotify: Bist du neugierig auf Museen – oder sogar neu in der Museumswelt? So geht es jungen Museumsmitarbeiter:innen. Ohne den gefürchteten Fachsprech erzählen sie faszinierende Geschichten rund um Museumsschätze im Dialog mit Kulturjournalistin Marlene Thiele. Die letzte Folge erscheint im Mai 2023. Staffel 1: Fälschung, Raub, Betrug und Strafe lauern zwischen den Mauern vieler unschuldig wirkender Museen. True Crime quer durch Kunst und Geschichte! Staffel 2: Künstlerreisen, Forschungsreisen, Dienstreisen und imaginäre Reisen stecken in jedem Museum: von altägyptischen Gottheiten über Musikinstrumente bis hin zu reisenden Kunstwerken der Gegenwart. In jeder Folge besuchen wir ein anderes Museum in München oder der weiteren Umgebung. Den begleitenden Blog erreicht ihr unter https://neugierigimmuseum.wordpress.com	5,0 Sterne (6 Bewertungen)	https://neugierigimmuseum.wordpress.com https://open.spotify.com/show/25uUTYduLA-ZYQbvL9wj6og?si=467db5939ab64690
46	Jens Trocha	30 Minuten Kunst	15.05.2021 – 15.06.2023 (aktiv)	50 Folgen plus Trailer	zweiwöchentlich	00:22 – 00:42 Stunden	Spotify: Mit diesem Podcast will ich Sie regelmäßig und unkompliziert für alte und neue Meisterwerke begeistern. Ich bin Jens Trocha, Journalist & Autor, in Dresden aufgewachsen und zu Hause. In diesem Projekt steckt jede Menge Herzblut: Recherchen und	4,9 Sterne (192 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/1tOOmZVN8txFVauGewYKT0?si=9c1d1c31d42c4494

						<p>Vorbereitungen sind zeitaufwendig, Produktion und technische Umsetzung kosten. Deshalb meine Bitte: Unterstützen Sie mich und den Podcast.</p> <p>Bitte fördern Sie uns hier: https://steadyhq.com/de/30-minuten-kunst/about</p> <p>Schicken Sie uns einem Beitrag auf das Konto: DE15 1203 0000 1082 0466 97 IBAN: BYLADEM1001</p> <p>Oder unterstützen Sie den Podcast per Paypal: https://paypal.me/JensTrocha?country.x=DE&locale.x=de_DE (Link kopieren und in die Adresszeile des Browsers einfügen)</p> <p>DANKE :-)</p> <p>Dieser Podcast ist wie eine gute Führung durch Ausstellungen, Museen und Galerien. Podcast hören ist einfach und ist kostenfrei. Hier auf die Episoden klicken und anhören Oder auf dem Smartphone / Tablet eine Podcast-App laden, öffnen und nach "30 Minuten Kunst" suchen. Wenn Sie auf abonnieren klicken oder tippen, bekommen Sie jede neue Folge automatisch, wenn ich sie veröffentliche. Das ist keine kostenpflichtige Abofalle. Fragen, Kritik oder Vorschläge schreiben Sie an: jens.trocha@30minutenkunst.de</p>			
47	Jüdisches Museum	Let's talk, Sisters!	14.06.2021 – 19.07.2021 (inaktiv)	2	unregelmäßig	00:56 – 00:59	<p>Webseite: Podcast zu »Schalom Sisters*!« Let's talk, Sisters! Judith Alberth spricht im Podcast zur Ausstellung mit sechs Frauen über ihr Jüdischsein, über Feminismus und ob</p>	5,0 Sterne (2	https://jmaugsburg.de/online-angebote/podcast/

	Augsburg Schwaben (JMAS)					Stunden	bzw. wie das für sie zusammenhängt. Ihre unterschiedlichen Erfahrungen und Perspektiven als Frauen* und Jüdinnen stehen dabei nicht für ein großes jüdisches Kollektiv, sondern als diverse Stimmen in der Diskussion um Gleichberechtigung und Vielfalt. Judith Alberth führte 1 ½ Jahre durch den Standort Innenstadt, 2019 schloss sie ihr Bachelor-Studium in Europäischer Kulturgeschichte mit einer Arbeit zur Erinnerungskultur der Zwangsarbeit in Augsburg anhand des Konfliktes um die Halle 116 ab. Bei der weiteren Forschungsarbeit zur Namensliste der Zwangsarbeiter und KZ-Häftlinge in Pfersee unterstützte sie Reinhold Forster bei der Aufarbeitung. Seit Herbst 2019 studiert sie den Master für Geschichtswissenschaften mit dem Schwerpunkt Frauen- und Geschlechtergeschichte sowie Zeitgeschichte an der Universität Wien.	Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/0K91rHX3WK6qymBU-ESQnVS?si=24b5706dc43d4b4d
48	Jüdisches Museum Berlin	Hör-Mahl. Feinkost für die Ohren	Kein Datum (inaktiv)	4	-	00:24 – 00:27 Stunden	In der Podcast-Reihe <i>HörMahl: Feinkost für die Ohren</i> geht es kulinarisch und kulturgeschichtlich zu. Nehmen Sie Platz am Tisch und hören Sie, was Birgitt Claus, Leiterin des Museumscafés <i>eßkultur</i> , und Ulrike Sonnemann, Leiterin der JMB-Bibliothek, im Gespräch mit weiteren Gästen über spannende Frauen, Emanzipation, Esskultur und das Leben als Jüdin in vergangenen Jahrhunderten zu erzählen haben.	-	https://www.jmb.berlin.de/hoer-mahl-feinkost-fuer-die-ohren
49	Jüdisches	Malka, Who?	28.06.2021 – 18.10.2021 (inaktiv)	4	unregelmäßig	00:39 – 00:55	Spotify: Das Jüdische Museum Berlin (JMB) zeigt die erste umfassende Werkschau von Yael Bartana. Die israelische Videokünstlerin	5,0 Sterne	https://www.jmb.berlin.de/malka-who

	Museum Berlin					Stunden	untersucht die großen historischen Erzählungen, die nationale und andere kollektive Identitäten formen – und in denen immer wieder Heilsgestalten auftauchen. „Malka Germania“ ist das Kernstück dieser Ausstellung. In der Auftragsarbeit für das JMB ruft die Ankunft dieser androgynen Heilsgestalt in Berlin Szenen aus einem imaginierten gemeinsamen Unbewussten hervor. So wird die kollektive Erlösung zum Thema und spricht Traumata, Heilserwartungen und die Sehnsucht nach Veränderung an. „Redemption Now“ – Erlösung jetzt? In diesem Podcast kommen nicht nur die Künstlerin selbst, sondern auch verschiedene Kurator/innen, Wissenschaftler/innen und Künstler/innen zu Wort und beleuchten Bartanas Themenkomplex aus künstlerischer, eschatologischer, gendertheoretischer und politischer Perspektive.	(1 Bewertung)	https://open.spotify.com/show/4zHqROAX2cfQFGWRFCCEdp?si=9d9d0b8927be498a
50	Jüdisches Museum Frankfurt / Max Czollek	Rache – Geschichte und Fantasie	14.03.2022 – 26.05.2022 (inaktiv)	7 plus Teaser	zweiwöchentlich	00:33 – 00:47 Stunden	Spotify: Begleitend zur Ausstellung erscheint ein Podcast mit sieben Folgen und ausgewählten Gesprächspartnern wie dem Musiker Daniel Kahn oder dem Regisseur des preisgekrönten Kurzfilms "Masel Tov Cocktail", Arkadij Khaet. (Webseite) Podcast zur Ausstellung im Jüdischen Museum Frankfurt mit Max Czollek. Gefördert von der Kulturstiftung des Bundes, der Art Mentor Foundation, der Gesellschaft der Freunde und Förderer des Jüdischen Museums e.V. und der Schleicher Stiftung.	4,9 Sterne (36 Bewertungen)	https://www.juedischesmuseum.de/besuch/rache/ https://open.spotify.com/show/6Iw06tQBy6I1gH7YKq7tFh?si=2059b29f12484e2d

51	Jüdisches Museum Frankfurt	Soundführungen durch das Jüdische Museum Frankfurt	01.03.2022 (inaktiv)	2	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:10 – 00:33 Stunden	Webseite: Macht es Euch bequem und lauscht gespannt unseren eigens konzipierten Soundführungen. Hierbei führen Euch Kuratorinnen an Hand von Klangbeispielen durch die drei Etagen unserer neuen Dauerausstellung Wir sind jetzt: Jüdisches Frankfurt von der Aufklärung bis zur Gegenwart und geben Euch einen klanglichen Einblick in unsere erste Wechselausstellung Die weibliche Seite Gottes. Was hat der Komponist Berlioz mit den Rothschilds zu tun? Und warum erklingt die „Königin der Nacht“ in unserer Wechselausstellung? Seid gespannt und horcht auf SoundCloud rein.	-	https://www.juedischesmuseum.de/blog/digitale-angebote/ https://open.spotify.com/show/26BPF7AyK8GD2q4rO131Qv?si=507d6cacdaee4ba2
52	Jüdisches Museum München	Die Reise – Das Leben des Mordechai W. Bernstein	17.01.2022 (inaktiv)	4	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:15 – 00:17 Stunden	Webseite: Mordechai W. Bernstein verbrachte nach dem Zweiten Weltkrieg und der Schoa mehrere Jahre im unmittelbaren Nachkriegsdeutschland, wo er in rund 800 Orten nach Spuren deutsch-jüdischer Kultur forschte. Geboren wurde er 1905 im heute belarussischen Byten und lebte vor dem Zweiten Weltkrieg in Warschau. Doch die politischen und gesellschaftlichen Umbrüche der Zeit beeinflussten nicht nur Bernsteins Ansichten, sondern wirkten sich auch akut auf den Verlauf seines Lebens aus: Wie erlebte er die Jahre des Zweiten Weltkriegs? Wie gelangte er nach Deutschland und was fand er dort vor? Vier Folgen gehen diesen Fragen nach.	5,0 Sterne (3 Bewertungen)	https://www.juedisches-museum-muenchen.de/angebote/details/podcast-die-reise https://open.spotify.com/show/3AevEF8A0aIcXbnvFUN6pG?si=ef7289592e7f4b9e
53	Jüdisches	Therese Giehse und Wir	27.10.2022 – 22.12.2022 (inaktiv)	9	wöchentlich	00:28 – 00:53	Spotify: In unserem neuen Podcast begeben wir uns gemeinsam mit den beiden Schauspielerinnen Viktoria Lewowsky und Tatjana	5,0 Sterne (10	https://www.juedisches-museum-

	Museum München				Stunden	<p>Schoeler auf die Spuren von Therese Giehse. Sie war jüdisch, lesbisch, queer, sie war Schauspielerin und Kabarettistin, ein Theaterstar ihrer Zeit – außerdem Aktivistin und Widerstandskämpferin, Geflüchtete und Münchenerin mit Herz und Seele. Wir sprechen mit Expert_innen und Menschen, die eine oder mehrere Facetten ihrer Identität mit Therese Giehse teilen. „Therese Giehse und Wir“ ist eine 9-teilige Dokuserie von LiveStories in Koproduktion mit dem Jüdischen Museum München. Mit freundlicher Unterstützung der Stiftung Zurückgeben, der Brodt Foundation und der Stiftung Erinnerung Verantwortung und Zukunft (EVZ).</p> <p>Therese Giehse war Schauspielerin und Kabarettistin, ein Theaterstar ihrer Zeit – außerdem Aktivistin und Widerstandskämpferin, Geflüchtete und Münchenerin mit Herz und Seele. Gemeinsam mit den beiden Schauspielerinnen Viktoria Lewowsky und Tatjana Schoeler machen wir uns auf eine Recherche-Reise in die Vergangenheit und erzählen die Lebensgeschichte einer einzigartigen Frau, die noch heute Inspirationsquelle für Freiheit, Kreativität, Selbstbestimmtheit, Durchsetzungskraft und Mut sein kann. Dabei schauen wir immer wieder in unsere Gegenwart und sprechen mit Expert_innen und Menschen, die eine oder mehrere Facetten ihrer Identität mit Therese Giehse teilen.</p>	Bewertungen)	muenchen.de/angebote/details/podcast-therese-giehse-und-wir https://open.spotify.com/show/1TgD-HmEx89kKB23G1YuaDO?si=6fc172913a42404a
--	-------------------	--	--	--	---------	--	--------------	--

54	Jugendbeirat der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden	Futur 3 – Podcast	21.07.2021 – 03.02.2023 (aktiv)	7	unregelmäßig	00:03 – 00:48 Stunden	Spotify: Wir sind der Jugendbeirat der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden und ein junges Expertengremium, das Kultur neu denken will. Dafür entwickeln wir neue Formate und schaffen Räume für Diskussion und Austausch. Wollt ihr wissen, welche Ideen wir haben? Hört euch unseren Podcast an! Und schreibt uns auf instagram.com/futur3.skd/	4,8 Sterne (6 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/6yrZ78dg7WrRV0TAy386hu?si=0f78ff2331d642d3
55	Junge Freunde Staatsgalerie Stuttgart	Kunst im Ohr	28.08.2020 – 15.06.2023 (aktiv)	17	monatlich	00:08 – 00:54 Stunden	Webseite: Unser Podcast »Kunst im Ohr« ist ein monatlicher Dialog mit verschiedenen Gästen aus der Kunst- und Kulturszene. Die Moderatorin des Podcasts ist selbst Junge Freundin der Staatsgalerie und heisst Carolina Hanke. Von Basel, über Karlsruhe, Magdeburg, Konstanz und Würzburg hat sie ihr Weg frisch nach Stuttgart geführt. Hier arbeitet sie in der Redaktion einer Agentur für Kommunikation in Bad Cannstatt. Carolina liebt Kunst und besonders glücklich machen sie Geschichten – kleine und große, alltägliche und besondere. Also, los gehts!	5,0 Sterne (7 Bewertungen)	https://www.freunde-der-staatsgalerie.de/junge-freunde/artikel/kunst-im-ohr-810.html https://open.spotify.com/show/2yUt1yGpRd-MHvKXh-hiLD3y?si=9fd0bdb344814980
56	Kinder-Akademie Fulda	Museum zum Lauschen. Der Kinderpodcast	12.06.2020 – 15.07.2020 (inaktiv)	4 plus Trailer	wöchentlich	00:12 – 00:16 Stunden	Webseite: Museum zum Lauschen ist der Kinderpodcast der Kinder-Akademie Fulda. Hier erwarten dich aufschlussreiche Abenteuer rund um die Ausstellungen der KAF. Es ist aber ganz egal, ob du der KAF schon mal einen Besuch abgestattet hast oder nicht. Dieser Podcast ist für alle wichtig, die wissbegierig sind und gerne Podcasts lauschen.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.kaf.de/sonstige-programme/kinderpodcast/ https://open.spotify.com/show/0DVvO-Silj6HQVN5emYWuZx?si=f4373c5426fc4a4a

57	Kölnisches Stadtmuseum	Kölnisches Stadtmuseum	24.04.2023 – 09.06.2023 (aktiv)	3	monatlich	00:23 – 00:40 Stunden	Webseite: Das Kölnische Stadtmuseum gibt es jetzt auch zum Hören! In unserem neuen Podcast dreht sich alles um spannende Geschichten, unterhaltsame Biografien und kuriose Fakten, die das kölsche Herz höher schlagen lassen! Von der Antike bis heute beleuchten wir die unterschiedlichen Kapitel der Kölner Stadtgeschichte und nehmen Sie mit hinter unsere Kulissen.	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.koelnisches-stadtmuseum.de/entdecken/stadtgeschichte-im-podcast/ https://open.spotify.com/show/2TnPQitiLdbG6m4qjGdC4E?si=c42c6751569a466b
58	Kunsthalle Düsseldorf	Kunsthalle Düsseldorf. Der Podcast	28.03.2020 – 10.05.2023 (aktiv)	42	unregelmäßig	00:05 – 00:24 Stunden	Spotify: Im Podcast der Kunsthalle Düsseldorf erhältst du Hintergrundinformationen und spannende Einblicke in die aktuellen Ausstellungen.	5,0 Sterne (3 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/5HNqm9cjYR-pIrqe8ydjTV6?si=16a9d2a1b7414d7e
59	Kunsthalle Mannheim	Kunsthalle Mannheim	20.05.2021 (inaktiv)	11	einmalige Veröffentlichungen	00:01 – 00:02 Stunden	Spotify: Die Kunsthalle Mannheim ist eine der ersten Bürgersammlungen der Moderne weltweit. Epochale Schlüsselwerke von Edouard Manet bis William Kentridge sowie ein herausragender Skulpturenschwerpunkt prägen unser Selbstverständnis. Seit über 100 Jahren sind wir der Avantgarde und den Existenzfragen der Gesellschaft verpflichtet. In einem richtungsweisenden Neubau gestalten wir unsere Zukunft im Verständnis einer Stadt in der Stadt. Als demokratische Institution verfolgen wir eine umfassende digitale Strategie. Ausstellungen und Künstlerprojekte verstehen wir als Instrumente der transkulturellen Verständigung. Die Kunsthalle ist ein	-	https://open.spotify.com/show/1MHZdG6HQLTgJBjovVnnLw?si=91e42ae5885b4aef

							Begegnungsort für Menschen aller Generationen und Kulturen mit inspirierender Kunst und aktuellen Diskursen.		
60	Kunstmuseum Moritzburg Halle (Saale)	Kunstmuseum Moritzburg Halle (Saale)	07.05.2021 – 19.07.2022 (inaktiv)	6	unregelmäßig	00:15 – 02:33 Stunden	Spotify: Das Kunstmuseum des Landes Sachsen-Anhalt zeigt Werke der eigenen Sammlung vom Mittelalter bis in die Gegenwart. Es ist eines der bedeutendsten Museen für die Kunst der Moderne in Mitteldeutschland und präsentiert temporäre Ausstellungen von regionalem bis internationalem Anspruch.	-	https://www.kunstmuseum-moritzburg.de/kunsterleben/digitalentdecken/kunstvermittlung-zuhause/kunstgelaerber-anders-nice/#collapseBox-43872 https://open.spotify.com/show/5ie5o7dTJO0VJGyDlZE-Dob?si=02ae43ac8cdf41d8
61	Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen	K20K21	05.02.2020 – 13.11.2020 (inaktiv)	8 plus Vorschau	unregelmäßig	00:19 – 00:30 Stunden	Spotify: Die Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen zeigt eine einzigartige Auswahl herausragender Kunstwerke des 20. und 21. Jahrhunderts. Doch was steckt hinter dem, was die Besucherinnen und Besucher in den beiden Häusern K20 und K21 sehen können? Im neuen Podcast nehmen wir uns jeweils eine der aktuellen Ausstellungen vor: Wir besuchen mit „K20K21“ den musealen Raum, treffen Beteiligte und sprechen mit Künstlerinnen und Künstlern über die Inspiration für ihre Arbeit. Folgt uns auf einer Tour hinter die Kulissen des Museumsbetriebs.	5,0 Sterne (3 Bewertungen)	https://www.kunstsammlung.de/de/digital/podcasts https://open.spotify.com/show/276OkeMTZ-kGasg7XWA1xMw?si=22587e16ed65485a

62	Kurpfälzisches Museum Heidelberg	Kurpfälzisches Museum Heidelberg	25.04.2023 – 27.04.2023 (aktiv)	2	unregelmäßig	00:04 – 00:18 Stunden	Spotify: Die Podcasts des Kurpfälzischen Museums widmet sich Themen, die im Zusammenhang mit der Geschichte Heidelbergs und der Kurpfalz stehen. Verschiedene Partner wirken bei der Produktion eines Podcasts mit, sie tragen ihr Wissen bei, moderieren oder realisieren die Aufnahme. Dafür bedankt sich das Kurpfälzische Museum und die Hörerinnen und Hörer des Beitrags.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://open.spotify.com/show/13XfPojA3Bi-WOw2VnB7Ldl?si=290775142f834c00
63	KZ Gedenkstätte Dachau / Bayern 2	Die Befreiung – Die letzten Stunden in den Konzentrationslagern Flossenbürg und Dachau	22.04.2020 – 13.05.2020 (inaktiv)	5 plus Trailer	wöchentlich	00:23 – 00:33 Stunden	Webseite: In den letzten Tagen des 2. Weltkriegs hoffen die Häftlinge der Konzentrationslager Flossenbürg und Dachau auf ihre Befreiung durch die US-Armee. Doch die Nationalsozialisten räumen die Lager, treiben Gefangene auf Todesmärsche oder überlassen sie vor Ort ihrem Schicksal. Für die Häftlinge beginnt das Warten auf die Retter, während sie um das Überleben kämpfen.	-	https://www.br.de/mediathek/podcast/die-befreiung/831
64	Lindenmuseum Stuttgart	LindenLAB Podcast	13.04.2021 – 18.04.2022 (inaktiv)	6	unregelmäßig	00:15 – 00:38 Stunden	Spotify: Das LindenLAB verhandelt die gesellschaftliche Rolle und Relevanz ethnologischer Museen. Es entwickelt und erprobt neue Formen musealer Wissensproduktion, Vermittlung und Präsentation. Der Podcast greift Themen des LindenLABs auf und bringt sie „ins Gespräch“. Das LindenLAB ist ein Projekt des Linden-Museums Stuttgart, gefördert im Rahmen der Initiative für Ethnologische Sammlungen der Kulturstiftung des Bundes. Der Podcast entsteht in Kooperation mit der Hochschule der Medien Stuttgart. Die ersten	-	https://www.lindenlab.de/lindenlab-podcast/ https://open.spotify.com/show/1ZPRTQqAW2Yuvrj5jeVHqf?si=1815e06fe9e34369

							vier Folgen befassen sich mit Themen des LindenLAB 5 "(in) Beziehungen", die Folgen 5 und 6 mit Klang und Geräuschen im Museum.		
65	Ludwig Forum Aachen / Margarethe Grad-Hamburg	Kunstrauschen. Museumspodcast aus dem Ludwig Forum – Kinder im Museum	13.12.2020 – 11.06.2023 (aktiv)	22 plus Trailer	monatlich	00:07 – 00:45 Stunden	Spotify: Zwei Kinder, Anton und Beyza entdecken und erklären hier Moderne Kunst. Sie interviewen Künstler*innen und stellen manchmal die Fragen, die die Großen sich nicht trauen. Entdeckt mit Anton, Beyza und der Kunstvermittlerin und Medienpädagogin Margarethe die aktuellen Ausstellungen im Ludwig Forum!	5,0 Sterne (3 Bewertungen)	https://podcasta6ad53.podigee.io/ https://open.spotify.com/show/3isYIn7x2FOiM9vfHYi3rL?si=31b61065ff9147dc
66	Luisa Schrott, Jasmin Brunschweiler	Gallery Girls	10.05.2023 – 02.06.2023 (aktiv)	2	monatlich	00:14 – 00:15 Stunden	Spotify: Wir sind zwei Designerinnen aus Berlin die jede Woche eine Kunstausstellung in der Hauptstadt besuchen und in diesem podcast in lockerer Atmosphäre über unsere Eindrücke berichten. Wir freuen uns auf jede kunst- und designinteressierte Person die uns zuhört und die wir inspirieren können.	-	https://open.spotify.com/show/6JsonXUmRnG-BjN3Z70WhHo?si=2595f4401cec4235
67	LVR Industriemuseum Gesenkschmiede Hendrichs Solingen	Wenn der Hammer schlägt. Geschichten von Menschen und Maschinen	30.09.2022 (inaktiv)	5	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:02 – 00:05 Stunden	Webseite: Der Arbeitsalltag in der historischen Gesenkschmiede war voller kleiner und großer, schräger und absurder, tragischer und komischer Geschichten. Der Podcast „Wenn der Hammer schlägt“ erzählt einige davon in fünf Episoden. Kurze Schlaglichter auf Ereignisse und Erlebtes aus der hundert Jahre und vierzehn Tage dauernden Filmgeschichte lassen die Hörerinnen und Hörer in die geschäftige Welt der Fabrik eintauchen und zeigen	4,8 Sterne (4 Bewertungen)	https://industriemuseum.lvr.de/de/die_museen/so-lingen/podcast/inhaltsseite_73.html https://open.spotify.com/show/1mQNY7G3OEo

							die Lebens- und Arbeitswelt der Angestellten aus ihrer Perspektive.		z1wZK7ryMLj?si=73eda1547dd547bc
68	LWL-Freilichtmuseum Detmold	Museumsodcast – Wie wars?	28.09.2020 (inaktiv)	3	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:19 – 00:22 Stunden	-	-	https://www.lwl-freilichtmuseum-detmold.de/de/museum-digital/ https://drive.google.com/drive/folders/1f3izOYH-GRtH4mSvvpDYKnM54z5f7cIbE
69	LWL-Museum für Kunst und Kultur	Foyergespräche	29.04.2020 – 18.07.2022 (inaktiv)	18	unregelmäßig	00:15 – 00:28 Stunden	Webseite: Im Podcast Foyergespräche trifft Inès von Patow, Kunstvermittlerin am Museum, die Kurator*innen des Hauses im Foyer und spricht mit ihnen über alles, was sie und euch gerade bewegt. Einblicke, Ausblicke, Rückblicke locken euch hinter die Kulissen. Wie wir eine Ausstellung vorbereiten, mit welchen historischen oder kunsthistorischen Inhalten wir uns täglich beschäftigen, mit welchen Strategien wir unsere Kunst an die Frau und den Mann bringen möchten, kurz gesagt, was wir im Museum so machen, erfahrt ihr im Podcast.	5,0 Sterne (3 Bewertungen)	https://www.lwl-museum-kunstkultur.de/de/digitales/podcast/foyerspraechen/ https://open.spotify.com/show/7L9IBy-wcjp1jFdr9Q8L8OD?si=3789cb8280944c5e
70	LWL-Museum für Kunst und	Hör mal, Barbarossa	09.11.2022 – 03.01.2023 (inaktiv)	5 plus Trailer	zweiwöchentlich	00:22 – 00:33 Stunden	Webseite: „Wer war Barbarossa? Politiker, Kreuzritter, Friedensstifter und Tyrann – die Facetten des Kaisers sind so vielschichtig wie das Mittelalter selbst. Aus dem kollektiven Gedächtnis ist die historische Figur größtenteils verschwunden. Geblieben sind Legenden	5,0 Sterne (5 Bewertungen)	https://podcast-eins.de/hoermal-barbarossa/ https://open.spotify.com/show/61ViN5dMDaay8

	Kultur / PO- DCAS T EINS						und Heldenvisionen, die die Basis nicht nur für popkulturelle Auseinandersetzung, sondern auch rechtspopulistische Aneignung liefern. Bis in die Gegenwart hinein enthalten beispielsweise Straßennamen, Denkmäler, Restaurantnamen den Namen „Barbarossa“, ebenso wie Lieder, Comics und Spiele. Der Podcast „Hör mal, Barbarossa“ spiegelt exemplarisch, wie sich eine historische Personenwahrnehmung verändert. Die Gesprächspartner:innen im Podcast, Inès von Patow und der Historiker Prof. Dr. Jan Keupp verdeutlichen die vielseitigen Wahrnehmungen Barbarossas über 900 Jahre und sprechen dabei über die Ständeordnung, Globalisierung und Frauen als politische Akteurinnen im Mittelalter.“		81Yt57uLc?si=3fd24ab1454a4b84
71	LWL-Museum für Kunst und Kultur	Menschenherz und Meeresboden sind unergründlich.	08.09.2021 (inaktiv)	6	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:27 – 00:35 Stunden	Webseite: Kennt ihr Zores? Von Mischpöche habt ihr bestimmt schon gehört. Und was ist mit Chuzpe? Macht es euch bequem und geht mit uns auf eine akustische Entdeckungsreise: Die Kunstvermittlerin Inès von Patow und der angehende Rabbiner Levi Israel Ufferfilge besuchen jüdische Menschen und erkunden Orte jüdischen Lebens in Münster. Entstanden ist eine lebendige Mischung aus Reportage und Hörspiel. Inspirierende Geschichten aus Vergangenheit und Gegenwart zeigen die Vielfalt des Judentums in Deutschland.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://lwlkulturstiftung.blog/2021/09/03/menschenherz/ https://open.spotify.com/show/5kZbKBDS9DO TkITlwzvK3x?si=f072451c90f54329

72	LWL-Preußenmuseum Minden	Preußen on air – Initiative Preußen in Westfalen	18.01.2023 (inaktiv)	11	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:11 – 00:24 Stunden	Spotify: Die Podcastreihe des Netzwerks Preußen in Westfalen: Was ist preußisch am Ruhrgebiet? Wo verstecken sich die Preußen im Sauerland oder in Ostwestfalen? Und wie und womit machen die einzelnen Netzwerkpartner darauf aufmerksam? Ausgestattet mit diesen und noch weiteren Fragen schickt das LWL-Preußenmuseum Minden seine Volontär:innen auf die Reise durch das Netzwerk, um die Preußen in Westfalen zu entdecken. Infos zum Netzwerk: https://www.netzwerk-preussen-in-westfalen.de/de	-	https://www.netzwerk-preussen-in-westfalen.de/de/aktuelles/preussen-air/ https://open.spotify.com/show/175M70L7DoGrbuD07trBaT?si=749a8cb18a4343a6
73	Martha Zan/Jörg Rüsewald/Matthias Stier	museumbug. Der lauschige Museumspodcast	15.02.2019 – 01.06.2023 (aktiv)	38 plus Vorstellung	unregelmäßig	00:19 – 01:30 Stunden	Webseite: Im museumbug-Podcast sprechen Martha, Jörg und Matthias über (Berliner) Museen und Ausstellungen, die sie kurz vorher zusammen besucht haben. Analyse und Systematik ist ihnen dabei fremd. Gepflegter Boulevard wird groß geschrieben.	4,4 Sterne (11 Bewertungen)	https://museumbug.net https://open.spotify.com/show/3ZNQnen-pFrJqLKvDfbw8ox?si=ffc5d01f48a44648
74	Max Ernst Museum Brühl des LVR	Max Ernst Museum zum Hören	02.02.2021 (inaktiv)	1	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:26 Stunden	Podigee: Mit Max Beckmann unterwegs. Eine Ausstellung zum Hören – Audiofeature zur Schau „MAX BECKMANN – Day and Dream. Eine Reise von Berlin nach New York“ im Max Ernst Museum Brühl des LVR.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://mem.podigee.io/ https://open.spotify.com/show/63yoXJdapn40YpVa6dwtMd?si=7918d02219124858
75	Mendelssohn	Podcast Alles Felix!	17.10.2022 – 07.06.2023 (aktiv)	5	unregelmäßig	00:28 – 00:35	Webseite: Felix Mendelssohn Bartholdy hat von Leipzig aus die Welt der Musik verändert wie kaum ein anderer und Leipzig zur	-	https://www.mendelssohn-

	Haus Leipzig / Leipziger Volkszeitung					Stunden	Musikweltstadt gemacht. Wir wollen wissen warum. Und deshalb spricht der Kulturchef der Leipziger Volkszeitung Peter Korfmacher mit Menschen, die Felix im Herzen tragen. Alles Felix! Der Podcast von Mendelssohn-Haus Leipzig und Leipziger Volkszeitung, Gefördert durch die Stadt Leipzig		stiftung.de/de/alles-felix-folge3 https://alles-felix.podigee.io https://open.spotify.com/show/2oZPqhal94dhJAD14FOxfO?si=e2a4a7cf90a9484e
76	Moderne Galerie des Saarlandmuseums	Künstler/Paar	17.11.2021 – 18.11.2021 (inaktiv)	4	Veröffentlichung aller Folgen in einem kurzen Zeitraum	00:16 – 00:18 Stunden	Webseite: Er - ein prägender Künstler der Jahrhundertwende. Sie - Modell, Muse und selbst erfolgreiche Malerin. Willkommen bei KÜNSTLER/PAAR – einer Podcast-Serie zu Lovis Corinth und Charlotte Berend-Corinth. Die Corinths waren ein engagiertes Künstlerpaar, das in den Avantgarde-Kreisen um die Jahrhundertwende richtig Furore machte. In vier Folgen spürt der Podcast beiden Persönlichkeiten nach. Wir beschäftigen uns mit Lovis und Charlottes Schaffen und dem so unterschiedlichen künstlerischen Werdegang der Künstlerfamilie Corinth und letztlich der Frage, was es bedeutete, in jener Ära Künstler oder eben Künstlerin zu sein. Kunst aufs Ohr! KÜNSTLER/PAAR ist ein Podcast der Modernen Galerie des Saarlandmuseums zur Doppelausstellungen „Lovis Corinth – Das Leben, ein Fest!“ und „Charlotte Berend-Corinth – Wiederentdeckt!“	4,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://www.kulturbesitz.de/de/museum-digital https://open.spotify.com/show/7bnuTCYxyovDTt28RqsyvW?si=0c5077ffa5eb4f09

77	Moritz	Mu(sst)du se(h)en – Der Museums Podcast	02.05.2022 (inaktiv)	1	unregelmäßig	00:20 Stunden	Spotify: Wir besuchen Museen, reden über unsere Sichtweisen und bewerten diese.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://open.spotify.com/show/4O5CTa-rykt29WweVprRsLA?si=e79330f748d941bd
78	Münchener Stadtmuseum	Podcast des Münchener Stadtmuseums	30.04.2020 – 21.05.2021 (inaktiv)	4	unregelmäßig	00:20 – 00:29 Stunden	Webseite: Kurator*innen des Hauses unterhalten sich mit externen und internen Expert*innen über unterschiedliche Themen der Museumsarbeit. Unter anderem hören Sie Gespräche über die Stadtgeschichte, aktuelle Ausstellungen und gegenwärtige Fragen der Sammlungstätigkeit.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.muenchner-stadt-museum.de/muenchner-stadt-museum/podcast-des-muenchner-stadtmuseums https://open.spotify.com/show/3LTlmyPbp5q8x1EOu2kMkw?si=2670f29d5ae847db
79	Münsterland e.V.	Schlossgeflüster – deine Hörreise in die Schlösser- und Burgenregion	09.01.2023 (inaktiv)	20	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:04 – 00:08 Stunden	Webseite: Du bist urlaubsreif, hast aber momentan keine Zeit zu verreisen? Dich packt das Fernweh, aber deine Reisekasse ist erschöpft? Du brauchst einfach mal fünf Minuten Auszeit vom stressigen Alltag? Oder planst du vielleicht gerade deine Reise ins Münsterland und möchtest dich vorab darauf perfekt vorbereiten? Dann haben wir jetzt genau das richtige für dich: Schick deine Ohren auf Erkundungstour und wirf einen "akustischen Blick" in die prächtigsten Bauwerke des Münsterlands – einfach vom Sofa aus! Reise mit deinen Kopfhörern	-	https://www.muensterland.com/tourismus/themen/erlebnis-region-muensterland/burgen-und-schloesser-im-muensterland/hoerreisen-schloesser-und-burgen/

							zu 20 Schlössern und Burgen der Region und lerne sie von einer ganz neuen Seite kennen: Spannende Hintergrundinfos, packende Geschichten und legendäre Storys – direkt aus erster Hand. Jetzt heißt es: Ohren auf und Schlossgeflüster an...		https://open.spotify.com/show/5aFRb-TAn6hC3hc3c24LeVf?si=8ad86ca1da37434a
80	Museen Schloss Aschach, Bad Bocklet/Aschach	Museen Schloss Aschach	10.01.2021 – 22.10.2021 (inaktiv)	7 plus Trailer	wöchentlich	00:13 – 00:23 Stunden	Webseite: Sie möchten abwechslungsreich, unterhaltsam und kompakt einen Einblick in die Geschichte von Schloss Aschach bekommen? Dann ist unser Podcast Museen Schloss Aschach genau das Richtige für Sie. In der ersten Staffel mit insgesamt sieben Folgen spricht Gastgeberin und Museumsleiterin Josefine Glöckner mit verschiedenen Gästen über die Schlossanlage und ihre ehemaligen Bewohnerinnen und Bewohner. Und wie es sich für eine Einrichtung mit Schulmuseum gehört, taucht auch immer wieder das „Schulfräulein“ auf und macht mit Zusammenfassungen und Fragen ihrem Job alle Ehre. Die Reise führt von der Entwicklung der Schlossanlage über das Leben der gräflichen Familie von Luxburg und ihrer Bediensteten bis hin zum heutigen touristischen Ort mit drei Museen und Restaurant. Den Podcast Museen Schloss Aschach finden Sie auf Spotify , iTunes und überall, wo es Podcasts gibt! Sie haben Anregungen und Wünsche für unseren Podcast? Dann freuen wir uns auf Ihr Feedback via E-Mail an schloss.aschach@bezirk-unterfranken.de .	-	https://www.museen-schloss-aschach.de/de/digital/podcast https://open.spotify.com/show/7f0b3qhkPEI8Tzj5NEk-tuN?si=83ea8505775a4f69

81	Museen Stade	Kunsthhaus Stade. Podcast zu den Ausstellungen	01.05.2020 – 11.04.2022 (inaktiv)	10	unregelmäßig	00:01 – 01:18 Stunden	Spotify: Untergebracht in einem historischen Fachwerkhaus am Alten Hafen werden im Kunsthaus Wechseiausstellungen zur Klassischen Moderne und zeitgenössischen Kunst präsentiert. August Macke, Hannah Höch und Jeanne Mammen und aus der jüngeren Generation Thorsten Brinkmann, Daniel Richter und Tal R sind prominente Vertreter, denen im Kunsthaus deutschlandweit beachtete Ausstellungen gewidmet wurden. Drei bis vier Ausstellungen pro Jahr laden zu spannenden Kunsterlebnissen ein.	-	https://museen-stade-podcast.podigee.io https://open.spotify.com/show/6nEYAhbR1Rc4QS5WvUJrOm?si=e11fe4b5cc594174
82	Museum Barberini / Studio Jot	MONET – Zeiten des Umbruchs	20.06.2023 (aktiv)	1 plus Trailer	-	00:29 Stunden	Webseite: Für viele Menschen ist Claude Monet Inbegriff des Impressionismus: Man denkt an die Seerosen, die flüchtigen Pinselstriche, den über 80-jährigen mit üppigem Bart in seinem Garten in Giverny. Wer aber war der Mensch Claude Monet? Wie verbrachte er seine Jugend? Wie arbeitete er, wie wurde er zu einem künstlerischen Revolutionär, welche Hürden musste er auf seinem Weg überwinden und wieso zählt er heute zu den bedeutendsten Künstlern überhaupt? Diesen Fragen geht seit dem 20. Juni 2023 der sechsteilige Doku-Podcast <u>MONET – Zeiten des Umbruchs</u> auf den Grund. Mit der ehemaligen tagesschau-Sprecherin Linda Zervakis als Host vollzieht der Podcast anhand Interviews mit internationalen Monet-Expertinnen und -Experten das Leben und den künstlerischen Werdegang Claude Monets nach. Einblicke erhalten Hörerinnen und Hörer dabei nicht nur in die Gefühls- und	5,0 Sterne (17 Bewertungen)	https://www.museum-barberini.de/de/media-thek/13496/monet-zeiten-des-umbruchs https://open.spotify.com/show/3ng5EpiiyCF80AcuAL-rhNw?si=6e79398f5c864bd8

							Gedankenwelt des Künstlers sowie seine freundschaftlichen und familiären Netzwerke, sondern auch in die historischen Lebensumstände des 1840 geborenen und 1926 gestorbenen Malers: geprägt durch Aufbruchstimmung und Industrialisierung, Krieg und Exil.		
83	Museum Bensheim	Stadtgeschichten – Der Podcast des Museums Bensheim	22.04.2021 – 02.07.2021 (inaktiv)	10	wöchentlich	00:23 – 00:44 Stunden	Webseite: Ob von grausamen Hinrichtungen auf dem Galgenplatz, dem bedeutendsten Deutschen Schauspielpreis oder von royalen Gärten bis zum weltbekannten Foto zum Kriegsende 1945: Der Podcast des Museums Bensheim sorgt mit seinen "Stadtgeschichten" für einige Überraschungen.	5,0 Sterne (5 Bewertungen)	https://www.stadtkultur-bensheim.de/stadtgeschichten-der-podcast-des-museums-bensheim https://open.spotify.com/show/5u2d1kqBcw2LU4aiz-KDja0?si=48516fedf85f4086
84	Museum Berlin-Karlshorst	Die Kapitulation in Berlin – Karlshorst am 8. Mai 1945	20.12.2021 (inaktiv)	1	unregelmäßig	00:21 Stunden	Spotify: Die Kapitulation der Wehrmacht am 8./9. Mai 1945 in Berlin-Karlshorst in den Erinnerungen von Zeitzeugen	-	https://open.spotify.com/show/3qzwei-uPcooXQY6mBgtiC6?si=f0db749787d84719
85	Museum Berlin Karlshorst / Muirgen	Wer erzählt Geschichte zum Zweiten Weltkrieg –	16.01.2023 (inaktiv)	6	einmalige Veröffentlichung	00:36 – 00:48 Stunden	Spotify: Museum Berlin-Karlshorst – Gespräche mit Expert:innen. Vorbereitung zum Besuch am außerschulischen Lernort. Das Museum Berlin-Karlshorst befindet sich am Ort der Kapitulation vom 8. Mai 1945. Später entstand in dem Gebäude ein sowjetisches Militärmuseum. Heute steht das Haus als	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://open.spotify.com/show/2pLmur-WjD2SWYsDwmc8DPA?si=5b403d781e994ca d

	Gourgues, Arkadi Miller	Museum Berlin Kalrshorst – Gespräche mit Expert*innen			aller Folgen		Bundeseinrichtung im engen Austausch mit Menschen aus der Ukraine, Belarus und Russland und zeigt die Dauerausstellung „Deutschland und die Sowjetunion im Zweiten Weltkrieg“. Zur Vorbereitung des Museumsbesuchs für Lehrkräfte sprechen Muirgen Gourgues und Arkadi Miller mit Historiker:innen und Didaktikexpert:innen.		
86	Museum Brot und Kunst	BREAD CAST. Der Wissenspodcast aus dem Museum Brot und Kunst	31.03.2021 – 17.03.2022 (inaktiv)	14	unregelmäßig	00:16 – 00:27 Stunden	Webseite: Bereits während der coronabedingten Schließung im vergangenen Jahr haben wir über neue Formate nachgedacht, die die Ausstellungen oder zumindest deren Themen dem Publikum auch während des Lockdowns zugänglich machen können. Eine Idee, die dabei entstand ist der „Broadcast“, ein Wissenspodcast aus dem Museum, dessen erste Folgen wir nun in den nächsten Wochen veröffentlichen können. Konzipiert ist „Broadcast“ als Wissenspodcast, der ausgehend von einzelnen Objekten oder Installationen der Ausstellung eine kleine Tour d’Horizon zu den Themenfeldern des Museums unternimmt. Die Direktorin Dr. Isabel Greschat und ihre Mitarbeiterin Dr. Marianne Honold tun dies im Gespräch, zu dem sie Expert*innen der verschiedensten Disziplinen einladen. Den Auftakt macht die Folge „Es war einmal...“ über die Bedeutung von Brot im Märchen. Gemeinsam mit der Märchenforscherin Prof. Sabine Wienker-Piepho wollen wir herausfinden, welche Rolle Brot (oder auch	-	https://museumbrotdkunst.de/blog/broadcast-der-wissenspodcast-aus-dem-museum-brot-und-kunst https://open.spotify.com/show/3S5W9Ob1qE-WUSUPtAXoaAD?si=4e8582b9968741e5

							Getreidebrei) im Märchen zukommt. Die Themenfelder, die sich im neuen „Broadcast“ des Museums Brot und Kunst auf kurzweilige und überraschende Weise „beackern“ lassen sind vielfältig und sollen auch nach der coronabedingten Museumsabstinentz dem Publikum eine orts- und zeitunabhängige Ergänzung zum Besuch bieten. Der Wissenspodcast aus dem Museum Brot und Kunst unternimmt, ausgehend von einzelnen Objekten oder Installationen der Ausstellung, eine kleine Tour d’Horizon zu den Themenfeldern des Museums. Die Direktorin Dr. Isabel Greschat und Dr. Marianne Honold tun dies im Gespräch, zu dem sie Expert*innen der verschiedenen Disziplinen einladen.		
87	Museum Burg Posterstein	LeseZEIT auf Burg Posterstein	19.02.2021 – 31.03.2023 (aktiv)	9	unregelmäßig	00:13 – 00:26 Stunden	<p>Spotify: Unter der Überschrift „LeseZEIT auf Burg Posterstein“ starten wir eine neue Blog- und Podcast-Reihe mit Geschichten aus der Geschichte. Dabei lassen wir historische Persönlichkeiten und Quellen aus der Zeitgeschichte zu Wort kommen.</p> <p>Historische Berichte, Urkunden und Tagebücher bilden die Grundlage der Museumsarbeit genauso wie Briefe, Zeitungsartikel und jedwede Art schriftlicher Überlieferung. Je nach Zeit und Thema entdecken wir dabei immer wieder spannende, persönliche, traurige oder unglaublich skurrile Geschichten, die mehr oder weniger bekannte Persönlichkeiten über sich oder ihre Zeitgenossen erzählen. Nicht immer sind diese Geschichten wahr, nicht</p>	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://blog.burg-posterstein.de/lesezeit/ https://open.spotify.com/show/2xKsjiiT-wdfNtLyxW1Gj9n?si=23be8a71d1ef4882

							immer falsch, aber immer sind sie persönliche Sichtweisen auf die jeweilige Zeitgeschichte und geben uns Aufschluss über Ereignisse oder Denkweisen vergangener Zeiten. Viele dieser Geschichten und Berichte landen höchstens indirekt in einer Ausstellung, einem Buch oder einem wissenschaftlichen Beitrag. So schlummern sie weiter in Archiven, oft vergessen zwischen den Zeilen und weitgehend unsichtbar. Schade – sagen wir und genau hier beginnt unsere „LeseZEIT“. In jeder Folge stellen wir eine Persönlichkeit unserer musealen Arbeit vor, ordnen sie ihrer Epoche zu und lesen Originaltöne aus dem Leben oder über das Wirken der Person vor. So erwecken die vergessen geglaubten Zeilen zu neuem Leben.		
88	Museum der Alltagskultur Schloss Walden buch / Dr. Markus Speidel	Inside Alltag	24.03.2022 – 21.06.2023 (aktiv)	11 plus Trailer	monatlich	00:28 – 00:45 Stunden	Spotify: Arbeiten, Wohnen, Kochen, Glauben, Lieben, ... Alltag prägt uns Menschen und wir prägen ihn. Früher wie heute. Die vielfältige Kultur und Lebensweisen unserer Gesellschaft spiegelt sich in den Sammlungen und Themen des Museums der Alltagskultur. Denn obwohl unser eigener Alltag für uns ganz unspektakulär scheint, unterscheidet sich unser Alltag erheblich von jedem anderen. Und Alltag verändert sich: was früher normal war ist heute außergewöhnlich. Im Podcast reden wir über die großen Themen des Lebens und suchen ihre Spuren im Alltäglichen, Das ist oft charmant, meist überraschend und von Zeit zu Zeit auch frech. Es geht um das Gewöhnliche, in dem wir das Besondere	5,0 Sterne (9 Bewertungen)	https://www.museum-der-alltagskultur.de/museum/podcast-inside-alltag https://open.spotify.com/show/3NneJMJgy4yvfltOLhtU1f?si=5b0b723128b54f70

							suchen. Und immer ist der Ausgangspunkt das Museum der Alltagskultur und seine Ausstellungen. Der Podcast aus dem Museum für Alltagskultur.		
89	Museum der bildenden Künstler Leipzig	MdbK (talk)	23.08.2019 – 05.06.2022 (inaktiv)	31	unregelmäßig	00:13 – 00:59 Stunden	Webseite: Der Podcast MdbK [talk] bietet einen Einblick zu Kunst und Künstler*innen aktueller und vergangener Ausstellungen. Ohren auf, Podcast an: Gemeinsam mit der Journalistin und Autorin Nastassja van der Weiden nehmen wir Sie mit auf eine Reise durch die Weiten der Leipziger Malerei. 220 Werke, 15 Räume, über 100 Jahre Kunst und Geschichte: Fünf Themen, fünf Gespräche, eine Ausstellung: Bilderkosmos Leipzig. 1905–2022. Im Rahmen der Ausstellung Martin Kippenberger. METRO-Net sprach das MdbK mit Wegbegleiter*innen und Unterstützer*innen des Künstlers. Zur Ausstellung LINK IN BIO. Kunst nach den sozialen Medien wurden beteiligten Künstler*innen Fragen zu unserem Leben in der digitalen Sphäre gestellt. Für den 15-teiligen Podcast zur Ausstellung POINT OF NO RETURN. Wende und Umbruch in der ostdeutschen Kunst wurden Interviews mit Künstler*innen wie Doris Ziegler, Annette Schröter oder Hartwig Eberbach geführt. Alle Podcast-Folgen sind kostenfrei verfügbar.	5,0 Sterne (6 Bewertungen)	https://mdbk.de/mdbk-digital/ https://open.spotify.com/show/5S7imkx6CVK2QV9kmpz-hoI?si=31421a53518a4a32
90	Museum der Universität	Schlossgeflüster aus Tübingen	20.09.2021 – 11.04.2023 (aktiv)	6 plus 3 Teaser	unregelmäßig	00:42 – 01:19 Stunden	Spotify: Das Museum Alte Kulturen auf Schloss Hohentübingen ist Teil des MUT und damit der Universität Tübingen. Es ist auch das einzige universitäre Museum mit gleich zwei UNESCO-Weltkulturerbeinträgen.	5,0 Sterne (9 Bewertungen)	https://www.unimuseum.uni-

	Tübingen (MUT) / Alte Kulturen					<p>Neben den ältesten figürlichen Kunstwerken der Menschheit beherbergt es die ältesten Musikinstrumente, Ausgrabungsfunde der Pfahlbauten, das älteste Riesenfass, eine faszinierende Sammlung antiker Keramik und Münzen sowie europaweit einzigartige altägyptische Objekte wie beispielweise die Opferkammer des Seschemnefer III. aus Gizeh, den Sarg des Idi und 5000 Jahre alte Keilschrifttexte der Altorientalistik. Im Rahmen eines Praxisseminars des Masterprofils „Museum und Sammlungen“, bei dem auch Bachelor-Studierende teilnehmen konnten, ist der Podcast „Schlossgeflüster aus Tübingen“ konzipiert worden. Primär geht es uns als studentisches Team darum, die Objekte im Museum den Besuchern näher zu bringen und Diskussionen über deren Kontexte anzuregen. Ausgewählte Expert*innen der jeweiligen Fachbereiche werden zu Gesprächen eingeladen. Die folgenden Themen werden angekündigt und gerne können Fragen aus dem Publikum an die Experten gerichtet werden. Kontaktiert uns gerne über unseren Instagram-Account @schlossgefluesteraustuebingen. Dort halten wir euch auf dem Laufenden und um das auditive mit dem visuellen Medium zu verbinden, gibt es dort, genauso wie auch auf der Website des MUT, jede Menge Bilder der angesprochenen Objekte zu finden. Das Studierendenteam: Jonas Brachmann, Tatjana Dörner, Julia Kailuweit und Paulin Schleich (Ehemalige: Katarina Babic, Anna Búzdogan,</p>		<p>tuebingen.de/de/ausstellungen/online-ausstellungen/schlossgefluester-aus-tuebingen / https://uni-tuebingen.de/uni-versitaet/aktuelles-und-publicationen/podcasts/ https://open.spotify.com/show/6GXfiHS3IbJ9N5wYhDXa7p?si=a992cec2ed4242d4</p>
--	--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

							<p>Franziska Gaibler, Lena Harnisch und Sarah Nigg).</p> <p>Im Rahmen des zweisemestrigen Praxisseminars „Vermittlungsformate mit MUT“ im Masterprofil „Museum und Sammlungen“, unter der Leitung von Prof. Dr. Ernst Seidl, Dr. Michael La Corte und Bettina Zundel M.A., haben Studierende verschiedener Fachrichtungen vielseitige Vermittlungsformate für das Museum der Universität Tübingen erarbeitet. Eines dieser Konzepte ist der Podcast „Schlossgeflüster aus Tübingen“</p>		
91	Museum Europäischer Kulturen	Montags geschlossen – Der Podcast vom Museum europäischer Kulturen	25.03.2021 – 21.02.2022 (inaktiv)	12 plus Trailer	unregelmäßig	00:06 – 00:30 Stunden	<p>Webseite: Der Podcast „Montags geschlossen“ zeigt, dass hinter den Kulissen des MEK viel passiert - auch wenn das Haus für die Besucher*innen geschlossen hat: Künstler*innen kommentieren die aktuellen Themen der <u>Sonderausstellungen</u>, Mitarbeiter*innen berichten von ihren vielfältigen Aufgaben und beweisen, dass die <u>Sammlung des MEK</u> zu jedem Thema ein passendes Objekt zu bieten hat.</p>	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.smb.museum/museen-einrichtungen/museum-europaeischer-kulturen/ueberuns/digitale-angebote/#Podcast https://open.spotify.com/show/4wi9iwys3guN3cBJ6CdCd2?si=8flce39b24e64d03
92	Museum Folkwang	Radio Folkwang	23.07.2020 – 14.03.2023 (aktiv)	29	unregelmäßig	00:22 – 01:22 Stunden	<p>Spotify: Das Team der Bildung und Vermittlung präsentiert mit <i>Radio Folkwang</i> einen Podcast aus dem Museum, der die Neuen Welten in der Sammlung hörbar machen soll. Die Folgen des Podcasts stellen Werke und Künstler*innen der Sammlung vor und sprechen Themen rund um Kunst und</p>	5,0 Sterne (6 Bewertungen)	https://www.museum-folkwang.de/de/radio-folkwang https://open.spotify.com/show/6

							<p>Kunstwissenschaft an, zu denen sich viel erzählen lässt, auch ohne, dass man die Kunstwerke sehen kann. Es geht nicht nur darum Wissen über die Werke zu vermitteln, sondern auch darum, eine persönliche Sichtweise auf das jeweilige Thema einzunehmen. Kunstwissenschaftler*innen, Künstler*innen und Kunstpädagog*innen aus dem Team der Bildung und Vermittlung stellen Hauptwerke des Museum Folkwang und solche vor, die es noch zu entdecken gilt. Im Dialog treten Kurator*innen des Museums oder externe Gäste hinzu. Musik und von Schauspieler*innen gelesene Texte ergänzen die Kunstbetrachtungen.</p>		UT-kML8Qy72iPxUTrp6wsc?si=9a09d41d944942b2
93	Museum Friedland	Museum Friedland – Perspektiven	24.03.2021 - 10.02.2022 (inaktiv)	5	unregelmäßig	00:21 – 00:26 Stunden	<p>Spotify: Abschied – Ankunft – Neubeginn. Das junge Museum Friedland beleuchtet die unterschiedlichen Perspektiven von Migration. Zentraler Bezugspunkt aller Aktivitäten ist das Grenzdurchgangslager Friedland, über das seit 1945 mehr als vier Millionen Menschen nach Deutschland gekommen sind. Als ein lebendiger Ort, an dem Geschichte und Gegenwart, Lokales und Globales aufeinandertreffen, ist das Museum Friedland Lernort, Diskussionsforum, Forschungsstätte und sozialer Treffpunkt zugleich. Der Podcast stellt diese Perspektiven regelmäßig neu vor. Von A wie Ankommen über K wie Kunst bis Z wie Zusammenleben.</p>	4,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.museum-friedland.de/museum/digitales-museum/podcasts/ https://open.spotify.com/show/2m27j6yYZPTyXoAWEeTo3J?si=dc8dda50e6464f4c
94	Museum für	Meg.podcast	29.08.2020 – 14.06.2021 (inaktiv)	24	unregelmäßig	00:04 – 00:16	<p>Webseite: In den Podcast-Folgen hören Sie Geschichten von Erfindern und Erfindungen</p>	-	https://www.energiegeschichte.de/de/m

	Energiegeschichte(n)					Stunden	und von dem Wandel unserer Alltags- und Lebenswelt durch die Nutzung von Energie.		eg-publikationen/meg-podcast.html
95	Museum für Jugendkulturen	Celebrate Youth	17.08.2021 – 08.11.2022 (inaktiv)	28 plus Trailer	monatlich	00:21 – 01:39 Stunden	Spotify: Punk, HipHop, Ultra. Jugendkulturen sind ein pulsierendes Spezifikum spätmoderner Gesellschaften und in ihren vielfältigen, konträr zum Mainstream positionierten, Ausdrucksformen oftmals auch Teil sozialen und politischen Wandels. Gemeinsam ist diesen Kulturen ein rebellischer Impetus, der seine Kraft aus einer konflikthaften und dadurch produktiven Auseinandersetzung mit der sozialen Umwelt zieht. Eine Infragestellung von Sozialisationsinstanzen, moralischen Werten oder politischen Institutionen, ein Nichtmehrpassenwollen, ja ein Nichtmehrpassenkönnen von Lebensführung und Lebensperspektive. Diese Erkenntnis, die nicht das Ergebnis eines zielgerichteten Prozesses sein muss und es in den meisten Fällen wohl auch nicht ist, wird mit einer berausenden Zwangsläufigkeit zum Ausgangspunkt einer rastlosen Suche nach Formen der Aneignung des Lebens als das eigene. Wir wollen verstehen und darstellen, warum sich Jugendliche aus ihren vorstrukturierten Praktiken lösen, wie alternative Habitusformen angenommen werden, was die Kraft einer Jugendkultur ausmacht und wie diese auf die Gesellschaft einwirkt. Einer unserer ersten Schritte auf dem Weg zum Museum ist der Podcast "Celebrate Youth", den du hier findest. Folgen kannst du	4,9 Sterne (15 Bewertungen)	https://jugendkulturmuseum.de/Celebrate-Youth/ https://open.spotify.com/show/4kg0Qv9UCK-gCBaPT-tQdJfi?si=17fc16e978f24fd1

							uns bei <u>Spotify</u> . Wir wollen in unserem Podcast diese Lebendigkeit darstellen, mit unseren Hörer*innen ins Gespräch kommen und weitere Unterstützer*innen für unser Museum finden.		
96	Museum für Kommunikation Frankfurt	Leben X.0 Podcast. Der Erklärpodcast zum Digitalen Wandel	01.07.2019 – 31.01.2020 (inaktiv)	7	monatlich	01:08-01:33 Stunden	Webseite: Der Erklärpodcast zum Digitalen Wandel widmet sich zentralen Begriffen der Digitalisierung: Von A wie Algorithmen bis S wie Social Scoring reicht das Themenspektrum. Der Podcast ist Teil des Dialogprojekts <u>“Leben & Lernen X.0”</u> am Museum für Kommunikation Frankfurt, in dem im Dialog mit der Bürgerschaft Fragen zur Zukunft der Bildung, Arbeit und Demokratie verhandelt werden. Die Themen der Episoden wurden bei einem <u>Call to Action</u> per Online-Voting ermittelt.	-	https://www.lebenx0.de/podcast/ https://open.spotify.com/show/2ivTK788FXRdCy4lv9ck4b?si=15695d14eb6748bf
97	Museum für Kommunikation Nürnberg	Newsdesk. Journalismus und Social Media aus dem Museum für Kommunikation Nürnberg	07.08.2021 – 12.09.2021 (inaktiv)	10	unregelmäßig	00:10 – 00:26 Stunden	Webseite: Welche Rolle spielt Journalismus in unserer Demokratie? Wie viel Macht haben Medien und welche Freiheiten benötigen Journalist:innen? Kann gar von der „Vierten Gewalt“ im Staat gesprochen werden? Diese und andere Fragen beantworten die Studierenden der Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU Eichstätt) im Podcast <i>newsdesk</i> über „Journalismus und Social Media aus dem Museum für Kommunikation Nürnberg“. Neben der veränderten Mediennutzung durch mobile digitale Endgeräte, der Bedeutsamkeit von Pressefreiheit, dem Pressekodex und der Macht von Sprache, werden auch polarisierende Themen wie „Fake News“ und „Whistleblower“ analysiert.	-	https://www.lebenx0.de/newsdesk-podcast-ueber-journalismus-und-social-media/ https://open.spotify.com/show/0nf0Rl6FJrnEpZXRzdziia?si=bc258b0552934323

							Wann kommen Journalist:innen an ihre Grenzen? Was macht guten Journalismus aus? Wo liegen die Unterschiede zwischen Journalismus und PR? Diese und andere Fragen beantworten die Student:innen in insgesamt zehn Folgen gemeinsam mit verschiedenen Expert:innen. Zum Ende jeder Folge werden in einem 60-Sekunden-Rückblick noch einmal die wichtigsten Informationen gebündelt.		
98	Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg	Abgestaubt. Berufe im Museum	2018 (inaktiv)	7	-	00:01 – 00:06 Stunden	Webseite: Sofia Botvinnik, Volontärin von 2016 bis 2018 in der Abteilung Bildung und Vermittlung, blickt hinter die Kulissen: Als „Museumsmensch in Ausbildung“ nimmt sie die Hörer mit auf ihrer Entdeckungstour durch das Museum und in Gespräche mit Mitarbeiter*innen aus unterschiedlichen Abteilungen. Sie schaut einer Restauratorin über die Schulter, begleitet einen Sammlungsverwalter ins Depot, lässt sich von der Registratorin in die Geheimnisse des Leihverkehrs einweihen. Jede Folge widmet sich einer der Grundaufgaben eines Museums (Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln) und zeigt, welche Berufsfelder sich dahinter verbergen.	-	https://www.mkg-hamburg.de/entdecken https://soundcloud.com/mkghamburg/sets/abgestaubt
99	Museum für Kunst und Gewerbe	Bewegte Jahre. Auf den Spuren der Visionäre	2018 (inaktiv)	10	-	00:01 – 00:09 Stunden	Soundcloud: Im Web-Journal "Bewegte Jahre. Auf den Spuren der Visionäre" bereist ein junger Reporter Schauplätze des Jugendstils und trifft bedeutende Akteure. Die Audio-Version des Journals findet ihr hier. Ausgezeichnet mit dem Grimme Online Award 2018.	-	https://soundcloud.com/mkghamburg/sets/bewegte-jahre-auf-den-spuren-der-visionare

	Hamburg								
100	Museum für russlanddeutsche Kulturgeschichte/ Ira Peter, Edwin Warkentin	Steppen kinder – der Aussiedler Podcast	19.11.2020 – 24.06.2023 (aktiv)	39	monatlich	00:12 – 01:17 Stunden	Webseite: Aufgewachsen in einem sozialistischen System, Auswanderung und Neuanfang – solche und viele andere Erfahrungen einen Aussiedler aus postsozialistischen Staaten, die heute in Deutschland leben. Der neue Podcast „Steppen kinder“ will das Spezifische der Russlanddeutschen als eine Gruppe der Aussiedler sichtbar machen. Gleichzeitig geht es den Machern Ira Peter und Edwin Warkentin darum, einer breiten Öffentlichkeit Wissen zu universellen Themen wie Identität, Erinnerungskultur, Migrations- oder Integrationserfahrung zu vermitteln. Dafür sprechen sie mit Interviewgästen aus Wissenschaft, Kultur, Politik und Wirtschaft. Ira Peter ist Medien- und Kulturschaffende, Edwin Warkentin Kulturreferent für Russlanddeutsche. Sie gehören zur „mitgebrachten Generation“ der Russlanddeutschen, die im Kindes- und Jugendalter mit ihren Familien aus der ehemaligen Sowjetunion nach Deutschland einwanderten. Weil beide zudem wie ein Großteil der (Spät-)Aussiedler aus der kasachischen Steppe stammen, nennen sie ihren Podcast „Steppen kinder“. Alle zwei Wochen gibt es eine neue Folge. Der Podcast ist hier sowie über gängige Anbieter wie Spotify und iTunes kostenfrei verfügbar.	4,9 Sterne (188 Bewertungen)	https://www.russlanddeutsche.de/de/kulturreferat/projekte/steppen-kinder-der-aussiedler-podcast.html https://open.spotify.com/show/6x0W9tyKDyZZZIP12MxfC2?si=16c75f49efa24920
101	Museum Ludwig	Ein Tag im	02.11.2020 – 14.03.2021 (inaktiv)	5 plus	unregelmäßig	00:29 – 00:34	Webseite: In dem Podcast entdeckt eine neue Mitarbeiterin des Museums, Paulina Thillmann, in fünf Folgen was hinter den Kulissen	4,7 Sterne (3	https://www.museum-

	/ Paulina Tillmann	Museum Ludwig		Trailer		Stunden	eines großen Museums passiert. Woran kann man zum Beispiel erkennen, ob ein Kunstwerk echt ist, oder nicht? Wie lange dauert es eigentlich, eine Ausstellung zu planen? Und warum sind es oft die gleichen Künstler*innen, die in Museen gezeigt werden? Ein Museum kann manchmal ganz schön einschüchternd wirken. Deswegen stellt Paulina Tillmann ihren Kolleg*innen die Fragen, die man sich normalerweise nicht zu stellen traut. In jeder Podcast-Folge, die immer am zweiten Sonntag des Monats online geht, lädt sie die Hörer*innen ein, die verschiedenen Museumsabteilungen mit ihr zu entdecken.	Bewertungen)	ludwig.de/de/besuch/online-angebote/museum-ludwig-podcast.html https://open.spotify.com/show/4Gpvhw-leqDDS922D5TQ6KJ?si=d2162d7aec86455a
102	Museum Morsbroich / Viola Gräfenstein	From A to B. Von Straßen, Highways und Datenströmen	04.12.2020 – 31.01.2021 (inaktiv)	19	wöchentlich	00:07 – 00:25 Stunden	Webseite: Machen Sie mit uns einen Museumsbesuch, der über ihre Ohren geht! Was ist eine Straße? Wo führt sie hin? Wo ist der Anfang und wo ist das Ende eines Weges? Die Künstlerinnen und Künstler der Ausstellung „From A to B. Von Straßen, Highways und Datenströmen“ stellen sich direkt aus ihrer Heimat digital vor und erzählen, was Straßen und Highways für sie in der heutigen Welt bedeuten und warum sie sich damit künstlerisch beschäftigt haben. Ausstellungskuratorin Heide Häusler und kommissarischer Museumsdirektor Fritz Emslander führen auf einem Rundgang durch die Ausstellung und erläutern Hintergründe zur Auswahl und Entstehung der Werke. Expertinnen und Experten aus der Wissenschaft äußern sich zu aktuellen Themen rund um das Thema Straßenbau, Umwelt und Digitalisierung. Und natürlich	-	https://www.museum-morsbroich.de/2223-spielzeit/spielzeit-aspekte-ausstellungen/from-a-to-b/podcast-from-a-to-b/ https://open.spotify.com/show/64wkXMwZoo8hxQNvmuuEsC?si=7eb8fbc203c64248

							kommen bei uns auch Kinder zu Wort: Die zwölfjährige Jarla und die achtjährige Paulina schauen sich die Ausstellung an und erzählen, warum sie bestimmte Werke gerade für Kinder so spannend finden. Außerdem erklärt die Museumspädagogin Lucia Riemenschnitter, wie Kinder sich Straßen und Spiele bauen können. Wöchentlich an jedem Sonntagmorgen können Sie hier weitere Folgen hören. Hören Sie sich gerne um! Konzept, Moderation und Produktion des Podcasts: Viola Gräfenstein (www.viola-graefenstein.de)		
103	Museum Reinheim	Zu Gast in der Vergangenheit – Neues aus dem Museum Reinheim	12.05.2021 – 16.06.2023 (aktiv)	14	unregelmäßig	00:04 – 00:25 Stunden	Webseite: Zu Gast in der Vergangenheit - Neues aus dem Museum: Unter diesem Motto dürfen die Hörer*innen in verschiedene Aspekte der Museumsarbeit eintauchen. Angefangen mit der Vorstellung von Mitarbeiter*innen und aktuellen Ausstellungen sprechen wir inzwischen oft mit Personen von Außen, die unsere Arbeit im Museum unterstützen und bereichern oder Fachwissen zu Museumsarbeit und Forschung mit uns teilen. Der Podcast wird durchgeführt vom Museum Reinheim, vertreten von Leonie Otters.	-	https://www.museum-reinheim.de/Podcasts https://open.spotify.com/show/5s0OSJMEFT-MdTDwN4RL5eI?si=6c482c64634e4396
104	Museum Schloss Fürstenberg	Alle Taschen im Schrank? ! Der Porzellan Podcast	19.01.2022 – 09.06.2023 (aktiv)	5	unregelmäßig	00:32 – 01:00 Stunden	Spotify: Vor und hinter den Kulissen des Museums Schloss Fürstenberg	-	https://www.fuerstenberg-schloss.com/podcast/ https://open.spotify.com/show/3BZszUo1O-YAF0iE54xBbb

									h?si=7a13e7b1bdfa4fc2
105	Museumsdorf Cloppenburg / Lukas Aufgebauer, Christine Vogel	Vergessene Verbrechen. Historische Kriminalfälle aus dem Oldenburger Land	18.01.2022 – 14.08.2022 (inaktiv)	7 plus Teaser	monatlich	00:38 – 01:03 Stunden	Spotify: "Vergessene Verbrechen" ist ein History True Crime Podcast, den das Museumsdorf in Kooperation mit dem Fach Geschichtswissenschaft an der Uni Vechta macht. Wir erzählen einmal pro Monat die Geschichten von echten Verbrechen aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Sie sind bei uns im Nordwesten, genauer: im Gebiet des ehemaligen Großherzogtums Oldenburg, passiert. Hinter den einzelnen Fällen stehen echte Menschen und ihre Schicksale. Es sind wahre Begebenheiten, die wir eng an den Quellen aus dem Niedersächsischen Landesarchiv Oldenburg nacherzählen.	4,9 Sterne (25 Bewertungen)	https://verbrechen.podcaster.de/ / https://museumsdorf.de/besuch/angebote/digitale-angebote/
106	Museum Sinclair-Haus	Art'n'Viefalt. Der Podcast für Kunst und Natur des Museums Sinclair-Haus	22.09.2021 – 10.03.2023 (aktiv)	12	unregelmäßig	00:22 – 00:32 Stunden	Spotify: Gespräche, Reportagen und Beiträge von und mit Künstler:innen, Wissenschaftler:innen und anderen Menschen, die sich voller Leidenschaft mit Kunst und Natur auseinandersetzen. Lernen Sie Hintergründe und überraschende Sichtweisen aktueller Fragestellungen rund um Klimakrise und Biodiversität sowie den Blick der Künste darauf kennen.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://kunst-und-natur.de/museum-sinclair-haus/programm/podcast https://open.spotify.com/show/54brz6kdPAZZN0AK-dodGja?si=477bfb8cb94c404b
107	Museumsstiftung Post und	VolloMuPo. Volontariat – Museum	25.11.2020 – 17.08.2021 (inaktiv)	12	monatlich	01:05 – 01:49 Stunden	Webseite: Das wissenschaftliche Volontariat ist so etwas wie die "Ausbildung" zum Museumsmenschen. Innerhalb von zwei Jahren erhält man Einblicke in alle Bereiche der Museumsarbeit. Vom Sammeln und Bewahren hin	-	https://www.lebenx0.de/volomupo/ https://open.spotify.com/show/7

	Telekommunikation	– Podcast					zur Museumspädagogik und Verwaltung. Doch wie sieht das genau aus? Was gibt es alles zu tun und welche möglichen Herausforderungen können einen erwarten? Diesen Fragen geht der VoloMuPo nach. Ein Podcast zum Informieren, Vernetzen und Austauschen für Volontär:innen, Interessierte und alle, die mal einen Blick hinter die Kulissen der Museumslandschaft schauen wollen.		IDmyRb18QNkMI96vGu0sR?si=52bdd0de851d4299
108	Museum Starnberger See	Tiefe, See und Subtext. Podcast des Museums Starnberger See	26.03.2021 – 13.06.2023 (aktiv)	46	unregelmäßig	00:01 – 00:36 Stunden	Webseite: Im Podcast des Museums treffen wir Menschen, die mit Ausstellungen, Projekten, Programmen, oder der Geschichte und Kultur der Region in Verbindung stehen. In unregelmäßigen Abständen entstehen so Gespräche zu Hintergründen, Vertiefungen und Ausblicken rund um das Museum Starnberger See.	-	https://www.museum-starnberger-see.de/vermittlung/podcast https://open.spotify.com/show/38SoDmp4VAG9gIm-RHu7hzx?si=430ae7c3cb3f4ea0
109	Museumsverband Sachsen-Anhalt	Museumslauschen	16.04.2021 – 01.08.2021 (inaktiv)	15 plus Trailer und Ankündigung	wöchentlich	00:12 – 00:50 Stunden	Spotify: Wir leben und wir lieben. Wir sammeln Schätze und wir entdecken, wie die Welt funktioniert. Das zeigen die Museen in Sachsen-Anhalt. Sie sind reich und vielfältig. Wir haben sie besucht. Auf welche Geschichten wir dabei gestoßen sind, erzählen wir in diesem Podcast. Lassen Sie sich überraschen und entführen. Viel Spaß beim Lauschen! #museumslauschen ist ein Projekt des Museumsverbandes Sachsen-Anhalt in Kooperation mit den beteiligten Museen und Partnern anlässlich des internationalen Museumstages 2021.	-	https://museumslauschen.podigee.io https://open.spotify.com/show/4sIVI6DzCD1f60TpIUf-nqE?si=3082e193b3ec4de9

110	Museumsverband Sachsen-Anhalt	#Museumslaufen2.0	24.08.2022 – 22.12.2022 (inaktiv)	11	unregelmäßig	00:18 – 00:28 Stunden	Webseite: Wir haben für jede neue Folge eine besondere Person eingeladen, ein Museum zu besuchen und uns bei den Begegnungen vor Ort zuhören zu lassen. Herausgekommen ist eine abwechslungsreiche und einladende Staffel, die fünf Museen aus der Perspektive der Gäste vorstellt.	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.mv-sachsen-anhalt.de/?lang=de&page=extra&id=7 https://open.spotify.com/show/4yJCRVNqA5RFJX51ILFOeb?si=e75a333f511e4bf5
111	Museumsverein des Deutschen Historischen Museums	Geschichte im Gespräch	16.02.2021 – 12.07.2022 (inaktiv)	3	unregelmäßig	00:32 – 00:44 Stunden	Webseite: In loser Folge spricht Ulrich Deppendorf, der Vorsitzende des Museumsvereins, mit Gästen aus Politik und Gesellschaft, mit Expertinnen und Kuratoren über historische Themen und Ereignisse sowie über wichtige Fragen der Gegenwart. Der Podcast knüpft an die Ausstellungen und die Arbeit des Deutschen Historischen Museums (DHM) an und entsteht in Kooperation mit dem DHM. „Natürlich ist eines der wichtigsten Ziele des Vereins, Ankäufe und Projekte für das DHM zu finanzieren. Aber unser Engagement geht darüber hinaus. Gerade seit Beginn der Coronakrise hat sich bestätigt, wie sehr wir das DHM unterstützen können, in dem wir auf die Arbeit des Hauses aufmerksam machen. Mit dem Podcast ‚Geschichte im Gespräch‘ haben wir uns nun für ein Medium entschieden, das ein Publikum weit über die Grenzen Berlins hinaus erreicht“, so Ulrich Deppendorf. Der Podcast ist eine Ergänzung zu den Zeughaus-Gesprächen, die der	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.dhm.de/museumsverein/podcast-geschichte-im-gespraech/ https://open.spotify.com/show/2VjD-WUf0eqCFwQ0eh6TY88?si=91214d7df1df4987

							Museumsverein seit vielen Jahren veranstaltet, um die gesellschaftliche Diskussion über Geschichte und Zeitgeschehen anzuregen. Der Podcast „Geschichte im Gespräch“ verbindet den politischen und den musealen Blick, indem er auf Themen fokussiert, die in den Ausstellungen des DHM angesprochen werden, und neben politischen Gästen Kuratorinnen und Museumsmacher mit in die Gesprächsrunde einlädt.		
112	Museum Utopie und Alltag / KOOPERATIVE BERLIN	Bogensee: Diktaturen im Wald	21.11.2022 – 28.11.2022 (inaktiv)	6 plus Trailer	Veröffentlichung aller Folgen in einem kurzen Zeitraum	00:40 – 00:49 Stunden	Spotify: Ein verlassenes Gelände mitten im Brandenburgischen Wald, im Norden von Berlin, am Bogensee. Wer heute dorthin fährt, kann nur raten, was das für ein Ort ist. Keine Infotafel deutet darauf hin, dass dieses Gelände von zwei deutschen Diktaturen geprägt wurde: Hier baute man den “Waldhof” von Nazipropagandaminister Joseph Goebbels und später eine DDR-Kaderschmiede. In sechs Folgen gehen Markus Dichmann und Gina Enslin auf die Reise durch die Geschichte des Geländes: Welche Rolle spielte dieser Ort für Joseph Goebbels? Was erlebten die Student:innen hier in DDR-Zeiten? Warum liegt Bogensee seit über zwanzig Jahren so verlassen da? Wir sprechen mit Historiker:innen, Zeitzeug:innen und Expert:innen. Dabei wollen wir auch wissen, was aus diesem Ort werden kann und wofür das Gelände am Bogensee heute steht: Für Diktatur, Propaganda und Ideologie? Für Gemeinschaft und Visionen? Für verpasste Chancen und	5,0 Sterne (29 Bewertungen)	https://bogensee.podigee.io/ https://open.spotify.com/show/3QBZqop6gBPRfZLndIud7D?si=6fde00ba271e48b5

							<p>ungenutzte Möglichkeiten? Für Verdrängung und Vergessen?</p> <p>Folge 1: Die Brache</p> <p>Folge 2: Wochenendhäuser</p> <p>Folge 3: Der Neuanfang</p> <p>Folge 4: Aus aller Welt in die DDR</p> <p>Folge 5: Bogensee bröckelt</p> <p>Folge 6: Eine Zukunft für Bogensee?</p> <p>Folgen 1, 2 und 3 erscheinen am 21.11.2022.</p> <p>Folgen 4, 5 und 6 erscheinen am 28.11.2022.</p> <p>Bogensee: Diktaturen im Wald ist eine Podcast-Serie der Kooperative Berlin in Kooperation mit dem Leibniz-Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam und gefördert mit Mitteln der Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur.</p>		
113	Museum Utopie und Alltag / Dokumentationszentrum Alltagskultur in der DDR / Rundfunk Berlin	Liechtenstein in Stalinstadt	28.02.2022 (inaktiv)	5 plus Trailer und Empfehlungen	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:26 – 00:33 Stunden	<p>Spotify: Im neuen Doku-Podcast des Rundfunk Berlin-Brandenburg und des Museum Utopie und Alltag reist der Künstler Friedrich Liechtenstein gemeinsam mit der Fotografin Jennifer Endom zurück in seine Heimat: Stalinstadt, heute Eisenhüttenstadt. Der Podcast erzählt die Geschichte der ersten sozialistischen Stadt Deutschlands und stellt die Fragen jener Zeit, die auch heute nicht an Aktualität verloren haben: Wie wollen wir leben? Welche Macht haben Ideologien? Und was brauchen wir, um glücklich zu sein? Alle fünf Folgen seit dem 28.02.2022 von „Liechtenstein in Stalinstadt“ finden Sie in der <u>ARD Audiothek</u> und überall dort, wo es Podcasts gibt. Ab dem 21. März folgt eine</p>	4,9 Sterne (43 Bewertungen)	https://www.utopeundalltag.de/digital/ https://open.spotify.com/show/1iao2VYrnsDPy-EXmvTt-vfy?si=e099c5b5850544e8

	Brandenburg						wöchentliche Ausstrahlung der Folgen im Radio auf rbbKultur .		
114	Nadine142 2000	Entdecken und Checken – der Museumspodcast	02.06.2023 (aktiv)	1		00:17 Stunden	Spotify: Einblicke in die Welt der Museen. Von einzelnen Personen über aktuelle Ausstellungen bis hin zu kritischen Fragen. Das alles und noch viel mehr besprechen wir hier – in deinem Museumspodcast aus Berlin. Jeden Sonntag um 11:00 Uhr!		https://open.spotify.com/show/500hFjsvfJWwIUjogzvKq5?si=321888796df945e7
115	Naturkunde-museum Berlin / Auf die Ohren GmbH	Beats and Bones	23.08.2020 – 11.06.2023 (aktiv)	54 plus Trai- ler	zwei- wö- chent- lich	00:29 – 00:55 Stunden	Webseite: Was können wir Menschen vom Sexualverhalten der Gorillas und Schimpansen lernen? Warum sind Wespen für unser Wohlbefinden so wichtig? Und warum sagt ein Vogelschiss mehr über unsere Welt als 1.000 Worte? Am Museum für Naturkunde Berlin forschen über 200 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler und suchen die Antworten zu unseren Fragen. 30 Millionen Objekte hat das Museum, darunter das größte ausgestellte Dinosaurierskelett der Welt, Giraffatitan brancai. Hier werden beinahe täglich neue Tierarten entdeckt, Geheimnisse um das Leben in der Tiefsee gelöst und ein Stückchen Welt dokumentiert. Was sonst im Museum hinter verschlossenen Türen passiert, bringen wir mit dem Beats & Bones Podcast ans Licht. Ein Podcast, um die Welt besser zu verstehen, ohne Schnickschnack und gefährliche Zusätze. Host Lukas Klaschinski stellt hier alle Fragen, die ihm einfallen. Warum zum Beispiel hat der Gorilla so einen kleinen Penis? Dieser Podcast wird produziert von	4,9 Sterne (660 Be- wertungen)	https://www.museumfuernaturkunde.berlin/de/museum/fuernaturdigital/beats-bones-der-podcast-aus-dem-museum-fuer-naturkunde-berlin https://open.spotify.com/show/52TXC6Y612nUFD04EwgXSO?si=61cf96154ec14819

							Auf die Ohren. Weitere Informationen zum Podcast und Museum gibt es auf: www.museumfuernaturkunde.berlin/beatsandbones		
116	Naturkunde-museum Berlin / Auf die Ohren GmbH	Süßes oder Saurier: Der Wissenspodcast für Kinder	23.10.2020 – 14.06.2023 (aktiv)	58 plus Trailer	zweiwöchentlich	00:15 – 00:24 Stunden	Webseite: Waren Dinos grün? Wollen Hamster und Meerschweinchen mit uns kuscheln? Und warum dampfen eigentlich Vulkane? Moderatorin Jule und Sparky, von der Berliner Sparkasse, lösen für euch jedes Rätsel. Aber das machen sie nicht allein. Die schlaun Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler vom Museum für Naturkunde Berlin helfen ihnen, eure tollen Fragen zu beantworten und haben so einige kuriose Tiergeschichten zu erzählen. Nur bei uns könnt ihr Fragen stellen zu allem, was krabbelt, stampft, blubbert und fliegt. Süßes oder Saurier. Der Podcast für Kinder von 6 bis 12 Jahren – selbst Erwachsene können hier noch was lernen. ;) Schickt eure Fragen per Sprachnachricht an +49 176 921 362 08	4,7 Sterne (582 Bewertungen)	https://www.museumfuernaturkunde.berlin/de/museum/fuernaturdigital/suesses-oder-saurier-der-wissenspodcast-fuer-kinder#:~:text=Süßes%20oder%20Saurier%20ergänzt%20den,Sparkasse%20unter%20dem%20Motto%20%23WissenSchafft-Durchblick.https://open.spotify.com/show/02uApCyjtiNFsR5xkuZcxh?si=24cce1d79c6b4ca5
117	NS-Dokumentationszentrum München	Münchener Zeitgeschichten	11.06.2021 – 27.12.2021 (inaktiv)	54	unregelmäßig	00:01 – 00:08 Stunden	Webseite: „Münchener Zeitgeschichten“ ist ein partizipatives Audioprojekt von Jugendlichen für Jugendliche, die sich auf die Spuren der NS-Geschichte in München begeben. Es wurde gemeinsam mit Schüler*innen aus Städtischen (Berufs)schulen zu verschiedenen Themen entwickelt. In den ersten 55	4,3 Sterne (3 Bewertungen)	https://www.nsdoku.de/muenchener-zeitgeschichten https://open.spotify.com/show/4

							Episoden setzen sich die Jugendlichen mit den Themen Widerstand im Nationalsozialismus, der ‚Arisierung‘ in München, dem ehemaligen Zwangsarbeiter*innenlager in Neu- aubing, Münchner Bierkellern in den 1920er Jahren, historischen Orten und NS-Architektur sowie Kindheit und Jugend im Nationalsozialismus auseinander. In lebendigen Szenen und Toncollagen wird Geschichte an authentischen Orten der Stadt „hörbar“. Auch Zeitzeug*innen kommen zu Wort. Die einzelnen Hörstücke laden dazu ein, den Spuren der Geschichte zu folgen und sich mit dem Nationalsozialismus zu beschäftigen. Die ersten 55 Episoden entstanden in Zusammenarbeit zwischen dem NS-Dokumentationszentrums München, dem Referat für Bild und Sport der Landeshauptstadt München, der Stiftung Zuhören und dem Bayerischen Rundfunk.		MBvNb-ZUN1ZY0peWI PtIQn?si=3be6e97bd7ba4bed
118	Orts- gruppe Strehla im Kul- turbund Sach- sen e.V.	Ge- schichten aus Strehla – Ein Po- dcast zur Ausstel- lung im Heimat- museum Strehla	29.12.2022 (inaktiv)	6	ein- ma- lige Ver- öf- fentli- chung aller Fol- gen	00:02 – 00:04 Stun- den	Spotify: Die Stadt Strehla blickt auf eine 1.000-jährige Geschichte zurück, von welcher besondere Objekte Zeugnis geben, u.a. das spätmittelalterliche „Trinkstübchen“ im Schloss, die tönernerne Kanzel in der Stadtkirche Strehla, oder das Boot im Museumshof, mit dessen Hilfe sich die Vertreter der sowjetischen und amerikanischen Truppen erstmals am 25. April 1945 bei Strehla trafen. Das Stadtmuseum wurde am 1. Mai 2009 eröffnet, mit viel Engagement aufgebaut und wird seitdem ehrenamtlich betreut. Das Projekt finanziert sich aus Fördermitteln und Spenden. Besonderer Dank gilt der Kulturbundstiftung,	-	https://open.spotify.com/show/0igQGyFm9vhSLbFYIGktot?si=d8be2da4622e4c7c

							dem Land Sachsen sowie dem Landkreis Meißen, der Sparkasse Meißen und der Stadt Strehla. Außerdem sei allen Sponsoren, Unterstützern und Museumsfreunden für die Dauerleihgaben und das uneigennütige Engagement gedankt. Eine Produktion des Kulturbund Strehla bzw. Ortsgruppe Strehla im Kulturbund Sachsen e.V. mit freundlicher Unterstützung des Landkreises Meißen mitfinanziert aus Steuermitteln auf Grundlage des von den Abgeordneten des Sächsischen Landtags beschlossenen Haushalts. Sprecherin: Anja Dietel; Ansprechpartner: Vorstand der Ortsgruppe, vertreten durch die Vorsitzende Anja Dietel; Urheber/Texte: Vereinsmitglieder der Ortsgruppe Strehla; Produktionsjahr: 2022		
119	Pia May und Studierende der Universität Würzburg	Museum, was muss?	28.04.2021 – 06.04.2022 (inaktiv)	24 plus Trailer	unregelmäßig	00:07 – 01:15 Stunden	Spotify: Staubig, veraltet und unnahbar. Das ist das Image vieler Museen, die sich auf der Welt befinden. Doch was steckt hinter den Mauern? Wie arbeiten Menschen im Museum und welche Aufgaben haben sie? Und was hält die neue Generation davon? Das und vieles mehr wird in diesem studentischen Podcast besprochen, erklärt und diskutiert mit eurem Host Pia May, angehende Museologin und Europäische Ethnologin. Denn Museum, was muss? Für Fragen und Anregungen schaut gerne auf unserem Instagram Account vorbei https://www.instagram.com/museum,was.muss/ oder schreibt uns eine E-Mail an museumswasmuss@gmail.com	5,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/4bZhDOI43XoaKcDzgAkSfY

120	Pinakotheken	Think and Talk	24.08.2021 – 10.03.2022 (inaktiv)	7	unregelmäßig	00:20 Stunden	Webseite: Was macht Kunst aus scheinbar längst vergangener Zeit für den heutigen Alltag relevant? Mit THINK & TALK laden die Bayerischen Staatsgemäldesammlungen zur Auseinandersetzung mit den Werken der Alten und Neuen Pinakothek im digitalen Raum ein. Zeitgenössische Perspektiven und aktuelle Fragestellungen werden in Videos, Live-Diskussionen sowie Podcast-Episoden thematisiert und mit dem Publikum diskutiert. In einleitenden Kurzfilmen stellen Kuratorinnen und Kuratoren ihren persönlichen Blick auf ein Werk vor und verweisen auf überraschend aktuelle Bezüge in die Gegenwart und zu aktuellen Themen. Die daran anschließenden einmaligen Online-Diskussionen bieten dem Publikum die Möglichkeit, über diese und andere Sichtweisen zu diskutieren. Zum Abschluss jeder Kunstbetrachtung werden die gewonnenen Eindrücke sowie neue Wahrnehmungen und Gedanken in einer Podcast-Folge reflektiert.	-	https://www.pinakothek.de/thinkandtalk https://open.spotify.com/show/2p5tAhsNiVIiD-Uml-paOf92?si=7b1fc6a51e204ceb
121	Reiss-Engelhorn-Museen Mannheim	Rem Podcast Museum zum Hören	16.07.2020 – 20.06.2023 (aktiv)	33	unregelmäßig	00:07 – 00:44 Stunden	Spotify: In den rem-Podcasts spricht Kulturwissenschaftler Norman Schäfer mit Kuratoren und Experten über Ausstellungen, Sammlungen und Forschungsprojekte der Reiss-Engelhorn-Museen. Dabei werden unterhaltsam und informativ historische Zusammenhänge beleuchtet und exklusive Blicke hinter die Kulissen der Museumsarbeit gewährt. Alle digitalen Angebote unter: digital.rem-mannheim.de www.rem-mannheim.de	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.rem-mannheim.de/digitale-angebote/museum-zum-hoeren/ https://open.spotify.com/show/6lEgG9Aqt1v2jLLnwAKxVE?si

							Impressum: https://www.rem-mann-heim.de/kontakt/impressum/		=1ffdd8ecd7404632
122	Rheinisches Schützenmuseum Neuss / Joseph-Lange-Schützenarchiv	Schützengespräche	22.08.2022 – 22.12.2022 (inaktiv)	3	unregelmäßig	00:15 – 00:27 Stunden	Webseite: Das Rheinische Schützenmuseum bietet nun auch einen Podcast an. Unter dem Titel „Schützengespräche“ werden zukünftig Menschen und Meinungen rund um das Schützenfest und Schützenwesen zu hören sein. Zur Einstimmung in die Schützenfesttage blickt Peter Albrecht auf verschiedene launige und nachdenkliche Gespräche zurück, die er in den vergangenen Jahren geführt hat. Zu hören sind unter anderem Josef Bringmann, Oberst des Neusser Schützenregiments von 1987 bis 2000, Rita Süßmuth, von 1988 bis 1998 Präsidentin des Deutschen Bundestages und seit vielen Jahren Wahl-Neusserin, sowie Hans Schneiders, der sich bei einem Schützenfest unverhofft als Oberleutnant seines Grenadierzuges „Bommelante“ wiederfand und dies in unnachahmlicher Art erzählt.	-	https://rheinisches-schuetzenmuseum.de/neuer-podcast https://open.spotify.com/show/499wd09OQVOhBXEnb0Ly3E?si=a832a134761a426b
123	Schirn Kunsthalle Frankfurt	Schirn Podcast	08.12.2016 – 19.06.2023 (aktiv)	77	unregelmäßig	00:07 – 01:33 Stunden	Spotify: Eine Auseinandersetzung mit der gesamten Vielfalt aus Kunst und Kultur: Von Musik über Film bis hin zu gesellschaftlichen Phänomenen blickt der Podcast der SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT über den Tellerrand der Bildenden Kunst hinaus und eröffnet neue Perspektiven und Zusammenhänge.	4,9 Sterne (21 Bewertungen)	https://www.schirn.de/magazin/podcasts/ https://open.spotify.com/show/4l7y18c747MEoXDyWHloUV?si=b9f5cb3f9a7f444
124	Schloss Friedenstein /	Friedenstein-Funk	13.05.2022 – 14.02.2023 (aktiv)	9	unregelmäßig	00:14 – 00:52	Webseite: Bei uns passen Kunstraub und Ursaurier zusammen, japanische Lackkästchen mit Human Remains. Hier wird Vergangenheit mit Zukunft verwoben und	4,7 Sterne (3	https://friedenstein.eu/en/projekte/friedenstein-funk

	Susanne Finne-Hörr, Claudia Klein und Dagmar Trüpschuch					Stunden	Geschichten über adelige „Von und Zus“ mit einem massiven Digitalisierungsprojekt. Unsere Sammlungen sind vielseitig, die Geschichten unzählige. Bei uns kommen Objekte zu Wort und Ausstellungen zur Sprache. Ein Podcast aus Schloss Friedenstein in Gotha. Für euch. Über frühbarocke Museumstore, Stadt- und Landesgrenzen hinaus, rein in aktuelle Debatten und kluge Köpfe.	Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/1CbDTWcSFe7pce-dwv5V8dB?si=6900cd12d0c24953
125	Sofie und Sophie	Kunstgeschichten abc	08.10.2022 – 02.06.2023 (aktiv)	8 plus Trailer	monatlich	00:14 – 00:54 Stunden	Spotify: schön, dass du da bist! wir sind sofie und sophie, zwei neugierige kunsthistorikerinnen und -vermittlerinnen. in unserem podcast "kunstgeschichten abc" geht's folge für folge um ein schlagwort aus der welt des kunstmuseums. museum. was ist das und was kann das? wer hat's erfunden und wie kommt eine ausstellung zustande? was macht eine restauratorin genau und wozu braucht ein kunstobjekt eine inventarnummer? was hat es mit der sogenannten kunstvermittlung auf sich und was kann ich als besucher*in im museum bewirken? fragen über fragen. lass und das alles gemeinsam beleuchten! mit dem podcast "kunstgeschichten abc" gehen wir gemeinsam mit dir auf entdeckungsreise. fragen, konstruktive kritik und liebeserklärungen sind herzlich willkommen. hinterlass uns eine nachricht oder melde dich via instagram bei uns!	4,6 Sterne (8 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/6CrRX9PApy-QbxWPS-KiAC15?si=ad87f1adf1e74652
126	Staatliche	Antike Hören –	20.12.2022 – 16.02.2023 (inaktiv)	8	unregelmäßig	00:41 – 00:58	Webseite: ANTIKE HÖREN heißt unser Museums-Podcast. Die ersten Folgen des Museums-Podcasts beinhalten Lesungen zur	3,4 Sterne (5	https://www.antike-am-

	Antiken-samm-lungen und Glypto-thek Mün-chen	Muse-ums-Po-dcast				Stun-den	<p>Antike, in denen sich Literatur und Archäologie begegnen. In einem spannenden Dialog zwischen Poesie und Kunstgeschichte blicken die Rezitatorin → Barbara Greese und Kuratorin Dr. Astrid Fendt in dem Podcast aus verschiedenen Perspektiven auf die griechische und römische Antike. Abrufbar ist ANTIKE HÖREN über das kostenlose Portal → Spotify oder indem Sie den RSS-feed https://anchor.fm/s/d48c155c/podcast/rss in die podcast-App Ihrer Wahl eingeben. Viel Spaß beim Hören! Folgende Veröffentlichungstermine sind zunächst in einem engeren Rhythmus, ab Frühjahr 2023 dann monatlich vorgesehen: 21.12.22, Folge 1: Dionysos – göttlich berauscht 23.12.22, Folge 2: Kunst der Liebe frivol, freizügig, poetisch 28.12.22, Folge 3: Tod im Leben – Metamorphose, Totenkult und Jenseitsvorstellungen 30.12.22, Folge 4: In vino veritas – Wein, Wahrheit, Wahn 5.1.23, Folge 5: Die olympischen Götter – ideal und unvollkommen, unsterblich menschlich 19.1.23, Folge 6: Frauenpower – Frau des Hauses und Heldin des Kampfes 2.2.23, Folge 7: Porträt – getreues Abbild oder gekonnte Inszenierung? 16.2.23, Folge 8: Ideale Gestalt – Menschenbilder, Körperkult und nackte Realität 23.3.23, Folge 9: Im Schein der Lampe – Kunstlicht und gelebtes Leben</p>	Bewer-tungen)	koenigsplatz.mwn.de/index.php/de/mediathek/433-podcast/ https://open.spotify.com/show/4Yp-LwZq8834kvQq-pj1nWEM?si=97da257255e84170
--	--	-------------------	--	--	--	----------	--	---------------	--

127	Staatliche Kunsthalle Karlsruhe	Kunstcouch	19.05.2023 – 23.06.2023 (aktiv)	2	monatlich	00:53 – 00:59 Stunden	Webseite: Von Liebe über Leistungsdruck bis hin zu Diskriminierung: Auf der Kunstcouch sprechen Psychotherapeut Umut Özdemir und Autorin Jaqueline Scheiber über Themen, die uns im Alltag bewegen. Ausgehend von den Kunstwerken der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe gehen sie dabei psychologischen und sozialen Herausforderungen auf den Grund, eröffnen neue Perspektiven auf Kunst, die bis heute eine überraschende Aktualität besitzt, und geben hilfreiche Denkanstöße für den Alltag. Der Podcast kann unter anderem auch auf Spotify, Apple Podcasts, Podigee oder deezer abonniert werden.	5,0 Sterne (30 Bewertungen)	https://www.kunsthalle-karlsruhe.de/podcast/kunstcouch/ https://open.spotify.com/show/1g1nK6q5MA-YCAi7dwfimXE?si=5f89d12a94714960
128	Staatliche Kunsthalle Karlsruhe	Kunstgedanken	30.04.2020 – 17.06.2021 (inaktiv)	15	monatlich	00:11 – 00:36 Stunden	Webseite: Im Podcast der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe kommen Menschen aus Kunst, Kultur und Gesellschaft zu Wort um ihre Ideen und Visionen von Museen und Kunst zu teilen. Der Podcast kann auch auf iTunes , Spotify , Podigee , deezer abonniert werden.	-	https://www.kunsthalle-karlsruhe.de/podcast/kunstgedanken/ https://open.spotify.com/show/6zyBjQnLx7FcSCNT2ZsOWx?si=eb12ecc4aa4f4162
129	Staatliche Kunsthalle Karlsruhe	Kunstsnack	01.11.2022 – 13.06.2023 (aktiv)	17 plus Trailer	zweiwöchentlich	00:06 – 00:10 Stunden	Webseite: Im Podcast <i>Kunstsnack</i> werden kurze Facts rund um Werke der Kunsthallen-Sammlung vom Comedian und Kunsthistoriker Jakob Schwerdtfeger leicht bekömmlich serviert. Der Podcast kann auch auf Apple Podcasts , Spotify , Podigee , deezer , Samsung Podcasts abonniert werden.	4,8 Sterne (49 Bewertungen)	https://www.kunsthalle-karlsruhe.de/podcast/kunstsnack/ https://open.spotify.com/show/49QyZHQ0jNIHB

									kLXkWnzft?si=118f8b05916f4952
130	Staatliche Museen zu Berlin / Weltkunst	Spätgotik. Aufbruch in die Neuzeit	19.05.2021 – 09.06.2021 (inaktiv)	4	wöchentlich	00:19 – 00:27 Stunden	Webseite: Die Sonderausstellung „Spätgotik – Aufbruch in die Neuzeit“ in der Berliner Gemäldegalerie widmet sich der Kunst des 15. Jahrhunderts im deutschsprachigen Raum. Im Gespräch mit WELTKUNST-Chefredakteurin Lisa Zeitz und Senior Editor Sebastian Preuss diskutieren die Ausstellungskuratoren die großen Themen und herausragenden Kunstwerke der Übergangszeit vom Mittelalter zur Renaissance. Ein Podcast von WELTKUNST und den Staatlichen Museen zu Berlin.	4,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.smk-b.museum/nachrichten/detail/podcast-zur-ausstellung-spaetgotik-aufbruch-in-die-neuzeit/ https://open.spotify.com/show/69uqYXTMlyE0dCH6sinGq2?si=c1d1db3c5803487b
131	Staatliche Museen zu Berlin	Weitwinkel – Globale Sammlungsperspektiven	13.07.2021 – 09.05.2023 (aktiv)	8	unregelmäßig	00:14 – 00:36 Stunden	Webseite: Im „WEITWINKEL“-Podcast sprechen wir mit Kurator*innen, Depotleiter*innen, Restaurator*innen der Staatlichen Museen zu Berlin sowie mit Künstler*innen, thematischen Expert*innen und Kindern über die vielseitigen Bedeutungen und transkulturellen Geschichten, die sich hinter Objekten verbergen. Was können wir heute von diesen Objekten lernen? Was assoziieren wir damit? Woher stammen die Objekte und welche Geschichten verbergen sich dahinter?	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://www.smk-b.museum/museen-einrichtungen/james-simon-galerie/bildung-vermittlung/weitwinkel-globale-sammlungsperspektiven/ https://open.spotify.com/show/62ARcK5xcpX4WWuYJXG4wo?si=09dd47ad2190417f

132	Staatliches Museum Ägyptischer Kunst im Kunstarreal München	Auf die Ohren!	12.02.2021 – 26.05.2023 (aktiv)	33	monatlich	00:09 – 00:55 Stunden	Webseite: Roxane Bicker und Arnulf Schlüter sprechen im monatlichen Podcast über verschiedene Aspekte der altägyptischen Kultur.	4,9 Sterne (14 Bewertungen)	https://smaek.de/smaek-digital/ https://open.spotify.com/show/5tGPrsILmqUF-KHuFzvFlXo?si=758e68a72d404f19
133	Staatliches Museum Ägyptischer Kunst im Kunstarreal München / Roxane Bicker und Nora Kuch	Mummies and Magic. Altägypten in der Popkultur	25.04.2022 – 13.06.2023 (aktiv)	27	zweiwöchentlich	00:56 – 02:02 Stunden	Spotify: Nora und Roxane haben beide Ägyptologie studiert und sind begeistert von Filmen, Serien und Computerspielen. Sie gehen dem Phänomen Altägypten in der modernen Popkultur nach und stoßen dabei (nicht nur) auf Mumien und Magie...	5,0 Sterne (25 Bewertungen)	https://smaek.de/smaek-digital/ https://open.spotify.com/show/07quoc6h80zT4yEpCLf69Y?si=2a1da6c056684e9c
134	Staatsgalerie Stuttgart	Kunst kommt nicht von können,	09.07.2020 – 28.09.2022 (inaktiv)	11	unregelmäßig	00:12 – 00:21	Spotify: Die Staatsgalerie ist eines der größten Kunstmuseen in Deutschland. Unsere Sammlung umfasst mit Malerei, Skulptur und Graphik vom Mittelalter bis zur Gegenwart	4,0 Sterne (2)	https://www.staatsgalerie.de/besuch/staatsgalerie-digital/kunst-

		sondern von müssen				Stunden	über 700 Jahre Kunst – mit vielen Meisterwerken und einer international herausragenden Sammlung zur Kunst der Moderne. Auf diesem Podcast erhältst du exklusive Hintergrundinfos zu ausgewählten Ausstellungen.	Bewertungen)	und-gesellschaft.html https://open.spotify.com/show/6HCNOFyq78GpIj5JQyeS2l?si=53a298dc77534320
135	Stadtarchiv Aalen / Schwäbische Post / Georg Wendt	Aalen 72: Der Geschichtspodcast des Aalener Stadtarchivs	25.03.2020 – 23.03.2023 (inaktiv)	201	unregelmäßig	00:06 – 01:28 Stunden	Webseite: Monatlich schauen SchwäPo-Chefredakteur Lars Reckermann und Stadtarchivar Dr. Georg Wendt in ihrem neuen Podcast zurück in eine so fremd-vertraute Zeit: Das Jahr 1972! RAF, Willy-Wiederwahl und Olympia(alb)traum: Das Jahr 1972 hatte es in sich. Während die einen im TGV oder in der Concorde von Emanzipation, ewigem Fortschritt und globalem Frieden träumten, ängstigten sich andere vor Bombenterror, Wachstumsgrenzen und Weltuntergangsszenarien. Vielleicht erlebte die Welt im Jahr 1972 den "Höhepunkt der Moderne und zugleich auch ihr vorläufiges Ende" (Niklas Maak, FAS vom 2. Januar 2022). Mehr als Grund genug also, sich dieses Jahr mit der "Aalener Brille" genauer anzuschauen. Ab sofort schauen SchwäPo-Chefredakteur Lars Reckermann und Stadtarchivar Dr. Georg Wendt mit ihrem Podcast "Aalen 72" monatlich 50 Jahre in die Vergangenheit. Grundlage des Gesprächs ist stets ein oder mehrere Artikel aus der Schwäbischen Post aus dem jeweiligen Monat im Jahr 1972. Zuerst laufen die Folgen frei zugänglich auf dem Podcastkanal der	4,9 Sterne (8 Bewertungen)	https://www.aalen.de/aalen-72.174314.25.htm https://open.spotify.com/show/0BKBoeiv-whhvD-gUAojF0lm?si=a0c9c8c62b924bb4

							Schwäbischen Post, eine Woche später dann auch hier beim Podcast des Stadtarchiv Aalen (siehe unten). Zu jeder Folge veröffentlicht das Stadtarchiv selbstverständlich den zugrundeliegenden SchwäPo-Artikel von 1972 in der Bilderleiste unten, damit Sie mit-schmökern können. Viel Vergnügen beim Hören und Zurückerinnern. Wir freuen uns auf Ihr Feedback via georg.wendt@aalen.de !		
136	Stadt-museum Gera / Tabea Hasan	Stadtgeschichte(n) aus dem stadtmuseum gera	14.08.2022 – 15.06.2023 (aktiv)	10	monatlich	00:16 – 00:43 Stunden	Spotify: Der Podcast Stadtgeschichte[n] bietet vielseitige und interessante Themen zur Geschichte unserer Stadt; blickt hin und wieder aber auch über den Tellerrand in die Weltgeschichte hinaus. Tauchen Sie hinein in längst vergangene Zeiten und entdecken Sie spannende, kuriose, manchmal auch seltsame und wunderliche Geschichten.	4,8 Sterne (8 Bewertungen)	https://www.gera.de/tourismus-freizeit-kultur/museen/stadtmuseum/podcast-stadtgeschichten-aus-dem-stadtmuseum-gera https://open.spotify.com/show/5kGwj9n3kpXhna13wtqBw4?si=cb77415a16454128
137	Stadt-museum Oldenburg	Museum findet Stadt	08.07.2022 – 25.05.2023 (aktiv)	10 plus Trailer	monatlich	00:22 – 00:55 Stunden	Webseite: Oldenburg bekommt ein neues Stadtmuseum! Was passiert während der Bauzeit hinter den Kulissen und was bedeutet es für ein Museumsteam ohne Museum dazustehen? Regelmäßig trifft sich Volontär Claudius Mertins mit Museumsmitarbeiter:innen zu einer Kaffeepause und spricht mit ihnen über aktuelle Arbeitsschwerpunkte, Projekte und die Herausforderungen, die	4,8 Sterne (5 Bewertungen)	https://www.museum-findet-stadt.de/podcast/ https://open.spotify.com/show/063Ao818IXSA6639TsraFn?si=c

							damit einhergehen. Außerdem gibt es alle drei Monate noch ein besonderes Extra: In den Stadtgeschichte(n) erzählen unterschiedliche Menschen aus Oldenburg ihre Geschichten und geben Einblick in ihre Perspektiven auf das Leben in Oldenburg. Hören könnt ihr den Podcast auf Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts und hier in unserer Mediathek.		55368b7b37b4541
138	StadtPalais – Museum für Stuttgart /Felix Heidenreich	Der Demokratie Podcast	30.07.2022 (inaktiv)	8	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:39 – 00:58 Stunden	Podigee: Worin genau besteht die Krise der repräsentativen Demokratie? In einer Reihe von acht Gesprächen stellt der Politikwissenschaftler Felix Heidenreich aktuelle Beiträge zur Debatte über den Zustand der Demokratie vor. Zu Wort kommen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus verschiedenen Fachgebieten, aber auch Menschen, die praktische Erfahrung in der Politik gesammelt haben. Die Gesprächsreihe entstand im Rahmen des ersten Manfred-Rommel Stipendiums der Landeshauptstadt Stuttgart. Die acht Gespräche nehmen aufeinander Bezug und beziehen Erfahrungen aus Frankreich und den USA mit ein. Sie wurden vom StadtPalais – Museum für Stuttgart produziert.	4,7 Sterne (3 Bewertungen)	https://www.stadtpalais-stuttgart.de/typ/podcast https://demokratiepodcast.podigee.io https://open.spotify.com/show/32LenKR13YX1GQtnpt-Dimu?si=c004b24713d48a1
139	StadtPalais – Museum für Stuttgart	Stuttgart im Ohr – Der StadtPalais Podcast x LIFT	24.07.2020 – 24.12.2021 (inaktiv)	29	unregelmäßig	00:26 – 01:08 Stunden	Webseite: Die Kreativköpfe und erfahrenen Podcast-Macher*innen Kim Hoss und Steffen Geldner sprechen ab sofort einmal im Monat mit Museumsmacher*innen, Szenemenschen, Kulturschaffenden und Expert*innen über Themen die Stuttgarter*innen mit ihrer Stadt verbinden. Die Themen sind dabei so vielseitig wie die Stadt selbst und reichen von urbaner Stadtkultur, Ausstellungen, Installationen,	4,2 Sterne (6 Bewertungen)	https://www.stadtpalais-stuttgart.de/typ/podcast https://www.stadtpalais-stuttgart.de/festivals/digitales-stadtpalais

							Clubkultur, elektronischer Musik und Graffiti bis zu Nachhaltigkeit, Umwelt und städtebaulichen Utopien. Die Podcastfolgen orientieren sich an aktuellen Ausstellungen und Veranstaltungen des StadtPalais und begleiten sowie erweitern diese inhaltlich. Das StadtPalais möchte mit dem Podcast eine Verbindung zwischen Kulturinstitution und Alltag ermöglichen – ein neuer, einfacher Zugang zur Museumswelt.		https://open.spotify.com/show/6U511RPxsJPYmVB8IsDhjq?si=3a492f771b694f43
140	Stadt-Palais – Museum für Stuttgart	Stuttgart. Podcast der Stadtgeschichte	12.05.2021 – 02.06.2023 (aktiv)	9 plus Trailer	unregelmäßig	00:39 – 01:04 Stunden	Webseite: Es gibt Momente in der Geschichte der Stadt Stuttgart, da lohnt es sich noch einmal genauer hinzusehen – beziehungsweise hinzuhören. Professor Wolfram Pyta, Leiter der Abteilung Neuere Geschichte an der Universität Stuttgart und Dr. Torben Giese, Direktor des StadtPalais – Museum für Stuttgart spüren in „Stuttgart. Podcast der Stadtgeschichte“ in acht Folgen diesen Momenten von der Gegenwart bis zur Vor- und Frühgeschichte nach. Mit Wissenschaftler*innen aus der Region diskutiert das Historiker Duo die Epochen der Stadtgeschichte – scharfsinnig, ungewöhnlich und unterhaltsam.	3,0 Sterne (2 Bewertungen)	https://www.stadtpalais-stuttgart.de/veranstaltungen/stuttgart-podcast-der-stadtgeschichte https://www.stadtpalais-stuttgart.de/media-thek-labels/podcastderstadtgeschichte https://open.spotify.com/show/6OcbuqRKzTAiV-DPehlol3g?si=f6c42f5e6a9e499a

141	Städel Museum Frankfurt	Blinded by Rembrandt	08.10.2021 – 29.10.2021 (inaktiv)	4 plus Trailer	wöchentlich	00:28 – 00:42 Stunden	<p>Webseite: Ein Blind Date mit einem Meisterwerk in vier Folgen: Der Journalist Michel Abdollahi nähert sich in seiner bekannten Gentleman-Manier Rembrandts Gemälde „Die Blendung Simsons“. Und nebenbei bespricht er auch noch einige wichtige Fragen der Menschheit.</p> <p>Im Rahmen der großen Sonderausstellung „<u>Nennt mich Rembrandt! Durchbruch in Amsterdam</u>“ präsentiert das Städel Museum einen neuen Podcast. In vier Folgen nähert sich der Journalist und Moderator Michel Abdollahi einem Hauptwerk der europäischen Kunstgeschichte aus der Sammlung des Städel Museums, dem Gemälde „Die Blendung Simsons“ (1636) von Rembrandt. Der größte niederländische Künstler des 17. Jahrhunderts malte im Jahr 1636 eine alttestamentarische Geschichte auf eine rund zwei mal drei Meter große Leinwand. Heute zählt das Gemälde zu den bewegendsten, schockierendsten und faszinierendsten Werken der Kunst. Warum malte Rembrandt ein solches Bild? Wieso muss man unweigerlich hinschauen, obwohl es eine so brutale Szene ist? Was macht das Gemälde 400 Jahre nach seiner Entstehung heute relevant? Zusammen mit verschiedenen Gesprächspartnerinnen und -partnern etwa aus den Bereichen Kunst, Sport, Unterhaltung und Gesellschaft begibt sich Michel Abdollahi auf die Suche nach Antworten und zu den „blinden Flecken“ dieses Meisterwerks.</p>	4,9 Sterne (188 Bewertungen)	https://www.staedelmuseum.de/de/podcast-rembrandt https://open.spotify.com/show/2FgaJZXzdYs2t2DdVK4Sm?si=dc223b759d604556
-----	-------------------------	----------------------	-----------------------------------	----------------	-------------	-----------------------	--	------------------------------	--

							Daraus entstanden ist der vielstimmige Podcast „Blinded by Rembrandt“, in dem es um nichts weniger als um die großen Themen der Menschheit geht.		
142	Städel Museum Frankfurt	FIN-DING VAN GOGH. Auf der Suche nach dem legendären „Bildnis des Dr. Gachet“ (Deutsche und englische Version)	11.09.2019 (inaktiv)	5 plus Trailer und Werbung für andere Städel-Podcasts	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:31 – 00:47 Stunden	<p>Webseite: Seit drei Jahrzehnten ist das letzte große Porträt von Vincent van Gogh aus den Augen der Öffentlichkeit verschwunden. Die Podcast-Serie FINDING VAN GOGH geht seiner bewegten Geschichte nach, und auch der Frage: Wo ist das Meisterwerk heute?</p> <p>Als das Städel Museum im Oktober 2019 seine Ausstellung <u>MAKING VAN GOGH</u> eröffnete, hingen nicht nur mehr als 120 Kunstwerke an den Wänden, sondern auch ein leerer Bilderrahmen. Er gehörte ursprünglich zum „Bildnis des Dr. Gachet“, Vincent van Goghs letztem großen Porträt. Das Gemälde war einmal ein Herzstück der Städel Sammlung – bis es die Nationalsozialisten 1937 beschlagnahmten und zur „entarteten Kunst“ erklärten. Das „Bildnis des Dr. Gachet“ zeigt van Goghs umstrittenen Nervenarzt, einen Mann in einem Ausdruck voller Weltschmerz und Melancholie. Van Gogh malte das Meisterwerk nur wenige Wochen bevor er sich selbst das Leben nahm. Heute ist das Gemälde nicht nur eine Ikone der Kunstgeschichte, sondern auch des Kunstmarkts. 1990, genau 100 Jahre nach seiner Entstehung, wurde das „Bildnis des Dr. Gachet“ für eine Rekordsumme von 82,5 Millionen Dollar versteigert. „Legt das</p>	5,0 Sterne (396 Bewertungen)	https://www.staedelmuuseum.de/de/podcast-finding-van-gogh https://open.spotify.com/show/756rGoZykB3R09RQYzNi5R?si=4c190f0cd4404af3

							<p>Bild in mein Grab, wenn ich sterbe,“ soll der neue Besitzer damals gesagt haben. Das Zitat ist eine Legende: Das Gemälde ging nicht mit seinem Besitzer unter die Erde. Dennoch ist es seit dieser historischen Auktion aus den Augen der Öffentlichkeit verschwunden. Der fünfteilige Podcast FINDING VAN GOGH – der erste Podcast des Städel Museums – begibt sich auf die Suche nach dem „Bildnis des Dr. Gachet“ und seiner bewegten Geschichte. Journalist Johannes Nichelmann trifft in der Serie auf Zeitzeugen, Experten und Van-Gogh-Begeisterte in Deutschland, Frankreich, London, New York und der Schweiz. Sie erzählen von der Entstehung des Gemäldes, von seiner Geschichte im Nationalsozialismus und geben aus erster Hand Einblicke in die Mechanismen des heutigen Kunstmarkts.</p>		
143	Städel Museum Frankfurt / Byte FM	Städel Mixtape	27.11.2020 – 23.06.2023 (aktiv)	26 plus Trailer und Werbung für andere Städel-Podcasts	monatlich	00:36 – 00:53 Stunden	<p>Webseite: Ein Kunstwerk – ein Soundtrack. Jeden dritten Samstag im Monat, immer um 12.00 Uhr, präsentiert das Webradio ByteFM das Städel Mixtape. Ein Kunstwerk – ein Soundtrack: Das STÄDEL MIXTAPE ist ein Podcast von Städel Museum und ByteFM. Hier verbinden sich die Welten von Kunst und Musik, über Jahrhunderte und Genregrenzen hinweg. Stimmungen, Assoziationen, Motive, Geschichten oder Biografien – die Verbindungen zwischen Kunst und Musik können in alle Richtungen gehen. In jeder Folge des STÄDEL MIXTAPE widmet sich die Musikjournalistin Liz Remter einem Kunstwerk aus der</p>	4,8 Sterne (60 Bewertungen)	https://www.staedelmuseum.de/de/mixtape-podcast https://open.spotify.com/show/3BmD0seYn9zr1np8AdxLmj?si=a000b4eb59fc4be8

							Städel Sammlung und macht es hörbar. Mit einer handverlesenen Musikauswahl von damals bis heute, von Pop über Hip-Hop bis Jazz und Klassik. Das STÄDEL MIXTAPE wird jeden 3. Samstag im Monat von 12.00–13.00 Uhr im linearen Programm des Radiosenders ByteFM gesendet. Eine Woche später ist die Folge dann in leicht veränderter Form als Podcast auf allen gängigen Plattformen und auf dieser Seite zu hören. Der Podcast wird ermöglicht durch die Partnerschaft des Städel Museums mit der Deutschen Bank.		
144	Städtische Galerie Dresden (VERSO gGmbH)	Audio-guide Städtische Galerie Dresden	26.01.2022 – 12.09.2022 (inaktiv)	21	unregelmäßig	00:01 – 00:02 Stunden	Spotify: Rundgang durch die Dauerausstellung in leicht verständlicher Sprache	-	https://open.spotify.com/show/1ayA1y-SAqvO8T9wNFkejVS?si=4851be0659e54c45
145	Städtische Galerie Karlsruhe	Kunstgezwitscher	Kein Datum, (inaktiv)	13	-	-	Webseite: Hören Sie rein in unser Kunstgezwitscher! Als Podcast angelegt stellen Ihnen unsere Kunstvermittler*innen in angeregten Gesprächen ausgewählte Werke unserer Sammlung vor. Lassen Sie sich unterhalten und erfahren Sie mehr darüber, warum das Werk »Winterstille« von Gustav Kampmann die Kunstvermittlerin so berührt oder wen die Personen im »Café Deutschland IV« von Jörg Immendorff darstellen sollen.	-	https://staedtsche-galerie.de/kunstgezwitscher/

146	Städtische Museen Esslingen	Studio Gelbes Haus. Der Podcast der Städtischen Museen Esslingen	10.05.2021 – 16.05.2023 (aktiv)	21 plus Trailer	monatlich	00:22 – 00:54 Stunden	Spotify: Hier sprechen wir einmal im Monat über unsere Museen, aber auch die Geschichte und Kultur Esslingens. Dafür lassen wir verschiedene Gesprächspartner:innen zu Wort kommen, die Expert:innen des aktuellen Episodenthemas sind. Moderation: Christiane Benecke, Kai Engelmann, Hansjörg Albrecht Technik: Joachim Lappel Grafik: Katrin Schlüsener	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://open.spotify.com/show/7D26ph14uh-FEINS-gpnksK2?si=bd620a36c6e04b20
147	Städtische Museen Freiburg	Happy Birthday, Martin Gerbert!	09.08.2021 (inaktiv)	4 plus Trailer	einmalige Veröffentlichung aller Folgen	00:15 – 00:19 Stunden	Spotify: Der Podcast zur Ausstellung „Der Schatz der Mönche“ im Augustinermuseum in Freiburg. Kurator Guido Linke und Tabea Krauß von den Städtischen Museen Freiburg trinken gemeinsam „Tannenzäpfle“, stöbern in der Klosterbibliothek und begeben sich auf die Spuren Martin Gerberts, des Fürstabts von St. Blasien. Alle Infos zur Ausstellung gibt es unter: freiburg.de/schatz-der-moenche Viel Spaß beim Zuhören!	-	https://www.freiburg.de/pb/,Lde/1488087.html https://open.spotify.com/show/2r7MsF06Y6WA3iKCEb0mx4?si=94439fb7b14b4df9
148	Stiftung Berliner Mauer	Grenzerfahrung. 60 Jahre Mauerbau	11.08.2021 – 17.12.2021 (inaktiv)	9 (?) plus Trailer	unregelmäßig	00:27 – 01:18 Stunden	Webseite: Der sechsteilige Podcast "Grenzerfahrung" der Stiftung Berliner Mauer, führt in den August 1961, in das Jahr des Mauerbaus in Berlin. Er berichtet von diesem 13. August und den Hintergründen des Mauerbaus, gibt Einblick in die persönlichen und eindrücklichen Erlebnisse von Zeitzeuginnen und Zeitzeugen, in Flucht- und Ausreisegeschichten und in das Leben im geteilten Berlin. Es geht an die Orte Berlins, an denen die Mauer und ihre Spuren noch heute zu sehen und zu entdecken sind und darum, wie man nach 1989	4,9 Sterne (21 Bewertungen)	https://www.stiftung-berliner-mauer.de/de/stiftung/podcast-grenzerfahrung https://open.spotify.com/show/32iv6I-iAf7KkQQG8rORcha?si=6f0f6e3222e642e2

							mit der Mauer umging. Wie hat sie die Stadt geprägt und verändert?		
149	Stiftung Ettersberg / Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße	Horchpost DDR	16.07.2019 – 13.09.2022 (aktiv)	9	unregelmäßig	00:42 – 01:40 Stunden	Spotify: Ihr hört den Podcast Horchpost DDR aus der Gedenk- und Bildungsstätte Andreasstraße in Erfurt. In der Andreasstraße in Erfurt existierte bis 1989 eine Untersuchungshaftanstalt des Ministeriums für Staatssicherheit, heute befindet sich hier eine Gedenkstätte. Dieser Ort vereint Repression und Revolution, da die Bezirksverwaltung der Staatssicherheit nebenan am 4. Dezember 1989 von couragierten Menschen besetzt wurde. Dieser Podcast soll ein Funkturm der Freiheit sein und will Fragen stellen: Was bedeutet Unterdrückung? Was bedeutet Freiheit? Wie kam das System der DDR bei den Bürger*innen an und wie gingen die einzelnen Menschen damit um? In den kommenden Folgen möchten wir über diese und weitere Themen sprechen und euch an den Erinnerungen verschiedener Zeitzeug*innen teilhaben lassen. Moderatoren: Max Zarnojanczyk und Christian Hermann Projektteam: Magdalena Dokter, Christian Hermann, Maria Kleinschmidt, Steven Lange, Malina Wichert, Danielle Weisheit, Max Zarnojanczyk	5,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://open.spotify.com/show/5FBC5pSqkJQJfAWvt5yf8w?si=b0c57f351cb247ad
150	Stiftung Forum Recht	Justice, Baby!	15.03.2023 – 21.06.2023 (aktiv)	8 plus Trailer	zweiwöchentlich	00:44 – 01:02 Stunden	Webseite: WAS IST GERECHT? Darauf haben Menschen auf der ganzen Welt unterschiedliche Antworten. Unser neuer Podcast nimmt Recht und Gerechtigkeit unter die Lupe! Seit 15. März 2023 spricht die Programmkuratorin der Stiftung Forum Recht Kathrin Schön pro Sendung mit zwei Gästen	5,0 Sterne (13 Bewertungen)	https://stiftung-forum-recht.de/justice-baby-podcast/ https://open.spotify.com/show/1bLSFvpC6bKJu

							aus Gesellschaft, Justiz, Wissenschaft und Kultur. Hört rein und taucht mit ein in neue Blickwinkel, spannende Fakten und Hintergründe zu Gerechtigkeits-Themen wie Strafe, Einheit, Rache oder Frieden. Ab dem 15. März, alle zwei Wochen – hier und überall wo es Podcasts gibt!		clk5YLDpv?si=498f483b7d0c408d
151	Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland	Zeitgeschichte(n) – Der Museumspodcast	26.05.2020 – 26.04.2023 (aktiv)	27	unregelmäßig	00:09 – 00:24 Stunden	Spotify: Geschichte zum Hören - immer und überall! Zeitgeschichte(n) - Der Museumspodcast lässt deutsche Zeitgeschichte anhand herausragender Objekte aus unseren Dauerausstellungen im <u>Haus der Geschichte</u> in Bonn, dem <u>Zeitgeschichtlichen Forum Leipzig</u> , dem <u>Tränenpalast</u> und dem <u>Museum in der Kulturbrauerei</u> in Berlin lebendig und hörbar werden. Es erwarten Sie exklusive Einblicke in die Museumsarbeit und spannende Geschichten.	5,0 Sterne (5 Bewertungen)	https://podcast.hdg.de/zeitgeschichten/index.html https://open.spotify.com/show/03sEedCoyTnytSR0SIId-jWY?si=2ed539d045a9430d
152	Stiftung Kloster Dalheim. LWL-Landesmuseum für Klosterkultur	Hocus, locus, jocus. Der Podcast über Latein und seine Geschichte	10.11.2021 – 09.03.2023 (aktiv)	6	unregelmäßig	00:14 – 00:15 Stunden	Webseite: Totgesagte leben länger! Im Rahmen der großen Sonderausstellung „Latein. Tot oder lebendig!“ (13.05.2022 bis 08.01.2023) gibt’s was auf die Ohren: Der neue Podcast <i>Hocus, locus, jocus</i> berichtet über redegewandte Lateinmörder, waschechte „Latin Lovers“ und spinnende Römer. In 15-minütigen Folgen macht sich der langjährige WDR-Journalist Lars Faulenbach auf die Spuren des Lateinischen in der Gegenwart. Dabei erklärt er, warum Latein hilft, sich in Westfalen zurechtzufinden, auf falsche Juristen nicht reinzufallen und die klassische Kunst des Liebens zu erlernen.	4,8 Sterne (18 Bewertungen)	https://www.stiftung-kloster-dalheim.lwl.org/de/kloster-dalheim-digital/podcast-hocus-locus-jocus/ https://open.spotify.com/show/21xN2OT04aa-nety5hj8AT6?si=d635c19668b24a22

153	Stiftung Planetarium Berlin	Abgespaced. Der Weltraum von A bis Z (Kinderpodcast)	18.11.2021 – 15.03.2022 (inaktiv)	9	zweiwöchentlich	00:22 – 00:32 Stunden	<p>Webseite: Wie schwer ist der Mond? Wo endet ein Schwarzes Loch? Wie schnell fliegt ein Satellit? Kann die Sonne explodieren und wie klingt Saturn? Diese und viele weitere Fragen klären Kinderreporter*innen im Podcast »Abgespaced – Der Weltraum von A bis Z«. In jeder Folge reist das Podcast-Team rund um Moderatorin Kristin Linde und studiodrei in alphabetischer Reihenfolge von einem Buchstaben zum nächsten und beleuchtet gemeinsam alle Themen von A wie Astronaut*in bis Z wie Zwergplanet. Mit dabei sind viele neugierige Kinderreporter*innen, die die spannendsten Antworten rund um das Universum sammeln. Die komplette erste Staffel ist online – überall, wo es Podcasts gibt und auf dem <u>YouTube-Kanal der Stiftung Planetarium Berlin</u>! Ihr habt Fragen, möchtet als Kinderreporter*in in unserem Podcast dabei sein oder uns einen Weltraumwitz erzählen? Dann schreibt uns eine E-Mail an <u>podcast@planetarium.berlin</u>. Wir freuen uns auf Eure Nachricht! »Abgespaced – Der Weltraum von A bis Z« wurde mit dem Pädagogischen Medienpreis 2022 ausgezeichnet und war von dem renommierten Grimme-Institut für den Grimme Online Award 2022 in der Kategorie »Wissen und Bildung« und für den Publikumspreis nominiert. Reinhören, durchs All reisen und lernen – es lohnt sich!</p>	4,8 Sterne (84 Bewertungen)	https://www.planetarium.berlin/kinderpodcast-abgespaced-der-weltraum-von-bis-z https://open.spotify.com/show/01DWe1hPXcYP9F2CtJJGEz?si=f7130af30ea54391
154	Stoberkreis der	Kunstpause – Der	15.03.2021 – 21.06.2023 (aktiv)	31	monatlich	00:16 – 00:40	<p>Webseite: In jeder Folge sprechen wir mit einem Gast über ein Werk aus der Sammlung der Nationalgalerie, das dieser selbst</p>	4,4 Sterne (7	https://freunde-der-

	Freunde der Nationalgalerie	Stoberkreis-Podcast				Stunden	auswählt. Ausgehend von dem jeweiligen Werk entwickeln sich in den 20- bis 30-minütigen Folgen spannende Gespräche über die Kunst und vieles mehr. Hosts: Felix von Boehm und Charlotte Paulus (Folge 1 bis 25 Felix von Boehm und Michael Krieger) Schnitt: Olga Siemons Redaktion: Charlotte Paulus, Victoria Wettmarshausen, Evelyn Haack	Bewertungen)	nationalgalerie.de/mitgliedschaft/junioren/kunstpause/ https://open.spotify.com/show/5oArZ-lqJnYQ9eIL15UBnU1?si=2fea88e3457f486f
155	Tourismus- und Veranstaltungsbetrieb der Stadt Kronach	Einfach-Kunst.	11.05.2020 – 08.06.2023 (aktiv)	36	unregelmäßig	00:14 – 00:55 Stunden	Spotify: Museologe Alexander Süß präsentiert Ihnen einen Podcast mit spannenden Themen Rund um die Fränkische Galerie.	-	https://open.spotify.com/show/3CeED-NPWs0heSQDTVPh-TkZ?si=3479268b98a34822
156	Ulrike Kretzmer	Exponiert – Der Museums-podcast aus Berlin	11.07.2015 – 29.12.2018 (inaktiv)	13 plus Trailer	unregelmäßig	00:55 – 03:28 Stunden	Webseite: Zusammen mit einem Gast besuche ich in jeder Folge ein Museum oder eine Ausstellung in Berlin. Die Aufnahme findet vor Ort statt und ihr seid ohrnah dabei.	-	https://www.exponiert.berlin https://wissenschaftspodcasts.de/blog/ulrike-kretzmer-exponiert-der-museumspodcast-aus-berlin/
157	Verband der	Restauratoren O-Ton	05.10.2020 – 09.05.2023 (aktiv)	21 plus	unregelmäßig	00:05 – 01:04	Spotify: In diesem Podcast sind wir zu Gast bei Restaurator:innen und ihren spannenden Projekten. Der Restauratoren-O-Ton wird	4,9 Sterne (9)	https://www.restauratoren.de/podcast-

	Restauratoren e.V.			Trailer		Stunden	vom Verband der Restauratoren e.V. produziert und lässt Fachleute aus der Welt der Restaurierung und Konservierung zu Wort kommen. Worüber sie erzählen können, wird alle diejenigen interessieren, die gerne hinter die Kulissen schauen.	Bewertungen)	restauratoren-oton/ https://open.spotify.com/show/3YwhqQCFybECS-CAIFm9XT4?si=773a8129c0e8429b
158	WupperOne929 UrbanArt e.V. / Christoph Schönbach / Jörg Degenkolb-Degerli	Urbaner Kunst-raum Wuppertal	12.05.2023 – 22.06.2023 (aktiv)	3	unregelmäßig	00:31 – 00:46 Stunden	Spotify: Die Stadt Wuppertal bekommt ein StreetArt-Museum – open air und out door, an großen Hausfassaden und von internationalen Künstlern gestaltet! Das Konzept für den Urbanen KunstRaum Wuppertal stammt von Valentina Manojlov, mit dem Ziel in den Jahren 2023 bis 2025 insgesamt 24 Murals mit lokalem Bezug entlang der Talachse entstehen zu lassen. Begleitet wird dieser Prozess von Podcast Aufzeichnungen, die in kleinen Gesprächswerkstätten entstehen. Um die Wuppertaler Stadtgesellschaft in ihrer Vielfalt mitzunehmen und insbesondere Menschen, die sonst in Kunstprojekten nicht unbedingt mitgenommen werden. Das UKW wird gefördert vom Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Digitalisierung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Bezirksregierung Düsseldorf. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung. Concept by www.street-a-tag.de / Hosted by WupperOne929 UrbanArt e.V.	-	https://www.urbaner-kunstraum.de/podcast/ https://www.urbaner-kunstraum.de/podcast/ https://open.spotify.com/show/45z52Ujnx-stck0KPnVJncB?si=ad59606927494e04

159	Zentrum für verfolgte Künste	Entdeckt! Podcast des Zentrums für verfolgte Künste	23.03.2020 – 17.08.2021 (inaktiv)	31	unregelmäßig	00:05 – 00:52 Stunden	Spotify: Das Zentrum für verfolgte Künste ist ein Entdeckungsmuseum und widmet sich ausschließlich Künstler:innen deren Entfaltungsmöglichkeiten und Kunstwerke durch die Diktaturen des letzten Jahrhunderts und bis in die Gegenwart hinein blockiert, verhindert oder vernichtet wurden. In unserem Podcast erzählen wir von verschollenen, verlorenen, kaum berücksichtigten Kunstwerken, Geschichten und Schicksalen und aktuellen gesellschaftlichen Themen. Dabei könnt ihr Künstler:innen und deren Werke, wie Mascha Kaléko, Carl Rabus oder Felix Nussbaum entdecken, aber auch etwas über Comics im Dritten Reich, politische Karikaturen oder die amerikanische Fotografin Lee Miller erfahren. Vorgestellt werden die Podcasts von unserem Team, wie dem Museumsdirektor Jürgen Kaumkötter oder der Kuratorin des Hauses Birte Fritsch, aber auch von der Schauspielerin und Sprecherin Claudia Gahrke und anderen Gästen.	5,0 Sterne (2 Bewertungen)	http://old.verfolgte-kuenste.com/project/podcast-aus-der-isolation/ https://verfolgte-kuenste.com https://open.spotify.com/show/4VnlqYhItw3MJeZu7c7YSN?si=1660f8e317044415
160	Zeppelin Museum Friedrichshafen	ZM talks	06.05.2020 – 26.04.2023 (aktiv)	24	unregelmäßig	00:32 – 00:59 Stunden	Spotify: ZM talks – der Podcast des Zeppelin Museums Friedrichshafen. In unregelmäßigem Rhythmus bitten wir zum Gespräch: ob über die Zukunft der Museumslandschaft, die Ausstellungen des Hauses, persönliche Werdegänge oder etwas ganz anderes.	5,0 Sterne (4 Bewertungen)	https://www.zeppelin-museum.de/de/digitales/podcasts https://open.spotify.com/show/70if8bfjOh1ZaK28DGabnu?si=646fde28ed6745df

161	#museumscast	#museumscast. ange-staubt war gestern	02.10.2018 – 23.02.2022 (inaktiv)	10	unregelmäßig	00:29 – 01:20 Stunden	Spotify: Der Podcast aus und für Museen in denen Museumsdirektoren, Kuratoren und wissenschaftliche Mitarbeiter zur Wort kommen und Einblicke hinter die Kulissen ihrer Arbeit geben. Ein Kanal zum Austausch unter Fachleuten und Kulturinteressierte. Weitere Informationen unter https://museumscast.com	5,0 Sterne (1 Bewertung)	https://museumscast.com https://open.spotify.com/show/5p1nhqKu5rWl67H1n5H7Cs?si=da7d6d9777d84c44
-----	--------------	---------------------------------------	-----------------------------------	----	--------------	-----------------------	--	--------------------------	--

Tabelle Nr. 2: Anzahl und prozentuale Verteilung aller Museen (n=6.854) nach Museumsarten

und nach der Verteilung der Museums-Podcasts (n=161)

Museumsart	Anteil der Museen	Anteil der Podcasts
Archäologien und Historie	7,8% (532)	13% (21)
Kulturgeschichte	15% (1.030)	14,9% (24)
Kunst	10,8% (739)	29,8% (48)
Naturkunde	4,4% (301)	1,9% (3)
Naturwissenschaften und Technik	12,9% (883)	5,6% (9)
Orts- und Regionalgeschichte / Europäische Ethnologie	43,5% (2.981)	13,7% (22)
Schloss- und Burgmuseen	4,2% (290)	3,7% (6)
Sammelmuseen und Museumskomplexe	1,4% (98)	6,8% (11)
Außermuseale Institutionen / Personen	-	10,6% (17)

Tabelle Nr. 3: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Start der Veröffentlichung (n=161)

Beginn der Veröffentlichung (Jahr)	Anteil der Podcasts
2015	0,6% (1)
2016	0,6% (1)
2017	0,6% (1)
2018	3,7% (6)
2019	3,7% (6)
2020	23% (37)
2021	32,9% (53)
2022	23,6% (38)
2023	8,7% (14)
Keine Angabe	2,5% (4)

Tabelle Nr. 4: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach derzeitiger (In-)Aktivität (n=161)

(In-)Aktivität	Anteil der Podcasts
aktiv	40,4% (65)
inaktiv	59,6% (96)

Tabelle Nr. 5: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach bisheriger Laufzeit (n=161)

Laufzeit	Anteil der Podcasts
unter 1 Jahr	57,1% (92)
1-2 Jahre	15,5% (25)
2-3 Jahre	17,4% (28)
3-4 Jahre	4,3% (7)
4-5 Jahre	1,9% (3)
5-6 Jahre	0,6% (1)
6-7 Jahre	0,6% (1)
Keine Angabe	2,5% (4)

Tabelle Nr. 6: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Existenz eines Trailers o. Ä. (n=161)

Existenz Trailer/ andere Form von Sonder-Folge	Anteil der Podcasts
ja	32,9% (53)
nein	67,1 (108)

Tabelle Nr. 7: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach bisheriger Zahl veröffentlichter Folgen (n=161)

Folgenzahl	Anteil der Podcasts
1 – 10	57,1% (92)
11 – 20	21,7% (35)
21 – 30	9,3% (15)
31 – 40	5% (8)
41 – 50	1,9% (3)
51 – 100	2,5% (4)
101 – 150	1,2% (2)
151 – 200	0,6% (1)
201 – 250	0,6% (1)

Tabelle Nr. 8: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Publikationsrhythmus (n=161)

Publikationsrhythmus	Anteil der Podcasts
Wöchentlich	10,6% (17)
Zweiwöchentlich	6,2% (10)
Monatlich	16,1% (26)
Zweimonatlich	0,6% (1)
Einmalige Veröffentlichung aller Folgen	10,6% (17)
Veröffentlichung aller Folgen in einem kurzen Zeitraum	1,9% (3)
Unregelmäßiger Rhythmus	49,1% (79)
Keine Angabe	5% (8)

Tabelle Nr. 9: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach vorherrschender Folgenlänge (n=161)

Folgenlänge	Anteil der Podcasts
00:00 – 00:30 Stunden	46% (74)
00:31 – 01:00 Stunden	26,1% (42)
01:01 – 01:30 Stunden	1,9% (3)
01:31 – 02:00 Stunden	0,6% (1)
Unregelmäßige Länge	24,8% (40)
Keine Angabe	0,6% (1)

Tabelle Nr. 10: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Sterne-Bewertungs-Durchschnitt bei Spotify (n=161)

Bewertung in Sternen bei Spotify	Anteil der Podcasts
1,0 – 2 Sterne	0
2,1 – 3 Sterne	0,6% (1)
3,1 – 4 Sterne	5,6% (9)
4,1 – 5 Sterne	67,1% (108)
Keine Angabe/Bewertung	26,7% (43)

Tabelle Nr. 11: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Anzahl der Bewertungen bei Spotify (n=161)

Anzahl der Spotify-Bewertungen	Anteil der Podcasts
1 – 10	54% (87)
11 – 20	6,2% (10)
21 – 30	5% (8)
31 – 40	1,2% (2)
41 – 50	1,2% (2)
51 – 100	1,2% (2)
101 – 200	1,2% (2)
201 – 300	0,6% (1)
301 – 400	0,6% (1)
401 – 500	0
501 – 600	0,6% (1)
601 – 700	0,6% (1)
701 – 800	0
801 – 900	0,6% (1)

Tabelle Nr. 12: Anzahl und prozentuale Verteilung der Museums-Podcasts nach Museums-Podcast-Typen (n=161)

Museums-Podcast-Typ	Anteil der Podcasts
Podcast über Museen	9,3% (15)
Ausstellungs-Podcast	34,2 (55)
Dokumentarischer Storytelling-Podcast	8,7% (14)
Hinter-den-Kulissen-Podcast	11,2% (18)
(Expert*innen-)Interview-Podcast	22,4% (36)
Themen-Podcast	14,3% (23)

Hiermit versichere ich **an Eides Statt**, dass ich diese Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Die Stellen meiner Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken und Quellen, einschließlich der Quellen aus dem Internet, entnommen sind, habe ich in jedem Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht. Dasselbe gilt sinngemäß für Tabellen, Karten und Abbildungen.

Diese Arbeit habe ich in gleicher oder ähnlicher Form oder auszugsweise nicht im Rahmen einer anderen Prüfung eingereicht.

Köln, 31.07.2023 Unterschrift:  _____