

# Vom Depot ins Portal

Chancen und Herausforderungen für digitales Sammlungsmanagement und Wissen(schaft)skommunikation

Digitalisierung betrifft alle Bereiche der Museumsarbeit. Museen stehen dabei vor der Herausforderung, ihre erfassenden Abläufe gut mit der Kommunikation zu verzahnen, um ihr Publikum zu erreichen. Eine konsistente Konzeption der zugehörigen Workflows erweist sich dabei als notwendig, ist aber nicht immer ganz einfach aufzubauen. Jede Institution steht dabei vor der Frage, wie sie aufgestellt ist, welche Strukturen sie aufbaut und wie sie sich ihren Besuchern im Haus und digital präsentiert. Je nach der getroffenen Entscheidung sehen die Zusammenhänge und Abläufe anders aus.

## **Fallbeispiel A: Die Stiftung Historische Museen Hamburg**

Die Stiftung Historische Museen Hamburg (SHMH) umfasst drei Haupthäuser und deren sechs Außenstellen, dazu kommt ein großes Neubauprojekt. Vieles funktioniert in der SHMH gemeinsam, so dass der Ausbau digitaler Strukturen auf eine enge Einbindung der Museen zielt. Allerdings tragen dazu mehrere Projekte bei, die von unterschiedlichen Mittelgebern mit unterschiedlichen Laufzeiten und jeweils spezifischen Projektzielen gefördert

werden. Daraus ein konsistentes und nachhaltig funktionales Gesamtsystem zu entwickeln, ist nicht immer ganz einfach, führt aber zu einer vielfältigen Publikumsansprache.

Einen ersten Meilenstein beim Aufbau digitaler Infrastruktur markiert die Zusammenführung der Datenbank. An die Stelle dreier Objektdatenbanken in den Haupthäusern und ihrer jeweils zugehörigen Außenstellen tritt ein gemeinsames Sammlungsmanagementsystem, das verzeichnet, zu welcher Sammlung oder welchem Museum ein Objekt gehört, das Handling organisiert, zugehörige Dokumente archiviert, aber auch eine reiche Verlinkung mit Objekten und Themen der anderen Häuser ermöglicht. Darüber hinaus strebt die SHMH aber mehr als Dokumentation und Objektverwaltung mit der Datenbank an (Abb., S. 76).

Historische Museen stehen vor der Herausforderung, mit ihren Objekten anschaulich zu machen, wie sich Entwicklungen vollzogen, welche Ereignisse den Geschichtsverlauf geprägt haben, wie sich Praktiken und Akteure herausbildeten, wie wir diese heute bewerten und was wir daraus lernen oder wie wir mit dieser Geschichte umgehen wollen. Objekte können Geschichte punktuell und dabei durchaus polyperspektivisch repräsentieren, aber die Geschichte erschöpft sich nicht in ihnen. Deswegen benötigen sie Erklärungen, Einschätzungen oder Hinweise zu Entstehung, Herkunft, Verwendung und Objektgeschichte ebenso wie die Einbettung in bestimmte historische Verläufe und überzeitliche Zusammenhänge. Erst dann werden sie für ein breiteres Publikum zu spannenden, „sprechenden“ Gegenständen, die nicht nur Interesse wecken, sondern zur Beschäftigung damit einladen. Erarbeitet werden die anregenden Kontexte im Zuge von Forschungs- und Ausstellungsprojekten. Diese sollen in der Datenbank nicht nur organisiert und dokumentiert werden, sondern in das Wissen um grundlegende Ereignisse verankert und mit anderen Themen sachlich richtig verbunden werden.

Das Projekt „Transfer des Wissens“, das über einen Zeitraum von drei Jahren von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert wird, entwickelt den weiteren Ausbau des Sammlungsmanagementsystems, damit es auch als Wissensdatenbank funktioniert. Es schließt dabei an die Arbeit der digitalen Inventarisierung und der Kuratoren an, probiert aber auch neue Formate der digitalen Wissensvermittlung aus. So sind zum Beispiel Oral-History-Videos entstanden, in denen Ehrenamtliche zu Wort kommen und von den einschneidenden Veränderungen der Hafendarbeit seit den 1960er Jahren erzählen. Um auch Kinder anzusprechen, wurden Bilderbücher mit Museumsobjekten produziert, die zunächst frühkindliches Lernen

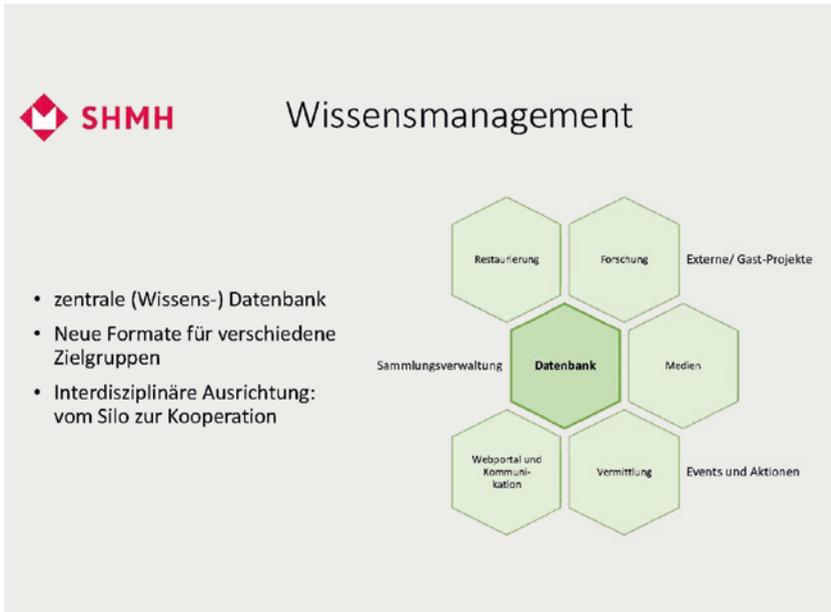


Abb.: Wissensmanagement der SHMH: zentrale Position der Datenbank als Schnittstelle zwischen Sammlungsmanagement, Inventarisierung und Forschung auf der einen und Ausstellungsarbeit, Kommunikation und Vermittlung auf der anderen Seite Grafik: Elisabeth Böh, 2020

anregen, darüber hinaus aber auch über einen QR-Code zu Webpages auf dem Portal [shmh.de](http://shmh.de) führen, wo spannende Geschichten und anregende Fragen die Objekte in Berührung mit den Kindern bringen. Einerseits haben diese Teilprojekte den spezifischen Datenbankausbau angetrieben, weil sie neue Bedarfe aufgezeigt haben, die grundsätzlich skalierbar sind und anderen Vorhaben in der SHMH zugutekommen. Andererseits sind sie aber auch Teil der Kommunikationsstrategie der SHMH, die auf kuratierte Zugänge zu ihren Inhalten zielt.

Der Auf- und Ausbau des Webportals der SHMH wird von der Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg als Digitalprojekt gefördert. Auf ihm finden sich nicht nur die grundlegenden Informationen zum Besuch der Museen, sondern auch historisches Hamburg-Wissen in anregenden Web-Formaten aufbereitet. Im Zentrum steht dabei ein so informativer wie unterhaltender Zugang zu den Inhalten, die online anders präsentiert werden

können als im Museum und so die Lust zur Beschäftigung mit der Stadt und ihrer Geschichte wecken. Dabei implementiert die SHMH auch Zugänge zu Projekten wie „efoto“, das von verschiedenen Institutionen getragen wird und so die vernetzende Funktion von Kultur greifbar macht. Natürlich zielt das Webportal auf Transparenz und Offenheit, versteht sich aber nicht primär als Schaufenster in die Sammlung, sondern als freier Zugang zu Hamburg, seiner Geschichte in ihren vielen Facetten und diversen Formaten.

### Fallbeispiel B: Das Deutsche Optische Museum digital

Das Deutsche Optische Museum (D.O.M.) in Jena ist ein naturwissenschaftlich-technisches Museum, das 1922 gegründet wurde. Die weltweit einzigartige Sammlung umfasst mehr als 20.000 Objekte. Neben optischen und ophthalmologischen (augenheilkundlichen) Instrumenten und Geräten wie Brillen, Mikroskopen, Fotoapparaten, Teleskopen und Planetarien sind dies auch Projektionsbilder, Grafiken und Gemälde sowie eine etwa 5.500 Bände zählende historische Bibliothek. Die Sammlungsgeschichte reicht bis zu den Anfängen der optischen Industrie in den 1840er Jahren zurück und ist mit den Namen Carl Zeiss, Ernst Abbe und Otto Schott eng verknüpft.

Seit Sommer 2018 wurde in Zusammenarbeit mit der Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek (ThULB), die gleichzeitig Landesdigitalisierungszentrum Thüringens ist, eine digitale Schnellerfassung und Digitalisierung für alle Objekte der verschiedenen Bestandsgruppen entwickelt. An der ThULB stehen nachhaltige und in ihrer strukturellen Vernetzung deutschlandweit einzigartige Services zur Verfügung, um Kultureinrichtungen beim Übergang vom analogen zum digitalen Museum zu unterstützen.<sup>1</sup>

Das Thüringer Digitalmodell führt dabei in vier Schritten vom analogen Objekt zum digitalen Bestand und zur Online-Präsentation: Am Anfang steht immer die Datenakquise, also die Überführung analoger Objekteigenschaften in digitale Informationen. Der zweite Schritt ist die Datenanreicherung. Die Quelldaten werden über einen sogenannten Harvester, also einen digitalen

---

1 Neben spezifischen Hardware-Technologien für die performante Auslieferung unterschiedlicher Medientypen wie großformatiger Bilder, Audio- und Video-Files sowie 3D-Objekten ist hier vor allem die zentrale Metadatenverwaltung digiCULT.web zu nennen, die von allen Thüringer Kultureinrichtungen unentgeltlich genutzt werden kann.

Erntehelfer, abgefragt und im gleichen Schritt mit bereits existierenden Normdaten angereichert. Ebenfalls in diesem zweiten Schritt kann eine retrograde Normierung der Quelldaten erfolgen. Die Quelldaten werden in diesem Fall gegen normierte Referenzsysteme gespielt und es wird die Wahrscheinlichkeit für eine Entsprechung in Bezug auf einen Normdatensatz zurückgegeben. Die redaktionelle Übernahme dieses Vorschlags unterliegt Einzelentscheidungen. An der Entwicklung und weiteren Verbesserung dieses Service der Datennormierung, bekannt ist hier vor allem das Projekt GND<sub>4</sub>C, ist die ThULB in Kooperation mit der digiCULT-Verbund eG beteiligt. Im dritten Schritt erfolgt die Erzeugung eines gemeinsamen Suchindex aus den geernteten Quell- und Anreicherungsdaten. Dieser ist die Voraussetzung, um große Datenmengen aus unterschiedlichen Quellsystemen zu harmonisieren und rasch nach bestimmten Suchbegriffen oder Facetten strukturieren und ausspielen zu können. Die Präsentation, Visualisierung oder Ausgabe der Daten im Onlineportal ist dann der abschließende vierte Schritt der Digitalisierung.

Aufbauend auf diesem Workflow der Objektdokumentation von der Schnellerfassung über die Digitalisierung hin zur Tiefenerschließung nutzt das D.O.M. eine digitale Wertschöpfungskette, die für den heterogenen intermediären Museumssektor problemlos skalierbar ist. Sie beginnt in den Depots, umfasst Objektkonservierung und das restauratorische Screening und endet in der digitalen Interaktion innerhalb der Museumsteams und vor allem für und mit den interessierten Besuchern.

## Ausblick

Mit dem Buzz-Wort Digitalisierung verbinden sich hohe und vielfältige Erwartungen im Kulturbereich. Jedoch haben sich davon bislang nur die wenigsten erfüllt. Das liegt auf der einen Seite sicher auch daran, dass die technischen und personellen Voraussetzungen der einzelnen Häuser zu unterschiedlich sind, um alle gewünschten digitalen Transformationen aus eigener Kraft bewerkstelligen zu können. Hier gilt es zum Teil erst einmal, ganz grundlegende Strukturen wie eine Anbindung an schnelles Internet oder die Verfügbarkeit von Computern zu schaffen. Erst dann kann man überhaupt über konkrete digitale Angebote nachdenken und in weiterführende Perspektiven der Publikumsansprache einbinden. Auf der anderen Seite fehlt es oft noch an digitalen Strategien, die sich in eine Gesamtagenda eines Museums einbinden lassen würde. Dabei geht es nicht nur um Digitalisierung, sondern

etwa auch um die Frage, inwiefern reale Erlebnisse in einer digitalen Welt zunehmend an Wert gewinnen. Dann können und sollen digitale Angebote beispielsweise in Museen die physische Ausstellung nicht ersetzen, sondern der Vorbereitung, der Begleitung und Erweiterung des Museumsbesuchs dienen und so die Nutzung von Kultur verstetigen.<sup>2</sup>

Vor dem Hintergrund verschiedener Voraussetzungen und Zielstellungen der Museumslandschaft zeigt sich die Notwendigkeit, einen jeweils gut durchdachten, qualitativ hochwertigen und anschlussfähigen digitalen Bestand und ein stringentes Konzept zur digitalen Kommunikation aufzubauen. Diese erlauben kontextbezogene Wandelbarkeit und Vernetzbarkeit der musealen Inhalte und Gegenstände mit weiteren Plattformen, Foren und Angeboten. Dabei geht es sowohl um die Abbildungsqualität als auch um Breite und Tiefe der wissenschaftlichen Metadatenerschließung, um Attraktivität kommunikativer und kokreativer Angebote. Mit einem solchen digitalen (Wissens-)Bestand können sich Museen der Zukunft öffnen und ein diverses Publikum ansprechen.

---

2 In dem genannten Sinne hat etwa der frühere Direktor des Städel Museum, Max Hollein, die digitale Ausrichtung des Städel verstanden und damit eine mutige digitale Vision verknüpft.