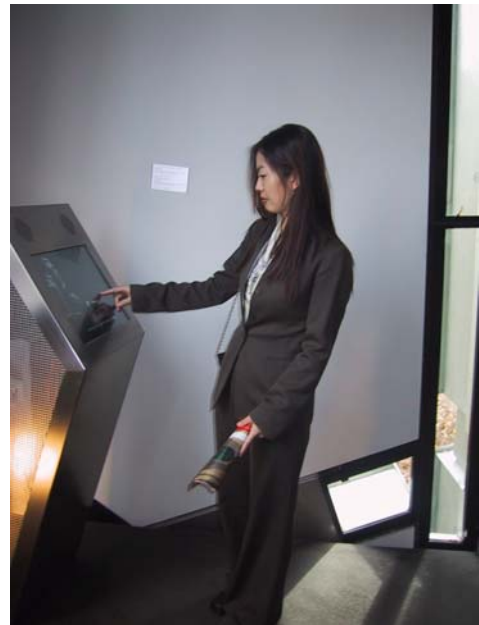


Der Titel „Von der Recherche zum Web of Information“ bestimmte rückblickend als Leitfaden den wesentlichen Verlaufsprozess des Multimedia-Projekts des Jüdischen Museum Berlin. Es war und ist ein Verlauf, ein Prozess des Entstehens, an dem alle Projektpartner beteiligt sind: ausgehend von der klassischen Museumsarbeit des Recherchierens, des Sammelns, des Ordnen und Organisierens entwickelte sich ein „Wissensnetz“, welches heute das Jüdische Museum Berlin in vielen Bereichen durchzieht. Das Wörtchen „zu“ im Titel des Vortrags steht stellvertretend auch für den langen Prozess des Vorbereitens und Austauschens, für Diskussion und Konzept, vor allem aber für das Miteinander des Lernens. Das Resultat ist ein „Web of Information“, welches auf der einen Seite die digitale Vermittlung und Präsentation der Inhalte des Jüdischen Museums Berlin für die Besucher widerspiegelt – sei es im Internet, begleitend zur Ausstellung oder im Rafael Roth Learning Center. Auf der anderen Seite ist dieses „Web of Information“ ein dynamisches Wissensnetz, welches täglich von den Wissenschaftlern und Mitarbeitern genutzt wird und mit neuen Inhalten gefüllt und weiter „veredelt“ wird. Der folgende Beitrag skizziert diesen Projektverlauf und fasst wesentliche Ergebnisse zusammen.

Einleitung

Die Vermittlung von Inhalten für den Besucher eines Museums auf elektronischem Weg, ob per Audioguide oder per Bildschirmdisplay, ist nichts Neues. Der Computer wird seit gut 20 Jahren als Vermittlungsinstrument bei dem Versuch eingesetzt, den Besuchern neben den herkömmlichen und traditionellen Formen der Wissensvermittlung wie Texttafeln, Abbildungen, Hörbeiträge und Film etc. auch noch ein weiteres Medium zur Verfügung zu stellen. Seit einigen Jahren ermöglicht moderne Informationstechnik auch die Verknüpfung der eben benannten Formen und damit der Wandel vom ein- zum multimedialen und flexiblen Inhaltsträger. Auch wenn noch immer die Befürchtung herrscht, dass das Instrument selbst der Zielpunkt der Aufmerksamkeit des Besuchers ist – es zeigt sich anhand der Verbreitung der PC's in privaten Haushalten, dass sich der Computer als Arbeits- und Hilfsmittel in den verschiedensten Bereichen bewährt hat und seine Attraktivität nunmehr an der Erschließbarkeit, dem Umgang und dem Wert der Inhalte gemessen wird. Zudem bieten computer-gestützte Anwendungen eine bisher nie da gewesene Form der Interaktion für den Besucher. Das Angebot an Informationen wird verknüpft mit der Möglichkeit der Erstellung einer subjektiven, individuellen Anthologie durch den Benutzer, d.h. die Auswahl und Schwerpunktsetzung der eigenen Interessensgebiete und Themen ist nun möglich. Die Erschließung der mittels Computer präsentierten Inhalte für den Besucher hängt nun, ebenso wie die Schwierigkeit oder Einfachheit seiner Be



dienung, zum Großteil von den Gestaltern ab: einem interdisziplinären Team mit unterschiedlichen Schwerpunkten.



Die Verantwortlichen für das Konzept, für die Inhalte, für das Design, für die Interaktion und nicht zuletzt die Zeit, die für die Planung und Umsetzung zur Verfügung stehen, sind für den Erfolg eines solchen Projekts maßgeblich verantwortlich.

Projektstart

Der Zeitraum, der für die Konzeption und Umsetzung des Projekts „Rafael Roth Learning Center“ im Jüdischen Museum Berlin (im folgenden kurz Learning Center genannt) zur Verfügung stand, begann im Herbst 1999. Die Pandora Neue Medien GmbH, Stuttgart, wurde ,zusammen mit der Firma Thunderwave, Washington, mit der Konzeption und Errichtung eines multimedialen Zentrums zur Vermittlung und Präsentation von Inhalten zur deutsch-



jüdischen Geschichte beauftragt. Die Dimension des Projektes war damals ebenso wenig fest umrissen wie der Zeitraum der zu präsentierenden Inhalte, da eingangs nur ein kleiner Ausschnitt der deutsch-jüdischen Geschichte fokussiert werden sollte. Der damalige Beirat zur Festlegung des musealen Konzepts unter Führung von Shaike Weinberg vom Holocaust Memorial Museum in Washington, welches als eines der ersten Museen in umfang-

reichen Maße auf die Vermittlung per Computer setzte, fasste seine Erfahrungen in der Vermittlung von Inhalten mit dem Satz zusammen:

„People like stories. So let’s tell stories“.

Damit brachte Weinberg die Grundlage der Vermittlung auf einen simplen Nenner, der fortan als eine der Maßgaben für die Umsetzung bei diesem Projekt galt: die narrative Form der Vermittlung als zentrales Element der digitalen Museumsdidaktik.

Aber warum Geschichten? Geschichten haben, neben Aussagen und Sachverhalten auch eine emotionale Komponente, die den Besucher in ihren Bann zieht. Sie vermitteln neben reinen Informationen auch Botschaften an den Betrachter oder Leser, ermöglichen eine Identifikation mit den Protagonisten und verbinden Fakten und Zahlen durch einen "roten Faden", den Erzählstrang.

Aber so einfach und simpel das Konzept des "Geschichtenerzählens" auch klingt: darunter versteht jeder der Beteiligten bei der Entstehung eines solchen Konzepts eine andere „Ge

schichte“ - und damit begann der Prozess der Findung einer gemeinsamen Geschichte für das Learning Center.

Inhaltliches Konzept

Die Inhalte des Learning Centers lehnten sich an die Themen der Dauerausstellung an, die im ersten Schritt nur die Phase der deutsch-jüdischen Geschichte von 1848-1917 umfassen sollte. Die sehr intensiven Planungen und wissenschaftlichen Recherchen der Mitarbeiter des Jüdischen Museum Berlin wurden im Frühjahr 2000 dann auf die Präsentation von annähernd 2000 Jahre jüdischer Geschichte auf deutschem und europäischem Boden erweitert. Aufgrund der fortgeschrittenen Zeit, die noch bis zur Eröffnung des Museums blieb (der 1. Eröffnungstermin war auf den Oktober des Jahres 2000 angesetzt), wurden die Ideen für die konzeptionelle Umsetzung des Learning Centers durch das Vorhandensein von verwertbaren Materialien für eine digitale Präsentation wieder eingeschränkt

Nachdem der erste Meilenstein definiert war, wurde eine Bestandsaufnahme des im Hause vorhandenen und verwertbaren Audio- und Videomaterials durchgeführt. Gleichzeitig wurde für die Gemäldesammlung ein Collection Management System eingeführt, um die Bestände des Museums, die bis dahin über eine Filemaker-Datenbank inventarisiert wurden, zu erfassen, fachgerecht zu inventarisieren und so eine Transparenz über die hauseigenen Bestände zu bekommen. Diese Daten sind heute auszugsweise auch in das Learning Center eingebunden, der Datenaustausch zwischen den Systemen findet über standardisierte Schnittstellen statt.

Für die Erarbeitung der wissenschaftlichen Inhalte für das Learning Center sowie für die Medienstationen in der Dauerausstellung waren zunächst Historiker der Firmen Thunderwave und Pandora beauftragt. Sie arbeiteten eng mit dem wissenschaftlichen Stab des Jüdischen Museum Berlin zusammen und orientierten sich an deren Vorgaben. Daraus entstanden im ersten Schritt zwei filmische Prototypen, sogenannte Eingangsfilme oder „digitale Intros“ mit ca. 5 Minuten Länge als Präsentationseinheiten für das Learning Center mit den Titeln: „Vorstoß und Rückzug. Der Kampf für das Vaterland 1812 - 1917“ sowie „Stereotype christlicher Judenfeindschaft“. Zusätzlich wurde umfassendes Hintergrundmaterial für eine fortführende und tiefere Beschäftigung mit dem jeweiligen Thema erarbeitet, hauptsächlich in Text- und Bildform.

Durch im Film erscheinende Schlagworte, die später den Einstieg in die jeweiligen Unterthemen bieten sollten sowie Unterbrechungs- und Wiederholungsmöglichkeiten des Films sollte der Besucher die Möglichkeit erhalten, nach oder während des Einführungsfilmes, den ihn interessierenden Themen nachzugehen.

Aus den Erfahrungen bei der Produktion dieser Introfilme und den Ergebnissen bei der Evaluierung des Konzepts erweiterte sich die Konzeption für die Präsentation der Inhalte. Es wurden sogenannte "Visitor Experiences" für alle Bereiche des Jüdischen Museums erarbeitet, die im Vorfeld die Erwartungen der Besucher definierten und als Leitfaden bei der Umsetzung des Konzepts dienen sollten. Daneben wurden, in klassischer Weise, auch die Zielgruppen für die jeweiligen Ausstellungsbeiträge definiert – mit dem Ergebnis, dass wohl alle Besucher, gleich welchen Alters, welcher Nationalität, welchen Bildungsstandes und vor allem welchen Interessen und Erwartungen auch immer - das Learning Center besuchen können – und für alle sollte ein Angebot da sein, dass ihr Interesse und ihre Aufmerksamkeit erregt.

Ord nende Kategorien

In Anlehnung an die Dauerausstellung, die, nach Themen geordnet, chronologische Ansätze zeigt, sollten im Learning Center andere Ordnungsprinzipien verwendet werden: Das Prinzip, dass jedes Objekt und jedes Ereignis zwar singulär ist, in verschiedenen Kontexten jedoch andere Informationen vermittelt oder andere Geschichten erzählt, lehnt sich intern an die folgende Struktur an.

Als Kategorien für diese Kontextualisierung wurden die Kategorien

- Menschen
- Zeiten
- Ideen
- Dinge
- Orte

eingeführt, zu denen sich die „Geschichten“ des Learning Centers gruppieren lassen. Ein Objekt kann aus einer zeitlichen Perspektive ebenso erläutert werden wie aus der Perspektive einer Region oder des Künstlers. Daher gehören beispielsweise zu einem Objekt oder Ereignis immer mehrere Sichtweisen, die sich in Form von Geschichten darstellen und vermitteln lassen (wir haben hier also ein Modell ähnlich dem Zauberwürfel mit vielfältigsten Dimensionen). Die verschiedenen Sichtweisen auf die Dinge spiegeln auch die Grundstruktur eines historischen Museums wider - vielfältige Objekte lassen sich in verschiedenste Kontexte gliedern und in immer wieder anderer Form ausstellen. Das gleiche geschieht nun mit den Objekten in digitaler Form. Es werden narrativ-dokumentarische Geschichten multimedial in Szene gesetzt als Träger der Informationen eines Museums - dies ist ein Gestaltungsansatz, der sich nach unseren Erfahrungen und Beobachtungen mehr und mehr in Museen verwendet wird.

Werkzeuge für Digitale Szenografie

Wie wird die digitale Erstellung und Abbildung von Geschichten möglich? Für das Jüdische Museum Berlin wurde ein "Content-Enrich- und Enlargement" Workflow als detaillierter Arbeitsablauf erstellt. Er beschreibt - neben den klassischen Prozessabläufen bei der Inhaltserstellung - den Prozess der Erweiterung und Veredelung von "Museumsinhalten". Diese Prozesskette wird durchgängig unterstützt von einem Softwarewerkzeug, mit dem mehrere Abteilungen arbeiten.

Diese Software, das Content Management System ORA (Objekt Recherche Assistent) wurde für die Erfassung, Strukturierung, Aufbereitung und Auspielung von multimedialen Inhalten in kulturellen Organisationen entwickelt. ORA ist ein benutzerfreundliches und effizientes Werkzeug für die Wissenschaftler und Mitarbeiter eines Museum und ermöglicht den Prozess der Entstehung digitaler Formen der Inhaltsvermittlung- und präsentation. Für die Arbeit der Pandora GmbH mit Museen und Kulturorganisationen hat sich dabei der Begriff „**Digitale Szenografie**“ etabliert, da dieser den Stellenwert, den eine multimediale Unterstützung von Objekten im Museum haben kann oder soll, am ehesten beschreibt. Durch digitale Szenografie wird ein Lernraum geschaffen zwischen denjenigen, die interaktive Inhalte und Applikationen komponieren und erzählen und denjenigen, die sie sich in der kritischen Auseinandersetzung multimedial und interaktiv aneignen.

Entstehung der "Digitalen Szenografie"

Was tut man mit den hervorragend recherchierten Informationen, so wie sie in Museen entstehen, um sie einerseits zu erhalten und andererseits hausintern oder nach Belieben auch weltweit, per Internet, zugänglich zu machen? Man erfasst sie strukturiert in einer leistungsfähigen Datenbank, die als Basis für die Software ORA dient. Damit können Medienobjekte wie Text, Bild, Audio, Video sowie Animationen erfasst und mit Metadaten versehen gespeichert werden.

Nun kommt erneut der Punkt der verschiedenen Sichtweisen und Interessen auf Objekte. Mit einem weiteren Tool von ORA System wird eine thematische Gliederung und Vorgabe für die Struktur der Geschichte oder der Katalogseite für eine spätere Auspielung erstellt. Als Praxisbeispiel wurde beim Learning Center neben den bereits erwähnten Geschichten die Bereiche Katalog, Lexikon sowie der Service einer Text- und Indexsuche ausgewählt. Diese Bereiche sind beliebig erweiterbar: demnächst wird eine chronologische Übersicht über historische Ereignisse das Informationsangebot erweitern.



Die Form der Verpackung, die Aufbereitung und Erschließung der Inhalte für den Besucher und Benutzer ist einer der wesentlichen Punkte zum Abschluss bei der Gestaltung von Informationen. Hier entscheidet sich zwar nicht allein, ob das Angebot das Interesse und die Aufmerksamkeit des Besuchers weckt jedoch ist mit der Auswahl von Farbe und Form, von Typographie und Stil ein maßgeblicher Anspruch an die Präsentation verknüpft. Nur wenn die Erstellung der Inhalte mit entsprechenden stilistischen Vorgaben mittels der Software eine variable, jederzeit aktualisierbare und ausgewogene Präsentation ermöglicht, kann auch der Mitarbeiterstab eines Museums eigene Präsentationen erarbeiten.



Neue Wege der Vermittlung oder wie im Titel genannt: innovative Wissensvermittlung - darunter verstehen wir neben der herkömmlichen Präsentation der Originale und Bestände die Anreicherung von Objekten mit vielschichtigen Informationen, Einbettung in Kompositionen und Verknüpfung über multimediale Geschichten. So kann ein Teil des ursprünglichen Kontexts wieder entstehen und zum Verständnis des Objektes oder der Kultur beitragen um so eine tiefere Einsicht der Dinge zu erhalten.

Diese Sichtweisen auf das Bewahrenswerte, was sich in Museen und Archiven wiederfindet, soll den Diskurs der Besucher fördern. Es soll Diskussionen eröffnen und Gesehenes hinterfragen. Gerade für die jüngeren Besucher, für Schüler und Studenten, die den Computer als beinahe unverzichtbares Arbeitsmittel nutzen, gibt diese Form der Präsentation und die

Möglichkeit der eigenen Exploration der Inhalte eine neue Vertrautheit im Umgang mit der alten Geschichte.

Aspekte des Nutzens

ORA wurde flächendeckend in den mit der Inhaltserstellung und –produktion betrauten Abteilungen des Jüdischen Museum Berlin eingeführt und erlaubt heute eine verteilte Erstellung von Multimedia-Anwendungen sowie die gemeinsame Verwaltung der Objekte und ihrer Metadaten mit Services wie Rollenmanagement oder Aufgabenverwaltungen. Dieser kurz geschilderte Prozess der Erstellung, Einführung und des Umgangs mit ORA dauerte natürlich in Wirklichkeit mehrere Monate, die für die Konzeption, Absprachen, Diskussionen und Probeläufe verwendet wurden.

Daraus ergibt sich die Frage, warum setzt sich ein Museum, dessen Mitarbeiter bei der Größe eines solchen Projekts genauso viel Arbeitsaufwand und Engagement wie der Dienstleister selbst aufbringen müssen, solchen Mühen und Herausforderungen aus?

- Neue Wege der Vermittlung - ist ein Punkt, der maßgeblich für die Beschäftigung mit und Einführung von computergestützten Informationssystemen spricht. Ziel ist es, die sehr unterschiedlichen Wissensbedürfnisse und Informationszugänge der Besucher zielgerichtet zu befriedigen.
- Nachhaltigkeitskriterien – da der Einsatz von Softwarewerkzeugen nicht nur die interne Effizienz im Museum verbessert, sondern die Mitarbeiter selbst befähigt und in die Lage versetzt, ihre Inhalte für digitale Vermittlungsformen anzureichern und zu veredeln.
- Technikaffinität - ist ein Punkt, der sich bei vielen Mitarbeitern und z.B. beim Direktor des Jüdischen Museums Berlin, Michael W. Blumenthal findet Die Unterstützung durch solch wichtige Promotoren motivieren das Team und fördern den Projekterfolg.

Mit der Einrichtung des Rafael Roth Learning Centers für Einzel- und Gruppenbesucher als historisches Informationszentrum sowie der Einbringung zahlreicher Medienstationen in der Dauerausstellung hat das Jüdische Museum Berlin nicht nur "Attraktionen" geschaffen sondern konsequent seine Formen der Vermittlung an den Bedürfnissen seiner vielschichtigen und internationalen Besucher orientiert. Mit dem hohen Invest an Energie für die Umsetzung dieses Projekts sind die Grundlagen geschaffen für die digitale Form der Vermittlung, sei es über Intranet, Internet und CD-ROM geschaffen, ebenso wie die Basis für Katalogdruck und Flyererstellung.

Bettina Schoch, Pandora Neue Medien GmbH

Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung am 23./24. Mai 2002 im Medienzentrum Rheinland, Düsseldorf

Die Tagung wurde veranstaltet durch das
Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND

