

Wie verknüpfen wir Vielfalt an Objekten und die Wünsche der Nutzer?

Das Beispiel bavarikon

Florian Sepp

Es geht um die Leitfrage, wie ein Portal wie bavarikon (www.bavarikon.de), das eine große Menge sehr unterschiedlicher Objekte enthält, diese unterschiedlichen Nutzergruppen zugänglich macht.

Was ist bavarikon?

bavarikon ist das Internetportal, die digitale Plattform zur Kunst, Kultur und Landeskunde Bayerns. Als solches ist gleichzeitig eine Dachmarke für zukünftige Aktivitäten im Umfeld digitaler Kultur des Freistaats.

bavarikon präsentiert digitalisierte Kultur- und Wissensschätze aus bayerischen Kulturinstitutionen spartenübergreifend.

bavarikon knüpft an die seit dem Jahr 2000 aufgebaute „Bayerische Landesbibliothek Online“ – kurz BLO – an. Deren Ausbau zu einem spartenübergreifenden Kulturportal wurde immer wieder an die Politik herangetragen, bis 2012 die Bayerische Staatsregierung völlig überraschend sich dieser Idee annahm und die Einrichtung eines „Digitalen Kulturportals Bayern“ beschloss. Das Portal musste dann sehr schnell erstellt werden, nach knapp sechs Monaten Entwicklungszeit ging am 16. April 2013 der Prototyp „bavarikon beta“ online. Am 11. Mai 2015 konnte dann die neue Version von bavarikon freigeschaltet werden. Damit war ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zum Regelbetrieb von bavarikon erreicht.

bavarikon war von Anfang an in Strategien der Bayerischen Staatsregierung verankert. Seit 2017 ist es Bestandteil des Masterplans „Bayern Digital II“. Im Nachtragshaushalt 2018 wurden die Mittel für den Betrieb und die Digitalisierungskampagne von 2 auf 3 Mio € erhöht.

bavarikon gilt in diesem Zusammenhang als „entscheidende Infrastrukturmaßnahme für die Digitalisierung von bayerischem Kulturgut“ und soll als „digitale Schatzkammer für Bayerns Kunst, Kultur und Wissensschätze“ und als „Dachmarke für digitale und digitalisierte Kultur“ ausgebaut werden.

Organisatorisch ist bavarikon zwei bayerischen Staatsministerien verankert, dem für Wissenschaft und Kunst sowie dem der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat. Diese sog. „Leitungsebene“ entscheidet über die grundsätzliche Ausrichtung von bavarikon.

Die fachliche Steuerung obliegt dem 13köpfigen bavarikon-Rat, dessen Vertreter verschiedene Kultureinrichtungen repräsentieren.

Die Bayerische Staatsbibliothek ist organisatorischer, redaktioneller und technischer Betreiber. Den Serverbetrieb leistet das Leibniz-Rechenzentrum der Bayerischen Akademie der Wissenschaften.

Inhalte und Zielgruppen von bavarikon

bavarikon enthält Kulturgut aus Einrichtungen in Bayern, ohne dass ein thematischer Bayernbezug vorausgesetzt wird. Es ist also ein Portal für das gesamte Kulturerbe, das sich in Einrichtungen in Bayern findet.

Dieses kulturelle Erbe Bayerns will bavarikon laut Aussagen der Politik:

- weltweit vorstellen
- allen Bürgerinnen und Bürgern zugänglich machen
- passend für die junge Generation präsentieren.

Das heißt also – bavarikon hat einen sehr klaren Auftrag, welche Nutzerinteressen es zu bedienen hat:

- Der normale Bürger in Bayern
- Kulturinteressierte weltweit
- Genauso auch die Wissenschaft

Um diesen Vorstellungen entgegen zu kommen, beschloss der bavarikon-Rat im Herbst 2013 ein „3-Säulen-Modell“.

- a) Hochwertige Spitzenstücke, die systematisch und übergreifend aufgenommen werden sollen
- b) Spezielle, vertieft erschlossene und redaktionell bearbeitete Themenschwerpunkte → Virtuelle Ausstellungen.
- c) Landesweite Querschnittsthemen, wie Sprache, Orte, Denkmäler, Personen, etc.

Nutzer von bavarikon

Wir wissen nur sehr wenig, wer bavarikon tatsächlich nutzt. Ob die Zielgruppen wirklich erreicht werden, ist also sehr schwierig zu sagen. Folgende Aussagen lassen sich treffen.

- Besucherzahlen wachsen kontinuierlich. Entscheidend für das Wachstum sind größere Veranstaltungen mit breiter Presseresonanz. Diese bringen nicht nur einen kurzfristigen Ausschlag, sondern anschließend pendeln sich die „Normalzahlen“ auf einem höheren Niveau als vorher an.
- 2018 kamen 80 % der Besucher aus Deutschland. 36 % der Besucher kamen aus Bayern. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer am Portal betrug 5 Min. 23 Sekunden, 49 % der Besucher verließen die bavarikon nach einer Seite wieder.
- 78 % der Besucher sind Desktopnutzer, 14 % Smartphone, 8 % Tablet. Design von Anfang an Responsiv.
- 83 % der Besucher haben Deutsch als Browserprache, 9 % Englisch. 2015 war das Verhältnis noch 87 % zu 7 %. In absoluten Zahlen ergibt sich ein deutliches Wachstum der Benutzer aus dem angloamerikanischen Raum.
- Bei der Facebook-Community (rund 1.300 Fans) liegt der Anteil der deutschsprachigen User bei ca. 70 %.
- Auf Facebook sind 50 % der Fans Männer, 49 % Frauen. Über das Geschlechterverhältnis ansonsten kann man wenig sagen. Nutzeranfragen, die bei der Geschäftsstelle einlaufen, sind eindeutig männerlastig.

Ob diese Nutzer nun aber Wissenschaftler sind oder allgemein Kulturinteressierte lässt genauso wenig feststellen, wie Alter oder Bildungsstand.

Herausforderungen

Oberfläche / Nutzerführung

Dann krankt bavarikon noch an einigen Kinderkrankheiten. 2012/13 setzte man auf das moderne Kacheldesign. Windows 8 war gerade auf den Markt gekommen. So entstand eine Startseite, die zunächst einmal den Eindruck eines Infotainment-Angebots machte. Sobald man jedoch weiterklickt, kommt man auf Suchschlitze.

Hausinterne Tests mit nichtwissenschaftlichen Nutzern zeigten, dass hier eine Enttäuschung einsetzt. Die Tester wiesen darauf hin: „Wir wissen ja gar nicht, was wir suchen sollen“. Sie erwarteten mundgerecht aufbereitete Informationen.

Aktuell ist also das Problem der Mix im Gestaltungskonzept zwischen wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Nutzungsszenarien. Die Oberfläche vermittelt Eindruck eines browsing-gestützten Infotainmentangebots für eine nichtwissenschaftlich-spielerische Nutzung, dann kommen Suchmasken, die sich an wissenschaftlichen Nutzungsszenarien orientieren.

Heterogenität der Daten / Wachstum / Normdatenproblem

Als eine weitere Herausforderung kommt die Heterogenität der Inhalte dazu. Beiträge zu bavarikon sind Archive, Bibliotheken, Museen, Landesämter und wissenschaftliche Einrichtungen. bavarikon enthält daher ein buntes Spektrum an Objekttypen von der Steinzeit bis ins 20. Jahrhundert, aus Bayern ebenso wie aus allen Erdteilen, vom normalen Buch bis hin zu verschiedensten Museumsobjekten. Dazu kommt ein ständiges Wachstum des Portals, monatlichen Datenupdates sorgen dafür, dass sich die Inhalte ständig ändern, Anfang 2018 waren es etwas über 230.000 Objekte, wir rechnen bis Jahresende mit über 300.000 Objekten.

Die Daten kommen von unterschiedlichsten Partnern. Hierbei handelt es sich um große Einrichtungen wie BSB bis hin zu kleinen Spezialmuseum ohne eigene IT-Abteilung. Dementsprechend heterogen sind die Metadaten. Es gibt keine konsistente inhaltliche Erschließung durch Schlagwörter, auch nicht bei den Objekten der BSB (Bücher, Handschriften, Fotos). Auch darauf zu hoffen, Archive, Bibliotheken und Museen würden sich auf einen einheitlichen inhaltlichen Erschließungsstandard verständigen, ist illusorisch. Eine systematische inhaltliche Erschließung auf Objektebene ist nicht denkbar.

Ebenso ernüchternd ist die Bestandsaufnahme beim Thema Normdaten. Nach wie vor liefern nur die wenigsten Einrichtungen Daten, die mit Normdaten versorgt sind. Hier ist nur mittelfristig mit einer gewissen Verbesserung zu rechnen. Ein Sucheinstieg, der sich umfassend aus Normdaten stützt, bleibt Zukunftsmusik.

Allerdings sollte man zwei wichtige Bereiche nicht übersehen. Verbindlich vorgeschrieben ist für jedes bavarikon-Objekt eine Sammlungszuordnung und die sog. Objektkategorie.

- Objektkategorien ermöglichen zumindest die Eingrenzung der Objektvielfalt auf Typen, wie Buch, Handschrift, Archivalie, Gemälde, Pläne, Karten, Zahlungsmittel, Musikalien etc. Das System wurde selbst an der BSB entwickelt und wurde allen Partner vorgeschrieben. Es ist dabei so „grob“, dass es umsetzbar ist.

- Jedes Objekt ist ferner mindestens einer Sammlung zwingend zugeordnet, so dass zumindest inhaltlich und/oder provenienzmäßig verwandte Objekte gemeinsam auffindbar sind.

Lösungsansätze

Folgende Lösungsansätze, um Inhalte in bavarikon besser auffindbar zu machen, wurden geplant:

- Je nach Interessenslage unterschiedliche Einstiegsmöglichkeiten, also nicht entweder Suchschlitz oder Brwosing, sondern beides.
- Quervernetzung, die den Zusammenhang von Inhalten nachvollziehbar macht und zum Browsen einlädt – z. B. Anzeige ähnlicher Objekte auf Basis der Metadaten (Liefernde Institution, Objektkategorie, Sammlung etc.)

Auf der Startseite wurden folgende fünf Haupteinstiege überlegt: Sammlungen, Ausstellungen, „Menschen, Orte, Schätze, Geschichte“, Zeitstrahl und Themen:

- Sammlungen sind Kernelement der neuen Struktur von bavarikon. Die inhaltliche Erschließung, die auf Objektebene nicht geleistet werden kann, soll zumindest auf Sammlungsebene durchgeführt werden. Selbst bei einer wachsenden Zahl an Sammlung wird deren Zahl immer so überschaubar bleiben, dass eine Erschließung von den Ressourcen her möglich ist.
- Ausstellungen: Kuratierte Zusammenstellungen in Form virtueller Ausstellungen sind ein weiteres Rückgrat des Portals. Sie erweisen sich als sehr zugkräftig, da sie tatsächlich eine breite Öffentlichkeit ansprechen. Das Ausstellungsmodul soll weiter ausgebaut werden, erst im Mai 2018 wurden drei neue Ausstellungen online gestellt.
- Das Modul „Menschen, Orte, Schätze, Geschichte“ soll eine kuratierte Auswahl von Highlights bieten. Das Modul richtet sich an den „normalen Nutzer“, der dort schnell die Informationen in hoher Qualität findet, die er in bavarikon erwartet. Das Modul besteht dann aus folgenden Angeboten
 - Schätze: „3D“ (3D-Objekte) und „Glanzlichter“
 - Geschichte: „Historisches Lexikon Bayerns“
 - Menschen: „Berühmte Bayern“ = 1.000 redaktionell ausgewählte Bayern
 - Orte: „1.000 Orte“: Handbuch der Historischen Stätten
- Zeitstrahl – erklärt sich von selbst. Überlegt werden ebenfalls Facettierungsmöglichkeiten.
- Themen sind ein weiterer niederschwelliger Einstieg für den Nutzer. Zu jedem Themenbegriff werden dem Nutzer exemplarisch Inhalte aus bavarikon vorgestellt. Die Erstellung erfolgt redaktionell. Es gibt fünf Themengroßgruppen: Land, Denkmäler, Häuser, Werke, Menschen. Jeder Großgruppe sind ca. 10 Themen-Begriffe zugeordnet (beispielsweise bei Werke: Architektur, Literatur, Darstellende Kunst etc.). Der Redakteur kann jedem Themenbegriff im CMS manuell beliebig viele Inhalte (Sammlungen, Objekte, Institutionen, Ausstellungen) aus bavarikon zuordnen.

Geplant ist dann eine stärkere Vernetzung auf der Objektebene. Derzeit ist das noch eine Sackgasse – vom Objekt kommt man nicht mehr weiter. Das ist schlecht, denn die meisten User nutzen nicht die Portalsuche oder die rowsingmöglichkeiten, sondern kommen über eine Suchmaschinenanfrage in das Portal. Sie müssen sich also an jedem beliebigen Punkt im Portal sofort zurecht finden können.

Künftig geplant sind Verlinkungen aus den Metadatenangaben (zur Institution/Sammlungsbeschreibung etc.) sowie ein „Mehr entdecken“:

- Ein weiteres Objekt des Urhebers
- Ein weiteres Objekt der Institution
- Ein weiteres Objekt mit dieser Objektkategorie
- Ein weiteres Objekt dieser Sammlung
- Eine weitere Sammlung dieser Institution
- Eine weitere Sammlung mit diesem Objekt

Die Anzeige erfolgt automatisiert auf Basis der Metadaten.

Im Gegenzug soll dann eine Aufwertung der Suche erfolgen – spezialisierte Sucheinstiege (z. B. Über alles – Kulturgüter – Karten – Bildsuche – Textsuche – Ortssuche – Personensuche – etc.). Hinter jedem dieser Einstiege steck eine spezialisierte Suche mit speziellen Features. Dieses Angebot richtet sich an versierte Nutzer mit ganz gezielten Fragestellungen, die also nicht nur Infotainment suchen.

Weitere Möglichkeiten, Nutzern das Auffinden von Inhalten zu erleichtern

Abschließend möchte ich noch ein paar weitere Punkte erwähnen, die zwar mit Suchtechnologien nicht so viel zu tun haben, aber mit den Blick auf mein Vortragsthema „Wünsche der Nutzer“ zentral sind.

Die meisten Nutzer kommen via Google. Die Frage der Suchmaschinenoptimierung ist daher unbedingt zu berücksichtigen. Bei bavarikon liegt da noch viel im Argen. Das Beispiel des Historischen Lexikon lehrt: Mit dem Relaunch Ende 2015, wo anstelle einer Eigenprogrammierung von 2006 eine Semantic Media Wiki trat, das SEO schon implementiert hat, einen Steigerung der Besucherzahl um 70 %.

Ein entscheidender Punkt ist hier die verständliche Sprache. Gerade die Tests mit Nutzern haben uns schmerzlich gezeigt, welche Hindernisse wenig überlegte Begriffe aufwerfen. Bei bavarikon wird „Objekte“ nicht verstanden. Auch Formulierungen wie „Zum Digitalisat“ bereiten vielen Nutzern Probleme.

Gleiches gilt für Projekttitel. Viele Projekttitel stammen aus Anträgen, sind aber für eine Präsentation eines Bestandes sind sie ungeeignet.

Ein weiteres wichtiges Anliegen sind die verständlichen Text-/Bildkombinationen. Bei bavarikon sind im Moment die erklärenden Informationen über die Objekte zu versteckt.

Konsequente Zweisprachigkeit ist weiterhin wichtig, vor allem für ein Portal, das den Anspruch hat, weltweit das Kulturerbe Bayerns zu präsentieren. Wir präsentieren alle Institutionenporträts, Sammlungsbeschreibungen, Virtuellen Ausstellungen sowie die Beschreibungstexte von 3D-Objekten und Glanzlichtern in Deutsch und Englisch. Auch hier ist der Aufwand nicht zu unterschätzen. Hier musste ein kompletter Workflow inklusive Vergabeverfahren aufgebaut werden.

Ein weiterer Punkt sind sprechende URLs. Auch diese Anforderung ziehen wir jetzt in bavarikon nach. Im Internet ist egal, wie lange und unverständlich der Link ist. Sobald man aber im klassischen Marketingbereich unterwegs ist, sprich: Flyer, Plakate, Zeitungsberichte. etc., sind einprägsame kurze URLs wie www.bavarikon.de/luther unverzichtbar.