

Der »Anker« im digitalen Raum

Sybille Greisinger

Museumswebseiten erstellen mit BYSEUM

»Die hohe Zahl an täglichen Zugriffen macht das WWW zu einem hervorragenden Werbemedium für Museen.«¹ – zu dieser Feststellung kommt bereits ein Aufsatz der Zeitschrift *Kunstchronik* 1997. Im selben Jahr wurde auch die repräsentative ARD/ZDF-Online-Studie² zum Thema »Onlinenutzung« zum ersten Mal erhoben, welche seither als Seismograph der Webnutzung in Deutschland gilt. Beides waren deutliche Zeichen eines »digitalen Aufbruchs« in Deutschland, der auch die Museen miteinschloss, die damals – im internationalen Vergleich mit nur wenigen Monaten Verzug – mit einer ersten Webseite online gingen.³

2015 blicken wir in Deutschland nun auf 56,1 Millionen Onliner, das entspricht 79,5 % der Gesamtbevölkerung.⁴ Verglichen etwa mit der massiven Expansion von 2010, bei der ein Zuwachs bei der Online-Nutzung von 15 % verzeichnet wurde (68,1 %, 48,1 Mio.)⁵, kann man heute nur noch eine recht geringe Steigerung feststellen. Allerdings kam hier in den letzten Jahren ein weiterer Aspekt hinzu: die Online-Nutzung auf mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets.⁶

Die Zugriffszahlen im Web sind, will man an das Zitat aus der *Kunstchronik* anknüpfen, seit 1997 astronomisch gestiegen. So wies das als Beispiel aufgeführte Metropolitan Museum of Art in New York im Jahr 1997 63.000 Zugriffe pro Tag auf.⁷ 2014 sind es über 26 Millionen Einzelnutzer.⁸ Es lohnt sich also für Kultureinrichtungen, im Internet präsent zu sein.

Museumswebseiten in Deutschland

Ein Blick auf die Museumslandschaft Deutschlands zeigt jedoch, dass eine Webseite auch heute noch nicht zur musealen »Grundausstattung« zählt. 2013 gaben nur 2.527 von 5.140 Museen bei der jährlich deutschlandweit erhobenen Umfrage des Instituts für Museumsforschung in Berlin an, dass sie über einen eigenen Internetauftritt verfügen würden – das entspricht lediglich 62,6 % der bei dieser Zusatzfrage erfassten Institutionen⁹ –, wobei weitere 33,6 % auf einer Webseite eines anderen Anbieters (Webseite der Stadt, Museumsportale etc.) vertreten waren und 3,8 % hierzu keine Angaben machten.¹⁰

Museumswebseiten in Bayern

Was Bayern betrifft, zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Von 959 antwortenden Museen gaben hier 420 Institutionen an, eine eigene Webseite zu haben, 279 waren dagegen ausschließlich auf anderen Webseiten mitrepräsentiert, 19 machten keine Angaben und weitere 241 Museen ließen die Zusatzfragen zur Webnutzung komplett aus.¹¹ Ein Missverhältnis angesichts der Bedeutung des Internets: Denn die Webseite ist nicht nur als eine »Visitenkarte im Web« zu verstehen, die über einen möglichen Museumsbesuch mitentscheidet, sondern sie ist auch ein erster Schritt in den digitalen Raum. Die Bezeichnung der Webseite als »Anker« verdeutlicht dies dabei recht treffend, denn sie verortet die Institution im Digitalen. So dient etwa die Impressums-Seite als Referenz aller betriebenen Social-Media-Plattformen oder die Webseite wird interaktiv, indem sie Inhalten aus den Sozialen Netzwerken aggregiert. In erster Linie ist sie jedoch eine Tür ins





BYSEUM-Schulung
in Wildbad Kreuth,
26.-27.10.2015
Foto: Landesstelle

Museum, die 24 Stunden, sieben Tage die Woche für Interessierte und Informationssuchende offen steht.

BYSEUM

Die Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern hat hier ein Desiderat erkannt und so 2011 mit Unterstützung mit der Bayerischen Sparkassenstiftung das Webseiten-Projekt »BYSEUM« ins Leben gerufen, das den Museen bei der selbständigen Umsetzung einer eigenen Webseite zur Seite steht und ihnen eine technische Infrastruktur an die Hand gibt. Das Content-Management-System (CMS) sowie das Hosting und die Server-Architektur werden dabei gestellt.¹² BYSEUM ist einfach zu handhaben und auf die Bedürfnisse von Museumseinrichtungen zugeschnitten. Im Austausch mit den Anwendern wird darüber hinaus zukunftsorientiert weiterentwickelt. Der jeweilige Webseiten-Redakteur des Museums wird durch Video-Tutorials, mehrtägigen Schulungen sowie verschiedene Tagungsformate, die rund um das Themengebiet »Webseite« kreisen, weiterhin unterstützt. 2016 werden im Rahmen der Fortbildungsreihe »Museumspraxis« der Landesstelle zudem verstärkt Veranstaltungen angeboten, die sich an die bisherigen BYSEUM-Nutzer sowie neu gewonnene Interessenten richten. Alles in allem wurde ein Gesamtpaket entwickelt, das sicherstellen soll, dass jedes Museum ein Teil der digitalen Welt werden kann.

Neuerungen

Diesen Herbst wurde mit einem technischen Upgrade des gesamten Content-Management-Systems ein weiterer Meilenstein gesetzt. BYSEUM ist nun »full responsiv«. Es steht zukünftig eine Vielzahl an optimierten Funktionen zur Verfügung, welche im Folgenden in ihren Grundzügen aufgeführt sind.

Responsive Webdesign

Um die bisher tendenzielle Ähnlichkeit der einzelnen mit BYSEUM umgesetzten Webseiten-Layouts der Museen aufzubrechen, wurde ein neues Modul integriert, welches im Vergleich zum früher eher rigiden Aufbau dem Benutzer deutlich mehr Freiheiten einräumt. Egal, für welches Layout sich ein Redakteur entscheidet, es ist gewährleistet, dass dieses »full responsiv« ist und somit für alle Endgeräte optimiert. Ausgehend von vordefinierten »Templates« (Gestaltungsvorlagen), die auch ohne jegliche Anpassung übernommen werden können, ist der Redakteur in der Lage, das gewählte Webdesign mittels einer Konfigurationsfunktion weiter zu bearbeiten. Das Grundlayout, die Art der Navigation (horizontal, vertikal, Ausklappen etc.), kann dabei den jeweiligen Anforderungen angepasst und es können einzelne Webseitenelemente (Überschriften, Textcontainer, Bilder können) per Drag-and-drop jederzeit neu angeordnet werden.

Responsiv Webdesign, »reagierendes Webdesign«, bedeutet, dass das Layout einer Website flexibel gestaltet wird und geräteunabhängig auf Desktop-Computern, Tablets oder Smartphones mit gleichbleibender Benutzerfreundlichkeit dargestellt wird. Funktion, Design und Inhalt werden dynamisch der jeweiligen Bildschirmauflösung des verwendeten Gerätes angepasst.

Drag-and-drop, »Ziehen und Ablegen«, ist ein einfaches Verschieben von Dateien vom eigenen Rechner in das System, ohne diese extra hochladen zu müssen.

Neue Abschnittstypen, die die Webseite strukturieren, geben dem Redakteur darüber hinaus nun die Möglichkeit, Elemente wie »Teaser« als Blickfang einzusetzen, frei zu gestalten und über sie beispielsweise aktuelle Themen (Ausstellung, Tagung etc.) visuell attraktiv zu bewerben. Der Redakteur hat außerdem die Wahl zwischen verschiedenen webgeeigneten Schmuckschriften und kann Schritt für Schritt mit Hilfe des »Konfigurators« eine eigene Farbgestaltung umsetzen.

Frontend-Redaktion

Da Änderungen der Webseite primär im »Frontend«, also direkt im Webseitenlayout, durchgeführt werden, ist ihre Nachverfolgung und Überprüfung jederzeit möglich, bevor sie ins Live-System übernommen werden. Trotz dieses nun größeren Gestaltungsfreiraums bewegt man sich weiterhin innerhalb eines festgelegten Rasters, das sicherstellt, dass ein Webdesign lediglich durch ungeeignete Fotos oder eine ungeschickte Farbwahl Qualität verliert.

Datei-Upload/Bildbearbeitung

Ziel war auch eine nutzerfreundlichere Handhabung von Abbildungen und Dateien. So können nun mehrere Fotos gleichzeitig per Drag-and-drop ins System geladen und dort direkt, ohne Zuhilfenahme einer externen Software, in ihrem Bildausschnitt angepasst und zugeschnitten werden (das Originalbild bleibt bestehen). Dabei sind die vom Content-Management-System BYSEUM benötigten Standardformate bereits vordefiniert.

Suche

Jede mit BYSEUM erstellte Website kann darüber hinaus nun auf eine Volltextsuche zurückgreifen, die sämtliche Textinhalte der Website (ausgenommen der Downloads) durchsucht und in einer Ergebnisliste darstellt.

Formulare und Pressemitteilungen

Neu ist auch die Option, Kontaktformulare mittels Drag-and-drop zu erstellen und auf der Webseite an einer beliebigen Stelle zu integrieren. Das Kontaktformular ist dabei als Standardmodul im System hinterlegt. Veranstaltungsanmeldungsformulare sowie komplexere Abfragen mit Checkboxen, Auswahlmenüs oder Freitextbereichen können sehr einfach selbst gestaltet werden.

Für das Erstellen von Pressemitteilungen oder Presseseiten, auf denen Dateien zum Download zur Verfügung gestellt werden, gibt es im neuen BYSEUM-System sogar ein eigenes Modul.

Social-Media-Plattformen/Social Sharing

Viele Museen verfügen mittlerweile über eigene Social-Media-Plattformen, auf die bislang im BYSEUM-Webseitenlayout nur umständlich verlinkt werden konnte. Nun werden optional hinschaltbare Symbole an einer festen Stelle am Ende der Webseite eingeführt, welche auf das jeweilige Grundlayout abgestimmt sind. Standardmäßig ist es möglich, Verweise auf alle gängigen Plattformen wie Twitter, Facebook, YouTube, Vimeo, Instagram, Pinterest sowie ein Blog-Symbol zu implementieren.

Aber auch Museen, die nicht selbst im Social-Media-Bereich aktiv sind, können ihre Webseite für die Webseitenbesucher »teilbar« machen. Durch ein Erweiterungsmodul (in Form eines »Social-Sharing-Plugins«) kann der Webseitenbesucher so Inhalte über seine eigenen Kanäle als Facebook-Post bzw. Tweet direkt kommunizieren.

SEO/Zugänglichkeit/Webseitenanalyse

Das »A und O« im Web ist das Gefunden-werden. So sieht BYSEUM an verschiedenen Stellen die Hinterlegung von Suchmaschinen relevanten Text- sowie Schlagwort-Bereichen vor (»Search-Engine-Optimization«/Suchmaschinenoptimierung). Dies geht Hand in Hand mit der

Frontend und Backend, »vorderes und hinteres Ende«, sind verschiedene Darstellungsweisen eines Systems. Das Frontend ist die Ansichtseite, zumeist das, was der Benutzer ebenfalls sieht, wohingegen sich das Backend näher am System befindet und in der Regel nur vom System-Administrator einsehbar ist.



BYSEUM-Webseite umgesetzt in zwei unterschiedlichen Basis-Gestaltungen. Die Leiste unten zeigt jeweils den »Konfigurator«, Änderungen werden im »Frontend« vorgenommen. (zweite Variante S. 61)

Zugänglichkeit der Webseite (»Web Accessibility«). In diesem Zusammenhang soll sichergestellt werden, dass man Nutzergruppen nicht ausschließt. Die redaktionelle Schulung, die seit 2015 ebenfalls Teil des BYSEUM-Workshops ist, will speziell die Webredakteure für diese Themen sensibilisieren (siehe nachfolgender Artikel). Und auch eine Webseitenanalyse mittels externer Tools wie Google Analytics oder Piwik ist nun standardmäßig möglich.

Migration des alten BYSEUM-Systems

Alle BYSEUM-Nutzer, die das CMS bereits in Verwendung haben, werden das Upgrade erhalten. Ab Anfang 2016 beginnt die Migrationsphase für den Umstieg auf das neue System, der in Absprache mit den einzelnen Museen stattfindet. Im Vorfeld wird per Mail noch zu einer gemeinsamen Informationsveranstaltung eingeladen.

Die System-Migration wird in der Regel technisch reibungslos ablaufen. Das Aussehen und die Handhabung der Webseiten (»Look and Feel«) sowie alle Inhalte werden dabei übertragen und können dann gemäß der neu zur Verfügung stehenden Möglichkeiten überarbeitet werden. In wenigen Fällen, wie bei frei programmierten Bereichen (HTML) oder der nicht »responsiv« orientierten Integration von Videos, muss dies eventuell im neuen System nachträglich angepasst werden. Der Migrationszeitpunkt wird terminlich festgelegt. Dabei wird zunächst mit einer parallelen Version der Webseite im neuen System gearbeitet, um bei Bedarf Daten aus dem alten System zu kopieren bzw. zu übernehmen.

Alle Neuanwender werden zukünftig ausschließlich mit der neuen Version des BYSEUM-Systems arbeiten.

Fazit

Kurz zusammengefasst stellt das Upgrade von BYSEUM einen weiteren Schritt in Richtung Zukunft dar, der es ermöglichen soll, dass jedes betreute Museum unbürokratisch, unkompliziert und schnell einen eigenen attraktiven und zeitgemäßen Webauftritt erstellen kann.

Teilnehmen können grundsätzlich alle nichtstaatlichen Museen in Bayern. Dabei gelten die Richtlinien für die Aufnahme in die Museumsdatenbank »Museumsportal Bayern« (www.museen-in-bayern.de). Ansprechpartnerin für Interessenten ist die betreuende Referentin der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern Sybille Greisinger M. A. (sybille.greisinger@blfd.bayern.de).

→ www.byseum.de



¹ Huber, Hans Dieter: Museen im Internet (1), in: *Kunstchronik*, Jg. 50, Zentralinstitut für Kunstgeschichte in München (Hrsg.), München 1997, S. 33-34 (S. 34)

² Die ARD/ZDF-Online-Studie existiert seit 1997 im Auftrag der Medienkommission der Sender. Beteiligt an der jährlichen Erhebung der Zahlen sind die Forschungsabteilungen von BR, HR, rbb, SWR und ZDF. Sie untersuchen im Rahmen der Studie das Online-Verhalten in Deutschland mit speziellem Augenmerk auf die Entwicklung der Internetnutzung sowie im Besonderen den Umgang mit Online-Angeboten. Seit 2005 ist auch das Phänomen »Social Media«, zunächst als »Mitmach-Netz« und »Kommunikationsplattform« benannt, Teil der Befragung. Veröffentlicht wird die Studie in der Fachzeitschrift *Media Perspektive* (sowohl im Printmedium als auch online).

³ Vgl. Huber, Hans Dieter: Museen im Internet (2), in: *Kunstchronik*, Jg. 50, Zentralinstitut für Kunstgeschichte in München (Hrsg.), München 1997, S. 191-192 (S. 191); Wenngleich auch die erste Webseite, die des Briten Tim Berners-Lee, bereits 1989 programmiert wurde, begann erst in den 90er Jahren, bedingt durch die verbesserte technische Ausstattung, eine flächendeckende Nutzung des Internets.

⁴ Vgl. Frees, Beate/Koch, Wolfgang: Internetnutzung: Frequenz und Vielfalt nehmen in allen Altersgruppen

zu, in: *ARD/ZDF-Online-Studie 2015*, S. 366-377 (S. 366), www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2015/0915_Frees_Koch.pdf
Datenbasis: bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland. Ab 2010: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2015: 1.800 befragte Personen; 2011: 1.800 befragte Personen).

⁵ Vgl. Eimeren, Birgit van/Frees, Beate: Fast 50 Millionen Deutsche online Multimedia für alle?, in: *ARD/ZDF-Online-Studie 2010*, S. 334-349 (S. 335), www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2010/07-08-2010_van_Eimeren.pdf

⁶ Vgl. Koch, Wolfgang/Frees, Beate: Unterwegsnutzung des Internets wächst bei geringerer Intensität, in: *ARD/ZDF-Online-Studie 2015*, S. 378-382

⁷ Huber, Hans Dieter: Museen im Internet (1), S. 34

⁸ Metropolitan Museum of Art, Pressemitteilung vom 25.7.2014: Metropolitan Museum Announces 6.2 Million Annual Attendance, www.metmuseum.org/about-the-museum/press-room/news/2014/met-attendance-fy-2014

⁹ Das Institut für Museumsforschung befragte für die Erhebung von 2013 insgesamt 6.358 Museen. Die Rücklaufquote betrug 80,8 % (5.140 Museumseinrichtungen, wovon jedoch nur 4.038 Museen die Zusatzfragen zur Internetnutzung überhaupt beantwortet haben), vgl. Vorbemerkung,

in: *Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2013*, Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preussischer Kulturbesitz, Institut für Museumsforschung, Berlin (68) 2014, www.smb.museum/fileadmin/website/Institute/Institut_fuer_Museumsforschung/Materialien/Mat68.pdf

¹⁰ Vgl. ebd., S. 51 (Kapitel »Internet-auftritt der Museen«, S. 51-68)

¹¹ Die Auswertungen für jedes Bundesland werden nicht gesondert publiziert, sondern stehen nur der jeweiligen Museumsorganisation zur Verfügung. Quelle der Auswertung für Bayern: Institut für Museumsforschung, Berlin

¹² Vgl. Projektverlauf: Reindl, Isabel: Byseum – der Bausteinkasten für Museumswebsites. Ein Projekt der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern und der Bayerischen Sparkassenstiftung, in: *museum heute 40*, Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern (Hrsg.), München 2011, S. 45-49, www.museen-in-bayern.de/uploads/media/Mh_40.pdf