

Emotionsverstärker aus Tennenbronn



Das Auto- und Uhrenmuseum ErfinderZeiten hat jetzt einen „Emotionsverstärker“: Museumsleiter Harald Burger und Matthias Schneider von der Tennenbronner Firma Schneider haben das „blukii info“-Projekt am Donnerstag vorgestellt. „Mit der neuen Technologie können wir zu ausgewählten Ausstellungsstücken digitale Inhalte verfügbar machen“, erläutert Burger.

Wie geht's? Im Internet sind zahllose Filme, Tondokumente und Bilder zu finden, die sich jeder per Smartphone oder Tablet runter laden und anschauen kann. An etwa 20 Objekten im Museum befinden sich besondere Aufsteller, an denen ein kleines Kästchen angebracht ist, ein blukii beacon. „Dieser ‚Leuchtturm‘ sendet eine ID-Nummer an das Smartphone, wenn dieses die blukii-App gespeichert hat“, erläutert Schneider. Über WLAN findet das Smartphone dann automatisch den dazu gehörigen Film oder Informationstext im Netz. „Es ist wie ein elektronischer Flyer.“

Digitalsparte von Schneider

Seit 2010 arbeitet eine Tochterfirma des Schreibgeräteherstellers Schneider an der blukii-Technologie. Vor gut vier Jahren begann die Zusammenarbeit mit dem Schramberger Museum für dieses Pilotprojekt. „Wir haben seither viele Erfahrungsschleifen mitgemacht“, erinnert sich Schneider. „Es ist erstaunlich, auf wie viele Hürden man da stößt.“

Eine Hürde ließ sich mit Hilfe von Schneider überwinden: Das gesamte Museum ist mit WLAN ausgestattet.



Mit dem blukii im Museum (von links): Bärbel von Zeppelin (ehrenamtliche Mitarbeiterin), Lennart Fleig, Matthias Schneider (beide Firma Schneider) Museumsleiter Harald Burger und Aylene Liedtke (Stadt Schramberg).

Foto: him

Andere Dinge lernten die Museumsleute aus Erfahrung. Ehrenamtliche Mitarbeiter um Bärbel von Zeppelin und Hartmut Link begaben sich auf die Suche nach passenden Inhalten im Internet. Bei ersten Tests stellte sich heraus, dass viele Filme viel zu lang waren für die Nutzer. Extrembeispiel: Ein 40-Minuten-Film über die Nachkriegszeit. Das wollte keiner anschauen. „Ein bis maximal zwei Minuten lang sind die ausgewählten Filme heute“, berichtet Lennart Fleig, der für die Firma Schneider das Projekt im Museum mit entwickelt hat und betreut.

Infos auch auf englisch und französisch

Die Erklärungen zu den Museumsstücken können ausländische Besucher sich auf englisch oder französisch aufs Smartphone holen. „Wer ein französisches Smartphone hat, bekommt die Infos und Filme automatisch auf französisch“, weiß von Zeppelin. Dass sich sein Museum an dieses neue Verfahren gewagt hat, sei eigentlich klar, so Burger: „Wir sind ein Technikmuseum auf Blut, Schweiß und Tränen aufgebaut.“ Da gehöre es dazu, selbst wieder etwas Neues auszuprobieren.

Ideal fürs Stadtmarketing

Schneider schweben noch viele andere Möglichkeiten vor: Wenn die Leute durch die Stadt schlendern, könnte sich die blukii-App melden und über eine Sehenswürdigkeit, an der man gerade vorbei kommt, informieren. Oder Geschäfte bieten Sonderangebote an. „Oder die Speisekarte taucht auf Ihrem Handy auf, wenn Sie in ein Lokal gehen.“ Noch ist das Zukunftsmusik, auch weil nicht überall freies WLAN verfügbar ist, aber für das Stadtmarketing sicher eine pfiffige Idee, findet Aylene Liedtke, seit kurzem für Tourismus und Stadtmarketing im Schramberger Rathaus verantwortlich.



Matthias Schneider (rechts) zeigt dem Journalisten Johannes Fritsche, wie blukii funktioniert. Der blukii-Beacon befindet sich auf der Rückseite der Infotafel. Foto: him

In Tennenbronn entwickelt sich der neue Geschäftsbereich „zur Digitalsparte von Schneider“, berichtet Matthias Schneider. Er freut sich, dass in Schramberg auch das Junghans-Terrassenbau-Museum auf die neue blukii-Technik setzt. Weitere Projekte in Karlsruhe stehen grade an: Unter anderem ein blukii-Spaziergang zum Thema Bauhaus-Architektur.

Info: Wer kein Smartphone besitzt oder sich die App nicht auf sein Gerät laden möchte, kann im Museum, auch ein Tablet ausleihen. Über die blukii-Technik mehr unter blukii.com.