

Digitales Museum

Sonja Thäder*

Das digitale Jüdische Museum Frankfurt

<https://doi.org/10.1515/iwp-2021-2192>

Neu, offen, barrierearm – das sind die Anforderungen, die an ein modernes Museum gestellt werden. Mit „neu“ muss aber nicht einmal ein neues Gebäude gemeint sein, sondern es reichen neue Blicke auf die eigene Sammlung, die sich an den zeitgenössischen gesellschaftlichen Fragen orientieren. Neue Ideen und Ansätze in den Ausstellungen und Vermittlungsformaten. „Offen“ – hier stößt jede Institution erst mal automatisch an ihre Grenzen, nämlich ihre Öffnungszeiten. Aber es geht nicht nur um offene physische Räume sondern auch um Denkräume, in denen partizi-

pative Teilhabe zugelassen wird und die Museen offen für interdisziplinäre Zugänge sind. „Barrierearm“ – eines der dringendsten und gleichzeitig herausforderndsten Themen in der Museumswelt. Kann ein explorativ angelegtes Gebäude gleichzeitig auch barrierearm sein? Wie können Ästhetik, Sprache und Gesellschaftskritik anspruchsvoll und dennoch sowohl physisch, digital als auch kognitiv für ein diverses Publikum zugänglich gemacht werden?

Das Jüdische Museum Frankfurt (JMF) setzt sich zum Ziel, im Rahmen der äußerlichen Erneuerung durch den Anbau und die neue Dauerausstellung, alle drei genannten Aspekte in seinen physischen und digitalen Auftritt zu integrieren. Dieses hat wiederum zur Folge, dass in Zukunft Ausstellungen, Veranstaltungen und Bildungsprogramme gesamtheitlich auf ihre physische und digitale Zugänglichkeit hin konzipiert werden müssen.

*Kontaktperson: Sonja Thäder, Jüdisches Museum Frankfurt, Leitung Sammlungen, Bertha-Pappenheim-Platz 1, 60311 Frankfurt am Main, E-Mail: sonja.thaeder@stadt-frankfurt.de



Abbildung 1: Das Gebäude des Jüdischen Museums Frankfurt. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

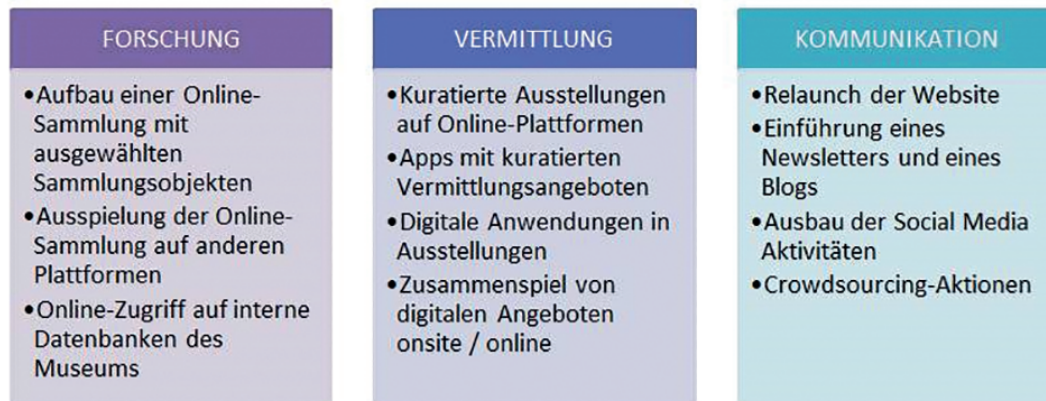


Abbildung 2: Digitale Strategie 2016 bis 2021. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

Digitale Strategie 2016 bis 2021

Aber wie fängt man an? Im Jahr 2016 veröffentlichte das Museum eine Digitale Strategie für die mittelfristige Dauer von fünf Jahren. Damit konzentrierten wir uns erst mal auf das grundlegende „Mitdenken des Digitalen“ in den Bereichen Kommunikation, Vermittlung und Forschung (<https://www.juedischesmuseum.de/museum/beitrag/detail/digitale-strategie/>).

Kommunikation

Der erste Schritt begann mit der Vergrößerung der Kommunikationsabteilung, indem ein Social-Media-Redakteur eingestellt wurde. Dieser betreut seitdem die regelmäßige Bespielung unserer Social Media Kanäle

- Facebook: @juedischesmuseumffm
- Instagram: juedischesmuseumffm
- Twitter: @jmfrankfurt
- Youtube: Jüdisches Museum Frankfurt / Jewish Museum FFM,
- unseren Blog (www.juedischesmuseum.de/blog/)
- und die Website (www.juedischesmuseum.de).

Der Schlüssel liegt hier in täglichen Postings, die per Redaktionsplan eng mit der Kommunikationsleitung und unseren klassischen Publikationskanälen (Zeitungen, Radio, TV, Magazine) abgestimmt werden. Es wurde eine neue Zielgruppe generiert, die sich mehrheitlich per Social Media über Veranstaltungen und Snippets zu Inhalten informiert. All dies ist wiederum mit unserer Website verzahnt.

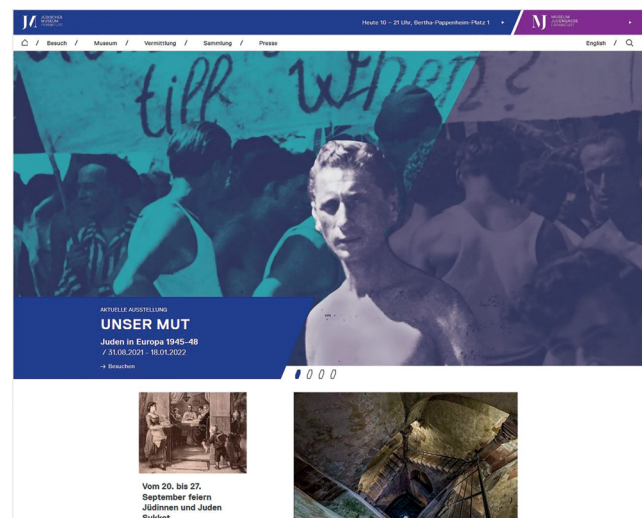


Abbildung 3: Jüdisches Museum Frankfurt-Homepage. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

Vermittlung

Der nächste Schritt wurde im Rahmen eines Vermittlungsprojekts angegangen: Zusammen mit dem Historischen Museum Frankfurt entwickelten wir die App „Unsichtbare Orte“, mit der Schulklassen im Stadtraum Geschichte und Orte kennenlernen können (<https://www.youtube.com/watch?v=zx0twYWrMaM>). An vorher „unsichtbaren“ Stellen erhalten Nutzende Informationen darüber für welche Community dieser Ort zu einer bestimmten Zeit zentral war oder ist. Diese App wurde mit Schulklassen getestet und entwickelt und kann von Lehrenden in das Schulcurriculum eingebunden werden.



Abbildung 4: Jüdisches Museum Frankfurt-Blog. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

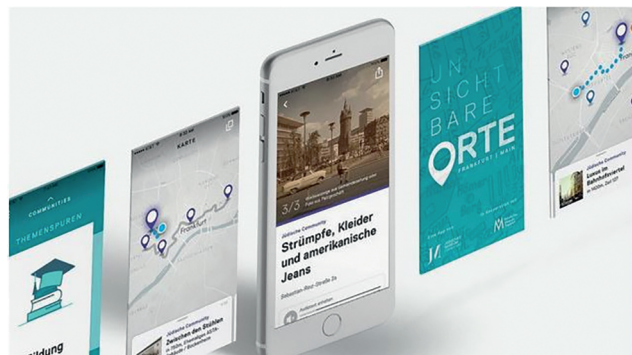


Abbildung 5: App Unsichtbare Orte. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

Eine weitere Premiere war die Entwicklung von Online-Ausstellungen auf den Plattformen Google Arts and Culture und Künste im Exil. Bisher veröffentlicht sind

- Museum Judengasse: <https://artsandculture.google.com/exhibit/2gIyqTh9mGztKQ?hl=de>
- Die Geschichte der Familie von Anne Frank: <https://artsandculture.google.com/exhibit/CAICnOLtCOLDLg?hl=de>
- Ludwig Meidner: https://artsandculture.google.com/exhibit/YAISIE0hD4Gclw?hl=de;%20%20https://kuenste-im-exil.de/KIE/Web/DE/Navigation/Sonderausstellungen/LudwigMeidner/ludwig-meidner_node.html

und https://kuenste-im-exil.de/KIE/Web/DE/Navigation/Sonderausstellungen/LudwigMeidner/ludwig-meidner_node.html

- Marcel Reich-Ranicki – der Literaturpapst: <https://artsandculture.google.com/exhibit/der-literaturpapst/8wISyM6oOeJnLQ?hl=de>

Forschung

Eine zentrale Neuerung für die Forschung bedeutete der Aufbau einer digitalen Sammlung, die online zugänglich ist. Dieser Bereich der digitalen Transformation bildet dabei die komplexeste Aufgabe. Die digitale Sammlung soll einen Nukleus zwischen den Bereichen Forschung, Vermittlung und Kommunikation darstellen und die Ausgangsplattform für zukünftige Sammlungs- und Vermittlungsprojekte bilden. Wie setzen wir das um?

Die Digitale Sammlung

Die Digitale Sammlung des Jüdischen Museums Frankfurt wird im Oktober 2021 ein Jahr alt (<https://sammlung.juedischesmuseum.de/>). Das erste Mal schriftlich beschlossen wurde sie 2016. Ende 2017 wurde ich mit der Projektleitung für die Realisierung betraut. Im März 2020 beauftragten wir unsere Agentur und innerhalb von sieben Monaten setzte diese den Auftrag um. In diesen fünf Jahren haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Museums eine achtbare Lernkurve bezüglich digitaler Transformationen in der Sammlung, Kommunikation und Vermittlung hingelegt.

Erkenntnisse aus dem Verhalten in unseren Social-Media-Kanälen, aus der Akzeptanz unserer Apps und Online-Ausstellungen flossen in die Konzeption der Digitalen Sammlung ein. Im Folgenden möchte ich hier die zentralen Schritte skizzieren, mit denen wir von der Planung zur Umsetzung gelangt sind.

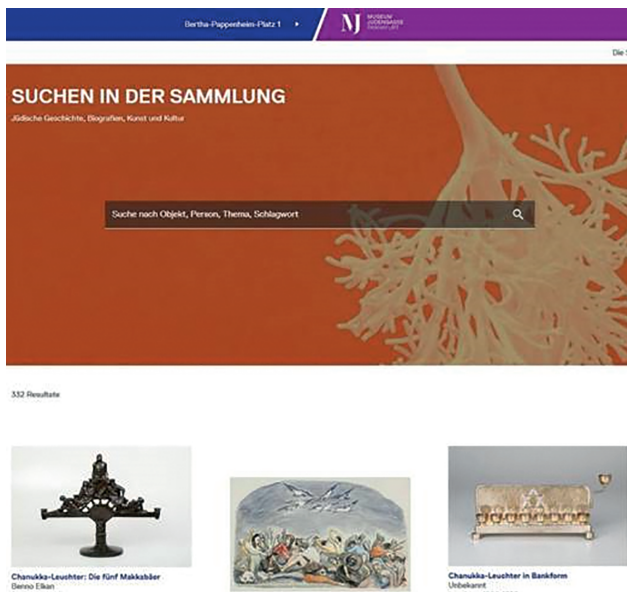


Abbildung 6: Digitale Sammlung. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

Schritt 1: Bestandsaufnahme

Das Museum betreut die Sammlungen Kunst, Judaica, Jüdische Gegenwartskulturen, Historische Alltagsgegenstände, Handschriften und Drucke, Archiv und das Familie Frank Zentrum. Eine Querschnittsprüfung der Sammlungsdatenbank war ernüchternd: Bis dato wurde die Inventarisierung ausschließlich für die interne Nutzung durchgeführt. Eine existierende Schreibanweisung wurde dabei kaum berücksichtigt. Felder wurden unregelmäßig ausgefüllt oder mit Kürzeln versehen, das Fotomaterial war oft nicht verwendbar etc. Das Ergebnis lautete: Alle Datensätze müssen bearbeitet, ergänzt und mit aktuellen Fotos versehen werden.

Schritt 2: Data clearing

Um eine langfristig sinnvolle Datenbankpflege aufzusetzen, die den zukünftigen Nachnutzungsszenarios gerecht werden kann, war es wichtig mit den Sammlungskuratorinnen und -kuratoren eine gemeinsame Schreibanweisung zu entwickeln, nach deren Vorgaben die Datensätze bereinigt werden können. Für das Data clearing sind hier sechs Meilensteine aufgelistet.

MS 1: Metadaten für online-publishing (Digitale Sammlung, Mediaguide, open platforms) sind definiert

Welche Objektinformationen sind elementar und sollen einem online zugänglichen Objekt immer beigelegt wer-

den? Das kann jedes Museum für sich selbst entscheiden. Das Jüdische Museum hatte jedoch von Anfang an auch den Datentransport an open platforms wie Europeana, Deutsche Digitale Bibliothek und Wikimedia im Blick. Hier gibt es mitunter besondere Vorgaben zu berücksichtigen, die schon vorab einbezogen wurden. Mitunter mussten wir für unsere Metadaten weitere Wiederholfelder programmieren lassen um beispielsweise die Spezifikationen „Titel/Kurzbeschreibung“ und „Titel Online-Sammlung“ vornehmen zu können.

MS 2: Normvokabular ist implementiert

Es existierten bereits definierte Wortlisten, die aber weder bindend noch einem offiziellen Thesaurus entnommen waren. Um langfristig auch den besonderen Ansprüchen des semantischen Webs zu genügen, haben wir ein international standardisiertes Normvokabular eingeführt. Mit diesem werden Schlagwörter vergeben, Objektbezeichnungen definiert und geografische Bezüge benannt.

MS 3: Bildlizenzen sind definiert

Um ein tieferes Verständnis zum Umgang mit den Urheber- und Nutzungsrechten zu erlangen veranstalteten wir eine mehrtägige Schulung mit Fachleuten von Wikimedia und iRights. Die Devise des Jüdischen Museums lautet Meta- und Bild/Videodaten so offen wie möglich bereitzustellen. Es gibt aber auch Fälle bei denen eine offene Nachnutzung unangebracht ist und wir das Material ausschließlich in bestimmten Kontexten physisch oder digital zur Verfügung stellen.

MS 4: Neue Schreibanweisung ist erstellt

Basierend auf den vorangegangenen Schritten wurde eine Schreibanweisung erstellt, die den heterogenen Sammlungsanforderungen gerecht wird und nun bindend für alle Inventarisierungen angewendet werden muss.

MS 5: Launch-Paket ist definiert

Start small – grow big. Die Objektdaten, von denen wir wussten, dass sie inhaltlich auf dem neuesten Stand waren, waren jene aus der neuen Dauerausstellung. Auch hier mussten die Datenfelder noch der neuen Schreibanweisung entsprechend geändert werden, aber es lagen für alle Objekte bereits neue Bilddateien vor.

MS 6: Data clearing des Launch-Pakets ist abgeschlossen

Anhand der übersichtlichen Paketgröße konnten die Felder teils über Excellisten korrigiert und eingelesen bzw. von Hand korrigiert werden.

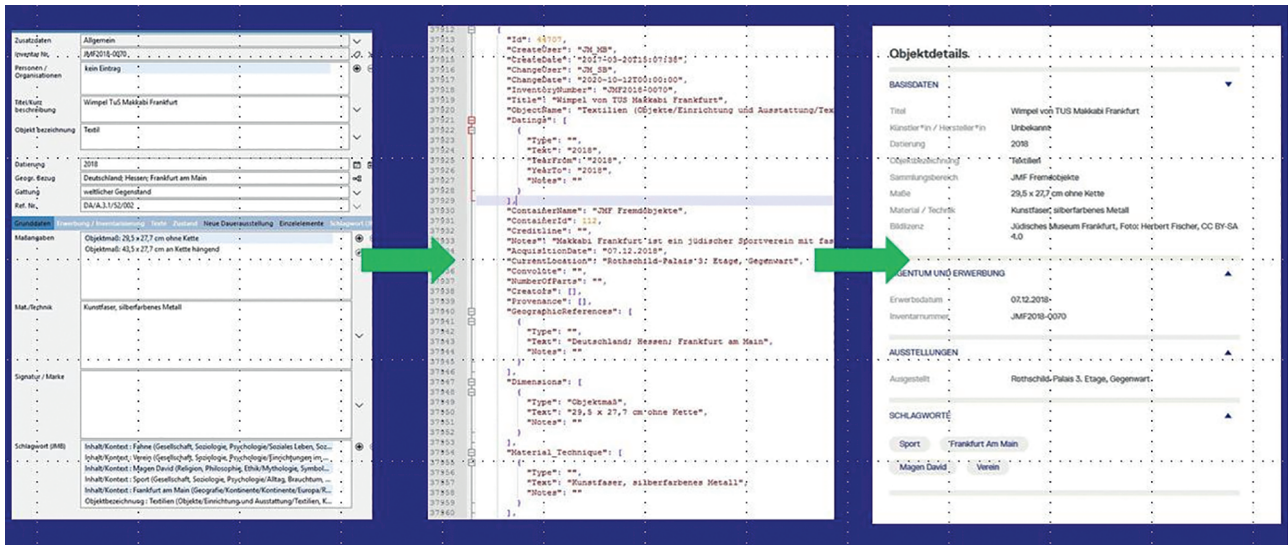


Abbildung 7: Datenexport. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

Schritt 3: Konzept und Ausschreibung

Eine zentrale Frage innerhalb der Konzeption für die Digitale Sammlung spielte die Datenverwaltung. Von Anfang an entschieden wir uns dafür, dass die Objektdatenpflege ausschließlich in der Datenbank stattfindet und direkt in das CMS der Digitalen Sammlung exportiert wird. Weniger klar war zunächst der Umgang mit zusätzlichem Content wie weiteren Texten, erläuternden Videos und externem Bildmaterial. Ein weiterer Schwerpunkt für das Briefing der Agenturen waren die Zielgruppen und deren Nutzungsverhalten mit der Sammlung. Wichtig war hier auch schon der Ausblick auf die Nachnutzung unserer Daten auf weiteren Plattformen.

Schritt 4: Realisierung

Unabhängig vom Design und diversen Features war die Realisierung des Datenexports in das externe CMS ein zentraler Schritt. Als städtisches Museum unterliegen wir den Richtlinien der städtischen Sicherheitsstandards. Gemeinsam mit unserem Datenbankbetreiber, der städtischen IT, dem Amt für Sicherheit und der beauftragten Agentur musste ein Datenprotokoll abgestimmt werden.

DSGVO und Barrierefreiheit

Damit unsere digitalen Angebote von möglichst vielen Endgeräten aus genutzt werden können, sind unsere Websites responsiv. Aber Barrierefreiheit geht noch weiter: Sind die Websites und Apps machine-reader-tauglich? Sind Farbkontraste barrierefrei? Sind Abbildungen mit

ALT TEXT (Alternative Texte zur Bildbeschreibung) versehen? Neben der klassischen Planung für Design und Navigation sind wir als öffentliche Institution verpflichtet, unsere digitalen Angebote auch technologischen Barrieren anzupassen.

Das Gleiche gilt für die Einhaltung der DSGVO. Unsere digitalen Programme verwenden Cookies, um das Nutzerverhalten kennenzulernen und unsere Anwendungen dahingehend verbessern zu können. Diese uns zur Verfügung gestellten Daten müssen wir sicher verwahren, daher hosten wir unsere Websites auf Datenspeichern in Europa, die den EU-Richtlinien des Datenschutzes unterliegen.

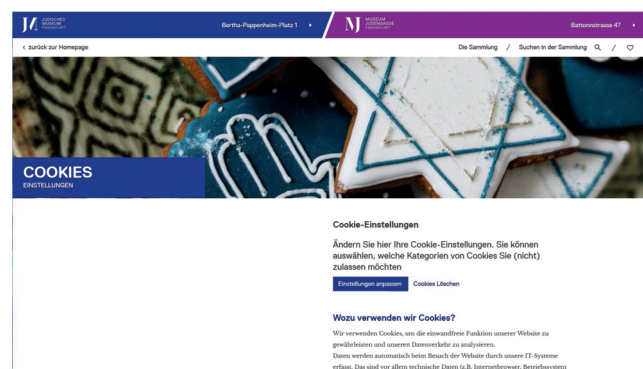


Abbildung 8: Cookies. (Bild: Jüdisches Museum Frankfurt)

Das Ergebnis

Die Digitale Sammlung ging im Oktober 2020 mit 310 Objekten, 17 Geschichten und fünf Biografien online. Die drei Kategorien stehen gleichwertig nebeneinander, da wir Le-

Neu, offen, barrierearm – der Weg dorthin ist mit Lernmomenten und Stolperfallen gepflastert. Aber für eine nachhaltige und zukunftsorientierte Museumsarbeit müssen diese drei Anforderungen sowohl für die Nutzerinnen und Nutzer als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter permanente Erfahrungen werden.

Deskriptoren: Museum, Dokumentation, Geschichte, Visualisierung, Webanwendung, Judentum



Sonja Thäder

Leitung Sammlungen

Jüdisches Museum Frankfurt

Bertha-Pappenheim-Platz 1

60311 Frankfurt am Main

www.juedischesmuseum.de

sonja.thaeder@stadt-frankfurt.de

Sonja Thäder ist Leitung der Abteilung Sammlungen des Jüdischen Museums Frankfurt und betreut zudem die Museumsdokumentation. Sie verantwortet Bereiche des Digitalen Museums wie die Online-Sammlung und unterstützt das Social-Media und Online-Kommunikationsteam. Nach dem Studium Jüdischer Studien und europäischer Kunstgeschichte in Heidelberg betreute sie ein Ausstellungsprojekt am Stadtmuseum Oldenburg und wechselte anschließend zur Museumslandschaft Hessen Kassel. Seit 2013 arbeitet sie am Jüdischen Museum Frankfurt.