

Digitales Konzept für das Stadtmuseum Aarau (2022-2025)

Erstellt: Laura Schuppli/Marc Griesshammer
Stand: 1. März 2021



Digitales Konzept Stadtmuseum Aarau

Januar 2022

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
1.1	Ausgangslage	5
1.2	Handlungsfelder	6
2	Digitale Sammlung (Feld 1)	7
2.1	Ist-Situation und Handlungsbedarf	7
2.2	Massnahmen	8
2.2.1	Stete Inventarisierung im MuseumPlus & Betreuung der Sammlung online	8
2.2.2	Umstellung der Datenbank MuseumPlus von lokal auf online	8
2.2.3	Sicherung der Konservierungsstelle	8
2.2.4	Das Einrichten eines Zuganges zum Kantonsnetzwerk	8
3	Kuration (Handlungsfeld 2)	9
3.1	Ist-Situation und Handlungsbedarf	9
3.2	Massnahmen	9
3.2.1	Pilotstelle für digitale Kuration	9
3.2.3	Kooperationen mit Hochschulen und externen Partnern weiter ausbauen	9
3.2.4	Einrichten eines neuen «Digi Labs» in der Dauerausstellung	10
4	Vermittlung (Handlungsfeld 3)	10
4.1	Ist-Situation und Handlungsbedarf	10
4.2	Massnahmen	11
4.2.1	Vermittlungsangebot für Schulen, Kinder und Familien in den Strukturen des Museums verankern	11
4.2.2	Guides weiterbilden und digital uptodate halten	12
5	Digitale Kommunikation (Handlungsfeld 4)	13
5.1	Ist-Situation und Handlungsbedarf	13
5.2	Massnahmen	13
5.2.1	Zielgruppenspezifisch und kontinuierlich Informationen teilen	13
5.2.2	Digitale Hilfsmittel für Kommunikation testen und prüfen	13
5.2.3	Social Media Strategie ausarbeiten	14
5.2.4	Personen vor Ort informieren: Infoscreens im Haus	14
5.2.5	Publikumsgruppen evaluieren	14
5.2.6	Neue Webseite	14
6	Arbeitsorganisation und Infrastruktur (Handlungsfeld 5)	15
6.1	Ist-Situation und Handlungsbedarf	15
6.2	Massnahmen	15
6.2.1	Arbeitsprozesse vereinfachen	15
6.2.2	Ablageorganisation optimieren	16
6.2.3	Unterhalt Interaktive Stationen in der Dauer- und Sonderausstellung	16

6.2.4 Acta Nova optimieren	17
7 Personelle Ressourcen und Personalentwicklung (Handlungsfeld 6).....	17
7.1 <i>Ist-Situation und Handlungsbedarf</i>	17
7.2 <i>Massnahmen</i>	18
7.2.1 Pilotphase zur Sicherung der digitalen Inhalten und Vermittlung	18
7.2.2 Schulung von Personal: 3D-Druck und Microsoft Teams	18
8 Einsparungspotenzial und Nachhaltigkeit.....	18
9 Priorisierung, Timeline und Finanzierung der Massnahmen.....	20

1 Einleitung

Die moderne Gesellschaft befindet sich in einem digitalen Transformationsprozess. Das löst auch Veränderungsprozesse im Museum aus. Neben der veränderten Erwartungshaltung des Publikums betrifft dies auch die Betreuung der Sammlung, die Art der Vermittlung, die Möglichkeiten der Narration oder die räumliche Arbeit im Museum.

Das Stadtmuseum Aarau hat sich zum Ziel gesetzt, diesen Wandel aktiv mitzugestalten und gleichzeitig der Bevölkerung verständlich, nachvollzieh- und erlebbar aufzuzeigen.

Das Stadtmuseum hat den Anspruch, die Digitalisierung sowohl in der Museumsarbeit zu berücksichtigen, wie auch zum Inhalt von Anlässen, Ausstellungen und Vermittlungsprogrammen zu machen. Geleitet wird dabei durch folgende Grundsätze:

Grundsätze

Das Stadtmuseum leistet einen Beitrag an die Digitalkompetenz der Bevölkerung, folgt der städtischen Entwicklung zur "Smart City" und gilt als wichtige Akteurin im Bereich von digitalen Angeboten und deren Vermittlung.

Mit verschiedenen Veranstaltungen und digitalen Anwendungen nutzt das Museum nicht nur das Potenzial der digitalen Entwicklung, es macht sie selbst zum Thema und nimmt damit eine vermittelnde Rolle ein.

Das Sammeln und Bewahren ist eine der Kernaufgaben des Museums, bei welcher Digitalisierungsprozesse eine wesentliche Rolle einnehmen. Zum einen mit den nötigen Datenbanken in der Sammlungsorganisation, zum andern beim Erhalt von vergänglichen Originalen (zum Beispiel Fotografien, deren chemische Zersetzungsprozesse nicht aufhaltbar sind), deren "Erhalt" mittels Digital-Twin garantiert wird.

Das Stadtmuseum hat sich schweizweit in den vergangenen Jahren einen hervorragenden Ruf für seine Arbeit rund um Fotografie und digitale Vermittlung erarbeitet. Die ausgewiesene Expertise wird deshalb immer wieder von Dritten angefragt. Das Stadtmuseum ist solchen Anfragen gegenüber sehr offen, denn Kooperation und Austausch sind wichtig und neue Angebote werden stets unter Berücksichtigung dieser Aspekte entwickelt. Im Zentrum stehen dabei die Zusammenarbeit mit anderen Museen, Fachhochschulen/Universitäten und Stiftungen, welche sich in diesem Bereich engagieren. Ebenso wichtig sind der Austausch und die Zusammenarbeit mit der Stadtbibliothek, dem Digitalmanagement und ICT-Abteilung der Stadt.

Die Aufgabenbereiche in Bezug auf die digitalen Inhalte und Technologien sind klar definiert und werden im Team gemäss den Stellenprofilen verteilt. Mit dem vorliegenden Konzept soll die Grundlage geschaffen werden, dass die Arbeit effizient und qualitativ hochstehend erledigt werden und Mitarbeiter/-innen sensibilisiert und motiviert werden, die digitalen Möglichkeiten in den Berufsalltag zu integrieren.



Abb 1: Dauerausstellung 100xAarau, 2018. Foto: Peter Koehl

1.1 Ausgangslage

Das Museum der Gegenwart und der Zukunft arbeitet nicht nur in gemauerten Wänden, sondern vermittelt sein Wissen und bewahrt das Gedächtnis der Stadt genauso im digitalen Raum. So zeigt sich an den bereits bestehenden digitalen Anwendungen, Prozessen und Inhalten, dass die Digitalität längst die ganze Museumsarbeit durchdrungen hat. Und diese Entwicklung ist noch lange nicht zu Ende. Der technische Fortschritt geht weiter, stetig kommen verbesserte und neue Technologien auf den Markt. Das Stadtmuseum muss auch in diesem Bereich mithalten können und den sich verändernden Bedürfnissen der Gesellschaft gerecht werden.

Durch vielfältige digitale Angebote sowie durch die Vermittlung digitaler Kompetenzen für alle Generationen und Bevölkerungsschichten gibt das Museum Orientierung in digitalen Wissenswelten, schafft einfache Zugänge und ermöglicht persönliche Erfahrungen in einem schwer greifbaren Themenkomplex. Auf diese Weise verringert das Stadtmuseum den digitalen Graben in der Bevölkerung und leistet auf einfach zugängliche Art die Kompetenzbildung einer immer wichtigeren Anforderung unserer Arbeits- und Lebenswelt.

Damit leistet das Stadtmuseum einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der digitalen Ziele der Stadt Aarau. Denn hier verfolgt diese als Standortgemeinde und Trägerin des Stadtmuseums mit seinem Entwicklungskonzept einer Smart City das Ziel, die digitale Transformation zugunsten einer höheren Lebensqualität in der Stadt umzusetzen.

Deshalb ist es wichtig, seitens des Stadtmuseums eine Bestandaufnahme zu machen und eine digitale Strategie für das Museum zu entwerfen, die sowohl Massnahmen zur Erfüllung des Leitbilds als auch Programm, Vermittlung, Sammlung und Arbeitsorganisation einschliesst. Denn Zielgruppenorientierung, Prozessoptimierung und Überprüfung von Servicequalität sind im Digitalen genauso wichtig wie im Analogen.

1.2 Handlungsfelder

Wie oben dargelegt ist die Digitalisierung ein komplexer Strukturwandel und betrifft alle Organisationsbereiche einer Institution. Sie muss folglich in allen betrieblichen Bereichen mitgedacht und im bestehenden organisatorischen Kontext rund um die Institution entwickelt werden. Orientierung gab dabei die strategische und operative Entwicklung rund um das Konzept "Smart City" der Stadt Aarau.

"Smart City" steht für gesamtheitliche Entwicklungskonzepte, die darauf abzielen, Städte effizienter, technologisch fortschrittlicher, grüner und sozial inklusiver zu gestalten. Themen sind beispielsweise die Anwendung der Digitalisierung und moderner Technologien für innovative Dienstleistungen. Als Gedächtnisspeicher der Stadt, attraktiver Begegnungsort und Ort der Freizeitgestaltung und des lebenslangen Lernens ist das Stadtmuseum ein wichtiges Element der "Smart City Aarau". Für die Festlegung der Handlungsfelder des Museums wurden folgende Themenbereiche betrachtet:



Abb.2: Themenbereiche für digitales Konzept in Anlehnung an das "Smart City Wheel" nach Cohen

Für das digitale Museumskonzept lassen sich daraus sechs Handlungsfelder definieren, welche die Grundlage der folgenden Analyse und den daraus abgeleiteten Massnahmen bilden.

Feld 1	Feld 2	Feld 3	Feld 4	Feld 5	Feld 6
Digitale Sammlung	Digitale Kuratation	Digitale Vermittlung	Digitale Kommunikation	Digitale Arbeitsorganisation u. Infrastruktur	Personelle Entwicklung / Ressourcen

2 Digitale Sammlung (Feld 1)

2.1 Ist-Situation und Handlungsbedarf

Die Sammlung des Stadtmuseums umfasst rund 60'000 Objekte: Möbel, Fotografien, Plakate, Grafiken, Preziosen, Gebrauchsgegenstände und technisches Kulturgut, hauptsächlich aus dem 18. bis 20. Jahrhundert. Zum Handlungsfeld Sammlung gehört die Inventarisierung, die Konservierung und die Digitalisierung. In allen drei Bereichen sind digitale Arbeitsprozesse grundlegend. Die Objekte in der Sammlung werden in der Datenbank MuseumPlus erfasst, die über den lokalen Server läuft. Die Sicherung dieser digitalen Kopien erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Digitalmanagement der Stadt, welches in die Prozesse rund um den Speicherbedarf für die Foto-Digitalisate eingebunden ist. Ein Teil dieser erfassten Objekte wird so aufbereitet, dass sie digital ausgestellt und der Öffentlichkeit über die Stadtmuseum-Webseite als digitale Sammlung frei zugänglich gemacht werden.

Weiter ist das Stadtmuseum im Besitz einer bedeutenden Sammlung von ca. 2'000 historischen fotografischen Glasnegativen und Glaspositiven. Viele dieser Glasplatten haben einen direkten Aarau-Bezug und sind fotogeschichtlich von Bedeutung, da sie aus dem frühen Schaffenszeitraum aus Aarau stammen. Der Bestand konnte dank der finanziellen Unterstützung von Memoriav (Verein zur Erhaltung des audiovisuellen Kulturgutes der Schweiz) zu Teilen inventarisiert, digitalisiert und konservatorisch bearbeitet werden. Diese Finanzierung des gewählten Teilbestandes lief Ende 2021 aus. Die Möglichkeit zur Finanzierung eines weiteren Teilbestandes ab 2023 durch memoriav wird aktuell abgeklärt.

Ein weiteres Kooperationsprojekt besteht mit dem Kanton Aargau: Im Rahmen von «Fokus Ringier Bildarchiv» (2017-2024) vereinen das Stadtmuseum Aarau und Bibliothek und Archiv Aargau/Staatsarchiv ihre Kompetenzen und beherbergen und erschliessen das Pressebildarchiv von Ringier. Dafür teilen sich der Kanton und die Stadt zwei Foto-Digitalisierungs-Arbeitsplätze (70 Stellenprozent). Sowohl die Konservierungsstelle wie auch die beiden Foto-Digitalisierungsstellen werden über die Kooperationsprojekte finanziert. Mit dem Projektabschluss von Memoriav ist ab 2022 noch eine Person mit einer 20%-Stelle für die Konservierung tätig, mit dem Ablauf der aktuellen Kooperationsvereinbarung "Medien-Bilder-Welten" mit dem Kanton 2024 laufen auch die beiden Digitalisierungsstellen aus.



Abb. 3: Konservierung im Schauarchiv, 2018 Foto: Gabriela Acklin

2.2 Massnahmen

2.2.1 Stete Inventarisierung im MuseumPlus & Betreuung der Sammlung online

Im MuseumPlus sind sowohl die RBA-Bestände (im Rahmen der Kooperation), die Sammlungstücke des Museums wie auch die Adressdateien und die Bibliothek des Museums erfasst. Diese Datenbank gilt es, regelmässig zu pflegen, upzudaten und Neuzugänge zu ergänzen/inventarisieren/metadatieren. Auch gilt es weiterhin, Teile der Sammlung des Museums auf der Webseite online zu stellen und die digitale Sammlung entsprechend zu pflegen und erweitern.

Massnahme 1:
Kontinuierliche Pflege der Datenbank und der Sammlung online

2.2.2 Umstellung der Datenbank MuseumPlus von lokal auf online

Das Stadtmuseum hat keine browserbasierte Access-Datenbank, sondern eine, die auf dem lokalen Server liegt. Für eine Onlineversion wurde von der Abteilung Kultur der Stadt bereits ein Antrag gestellt. Die Umstellung auf eine aktualisierte und online-basierte Version erfolgt voraussichtlich bis April 2022. Ziel ist es, die Sammlung komplett in der Onlineversion zu erschliessen. Wie viel die Migration an Arbeitsaufwand bedeutet, ist noch nicht abschliessend zu beurteilen.

Massnahme 2:
Umstellung des Programms Museumplus von dem lokalen Server auf eine online Datenbank

2.2.3 Sicherung der Konservierungsstelle

Zwar konnten Teilbestände aus der Glasplattensammlung mit dem Memoriav-Projekt restauriert und digitalisiert werden, doch besitzt das Stadtmuseum viele weitere, unbearbeitete Glasobjekte, Lichtbilder und Dias. Für diese Arbeit bräuchte es ab 2022 neue Ressourcen, da die konservatorische Arbeit nach dem Abschluss des Memoriav-Projekts im Museum fehlt. Denn bevor die fotografische Sammlung digitalisiert werden kann, muss sie restauriert werden.

Massnahme 3:
Sicherung einer längerfristigen Stelle 20-40 % für die Foto-Konservierung. In einem nächsten Schritt wird nochmals mit der Stiftung memoriav über ein weiteres Teilprojekt verhandelt.

2.2.4 Das Einrichten eines Zuganges zum Kantonsnetzwerk

Die beiden Foto-Digitalisierungsstellen, die sich den physischen Arbeitsplatz im Museum teilen, laufen über die Kooperation mit Staatsarchiv des Kantons Aargau rund um das Ringier Bildarchiv. Da Kanton und Stadt unterschiedliche Arbeitstools bei der Datenverarbeitung verwenden bzw. mit unterschiedlichen Serverzugängen arbeiten, ist der Workflow umständlich und mit viel Rechner-Arbeiten verbunden. Ein Zugang zum Kantonsnetzwerk im Stadtmuseum wäre für die Arbeit hilfreich. Denn Daten werden auf dem lokalen Bilderserver gespeichert, der Datentransfer ist jedoch kompliziert und zeitaufwendig. Ausserdem müssen sich die beiden Foto-Digitalisierungsstellen den Arbeitsplatz teilen, was für Arbeitsorganisation in Bezug auf die Effizienz nicht optimal.

Massnahme 4:
Vereinfachung der Arbeitsprozesse durch einen zusätzlichen Zugang zum Kantonsnetzwerk, Prüfung Einrichtung eines zweiten Arbeitsplatzes

3 Kuration (Handlungsfeld 2)

3.1 Ist-Situation und Handlungsbedarf

Wie eingangs erwähnt, sind Museen vom digitalen Wandel genauso wie der Rest der Gesellschaft betroffen. Als zeitgemässes Museum gilt es, diese Transformation zu reflektieren und mitzugestalten. Das Stadtmuseum Aarau hat sich in den letzten Jahren so positioniert, dass es diesen Veränderungsprozess aktiv in seine Museumstätigkeit integriert und gleichzeitig der Bevölkerung verständlich, nachvollziehbar und physisch erfahrbar machen kann. Mit der Ausstellung PLAY konnte 2018 sehr erfolgreich ein entsprechender Fokus gesetzt und wertvolle Erfahrungen gesammelt werden. Diese Arbeit zu gesellschaftlich wichtigen Bereichen Medienkompetenz und digitale Transformation soll nun fortgesetzt werden. Genauso wie die Präsentation und Zugänglichmachung von musealen Inhalten mit zeitgemässen digitalen Technologien, wie sie im Alltag auch genutzt werden. Gemeint sind damit der Zugang zur Sammlung und Ausstellungen über digitale Alltagsgeräte wie Handy oder Tablets, aber auch die Integration von sozialen Netzwerken und Museumsdatenbanken. Gleichzeitig wird eine noch stärkere physische Präsenz und Erlebbares des «Digitalen» in den Ausstellungen angestrebt. Aktuell geschieht dies beispielsweise im Zuge der Überarbeitung der Dauerausstellung: Ein Raum, der genutzt werden darf, um sich digitalen Projekten zu widmen, der als Forschungs- oder Labor für Arbeit mit dem Digitalen funktioniert und gleichzeitig zwei der Schwerpunkte aus dem Leitbild des Museums, die «Kooperation» (mit Fachhochschulen FHNW, HSLU etc.) und die «Partizipation» (mit Fokusgruppen aus unserem Publikum) möglich macht.

Weiter ins Angebot aufgenommen werden die Museumsgames aus dem dreijährigen Projekt "games@museums", welches durch den Migros Engagement Fonds gefördert wurde. Die Spiele namens "Mord im Museum", "Alchemy" und "Art Lover" ermöglichen eine niederschwellige und dennoch massgeschneiderte Wissensvermittlung und schlagen eine Brücke von Kuration zur Unterhaltung.

3.2 Massnahmen

3.2.1 Pilotstelle für digitale Kuration

Diese projektbezogenen Inhalte sind alle dank Drittmittelfinanzierung und dank der Kooperation Medien-Bilder-Welten mit dem Kanton zustande gekommen. Die dort dafür geschaffenen Stellenprozente innerhalb der Kooperation sind allerdings nur bis Ende 2022 bestimmt.

Zudem haben die vergangenen Pandemie-Monate mit Schliessungen, Homeoffice etc. dem Museumsteam die Möglichkeit gegeben, verschiedenen digitale Projekte anzustossen und zu realisieren. Die Weiterführung dieser Arbeit im regulären Betrieb hat sich allerdings als grosse Herausforderung erwiesen, da diese digitale Arbeit jetzt einfach zur regulär anfallenden Arbeit dazu kommt, was zu einer Überbeanspruchung der personellen Ressourcen führt. Dass das Stadtmuseum diese Aufgaben trotzdem erfolgreich meistert, zeigen der grosse Erfolg beim Publikum und die hohe Anerkennung in Fachkreisen, welche das Museum für diese Arbeit erhält.

Massnahme wird unter Punkt 6 Personelles und Pilotstelle für digitale Kuration 50% gelistet.

3.2.3 Kooperationen mit Hochschulen und externen Partnern weiter ausbauen

Kooperationen zu organisieren und zu pflegen ist Teil des Leitbilds des Stadtmuseums. Das Museum versteht sich als Plattform, das Synergien nutzen möchte und die Zusammenarbeit mit Externen als sehr bereichernd wahrnimmt. Deswegen gibt es regelmässig Zusammenar-

beiten mit Hochschulen, in welchen die digitale Vermittlung bzw. digitale Formate eine wesentliche Rolle spielen. Wie zum Beispiel 2017 mit dem Projekt games@museums, 2019 mit dem Projekt Exploring History (FHNW) oder 2021 mit dem Bilderschau-Projekt mit der HSLU. Einmal im Jahr finden ausserdem die Digital Days Aarau statt, die gemeinsam mit der Stadt und dem Kanton sowie den beiden Unternehmen KENDRIS und PREVION organisiert und durchgeführt werden. Das Stadtmuseum leistet mit einer VR-Ausstellung, Schulklassen-Workshops und öffentlichen Angeboten zu Robotik, Minecraft und Medienkonsum einen massgeblichen Beitrag zum Programm.

Massnahme 5

Weiterhin Raum für mögliche Kooperationen bieten, Ressourcen dafür einplanen, nach Möglichkeit, nachhaltigen Synergien suchen

3.2.4 Einrichten eines neuen «Digi Labs» in der Dauerausstellung

Mit einem «Digi Lab» (Arbeitstitel) soll die digitale Vermittlung bzw. die Arbeit mit digitalen Tools vor Ort eine physische Präsenz erhalten. Im Rahmen der Überarbeitung der Dauerausstellung soll dafür ein eigener Raum zur Verfügung gestellt werden. Dadurch können die Kooperationen mit Netzwerkpartnern und Hochschulen (siehe auch oben) gestärkt und stetig verankert werden. Das Museum bietet seinen Partnern damit einen attraktiven Standort um eigene Entwicklungen einem Publikum zugänglich zu machen, wobei das Museum von Anwendung neuester Technik profitiert und dem Publikum erlebbar machen kann.

Massnahme 6

Konzept für DigiLab erstellen, Drittmittel (Stiftungen/Sponsoren) für Szenografie und Technik finden

4 Vermittlung (Handlungsfeld 3)

4.1 Ist-Situation und Handlungsbedarf

Mit der Ausstellung PLAY wurden 2018 erstmals Schulklassen-Workshops mit dem Fokus Vermittlung von Medienkompetenzen angeboten. Aus der darauffolgenden Ausstellung ROBOZÄN entstanden Vermittlungsangebote rund um das Erlernen von Programmierung mittels einfacher digitaler Tools.

Dazu kommen öffentliche Workshops, aber auch kleine Pop-Up-Formate und Veranstaltungen im Foyer, die sich Themen digitalen Entwicklungen und Trends in der Praxis widmen und einem breiten Publikum vermittelt werden z.B. Pop-Ups zu VR in andern Museen, aber auch in Tanz, Film und Theater.



Abb. 4: Minecraft-Workshop im Ferienprogramm, 2021. Foto: Laura Schuppli

4.2 Massnahmen

4.2.1 Vermittlungsangebot für Schulen, Kinder und Familien in den Strukturen des Museums verankern

Aus dem Lockdown heraus hat das Stadtmuseum mit der Entwicklung eines Minecraft-Workshop für Schulklassen begonnen, der sowohl im Museum wie auch im Klassenzimmer stattfinden kann. Den Klassen würde dieser ermöglichen, sich auch im Klassenzimmer mit Museumsinhalten zu beschäftigen, ohne vor Ort anwesend sein zu müssen. Damit reagiert das Stadtmuseum und nutzt die Vorzüge digitaler Techniken um seine Reichweite auszudehnen und Schulen zu erreichen, die zwar weiter weg sind, eine Reise nach Aarau nicht möglich ist, sich aber für unsere Themen interessieren. Dieses Remote-Angebot hat in der Schweiz Pioniercharakter und besitzt längerfristig grosses Potential, weil Reisekosten und "Schulabsenzen" umgangen werden können.

Weiter ist ein Game-Storytelling-Workshop rund um "games@museums" für Schulklassen am Entstehen, um das Co-kreative Potenzial des Projekts auszuschöpfen. Ebenfalls weitfortgeschritten ist die Aufnahme eines Robotik-Workshops in Zusammenarbeit mit der FHNW, Institut für Automation.

Massnahme wird unter Punkt 6 Personelles und Pilotstelle für digitale Vermittlung 30% gelistet.

4.2.2 Guides weiterbilden und digital uptodate halten

Einhergehend mit der stetigen technischen Entwicklung müssen Wissensstand und Anwendungsskills der Vermittlungspersonen stets überprüft und diese von Zeit zu Zeit weitergebildet werden, damit eine glaubwürdige und reibungslose Vermittlung ans Publikum garantiert werden kann.

Massnahme 7:
Regelmässige Weiterbildung für das Vermittlungsteam



Abb. 5: games@museums Workshop mit einer Schulklasse, 2021. Foto: Patrick Besch

5 Digitale Kommunikation (Handlungsfeld 4)

5.1 Ist-Situation und Handlungsbedarf

Das Stadtmuseum kommuniziert über verschiedenen digitale Wege nach Aussen: Die Webseite funktioniert als Informationsplattform, beinhaltet die Sammlung Online sowie den Veranstaltungskalender. Ein bis zweimal im Monat wird ein Newsletter verschickt, der die Interessierten über die neusten Projekte und Veranstaltungen informiert. Ausserdem werden die Social Media Kanäle Instagram, Facebook, LinkedIn und Twitter regelmässig genutzt. Aktuell erfolgt die Kommunikation eher reaktiv, daher wird im Jahr 2022 eine Kommunikationsstrategie ausgearbeitet und umgesetzt. Die Strategie ist Teil der Reorganisation und der Schaffung des Arbeitsplatzes Leiterin Stabstelle vor einem Jahr. Die Grundlage für eine zielgruppenspezifische Ausrichtung des Hauses und damit der Kommunikation wurde mit einer Auslegeordnung der anzusprechenden Personas bereits gelegt. Eine klare Kommunikationsstrategie mit den Anpassungen auf die jeweiligen Zielgruppen fehlt jedoch noch, wird aber im Moment ausgearbeitet. Ebenfalls fehlen vor Ort Infoscreens bzw. attraktiven digitale Displays, die jeweils aktuell über alle Veranstaltungen im Haus und insbesondere auf die digitalen Angebote des SMA hinweisen.

Ein digitales Evaluationstool namens Muse hilft bei der Publikums-Analyse und ein professionelles Datenbank-Tool soll zukünftig die Medienarbeit erleichtern. Muse könnte auch für partizipative Projekte oder interne Kommunikation ausgebaut werden.

Zur Eröffnung des neuen Museums 2015 wurde auch der Internetauftritt des Museums neu lanciert. Zwar funktioniert die Website auf textlicher Ebene immer noch einwandfrei, allerdings haben sich die Bedürfnisse hinsichtlich Bild, Ton und Video in den letzten 8 Jahren nochmals massiv verändert und nimmt weiter zu. Dasselbe gilt für die mobile Nutzung der Website über Natels und Tablets.

5.2 Massnahmen

5.2.1 Zielgruppenspezifisch und kontinuierlich Informationen teilen

Das Stadtmuseum will regelmässig und zielgruppengerecht über die Angebote im Haus informieren. Die Webseite, der Newsletter, Social Media Kanäle, Mailversände etc. werden für die Ansprache der verschiedenen Zielgruppen verwendet. Diese Arbeit erfordert Koordination und Planung und gilt es kontinuierlich zu überprüfen.

Massnahme 8:
Regelmässig und zielgruppengerichtet Informationen teilen

5.2.2 Digitale Hilfsmittel für Kommunikation testen und prüfen

Da das Museum ein Angebot für unterschiedliche Zielgruppen hat, ist es wichtig, dass verschiedene digitale Kommunikationskanäle verwendet werden. Diese gilt es, im Zusammenhang mit dem Zielgruppen-Monitoring zu überprüfen und zu testen. Dabei handelt es sich um den Einsatz von geeigneten digitalen Hilfsmitteln für die Social-Media-Content-Distribution, die Pressearbeit, Mailversände und digitalen Marketing Massnahmen.

Massnahme 9
Nutzung digitaler Kanäle in Bezug auf die Zielgruppen evaluieren, digitales Marketing stärken und entsprechende Ressourcen bereitstellen.

5.2.3 Social Media Strategie ausarbeiten

Zwar sind die Social Media Kanäle vorhanden, doch ist das Potenzial noch nicht ausgeschöpft. Ein Social Media Konzept wird als Teil des sich im Aufbau befindenden Kommunikationskonzepts erarbeitet. Dieses soll aufzeigen, wie die verschiedenen Kanäle mit technischen Hilfsmittel gezielt, effizient und mit einer klaren inhaltlichen und gestalterischen Linie für die relevanten Zielgruppen bedient werden. Das Konzept soll auch den Aufbau einer Community anstreben.

Massnahme 10

Social Media Strategie ausbauen, Prüfung eines externen Coachings

5.2.4 Personen vor Ort informieren: Infoscreens im Haus

Vor Ort muss das Publikum schnell und übersichtlich über alles, was im Haus läuft, informiert werden können. So wie dies im Eingangsbereich des Rathauses und im Treppenhaus der Bibliothek der Fall ist. Grund dafür ist, dass es sehr viele Veranstaltungen, Interne Informationen, Kurzmeldungen zu kommunizieren gibt. Die Screens müssen regelmässig mit Inhalten gefüttert werden, bzw. müssen uptodate bleiben

Massnahme 11

Infoscreens analog Bibliothek/Rathaus --> ist Teil der ICT Eingabe 2022 und 2023, Dazu Konzept und Grafik fertig ausarbeiten

5.2.5 Publikumsgruppen evaluieren

Vor Ort gibt es das Evaluationstool Muse, das eingesetzt wird für Besucherbefragungen. Die Auswertung des virtuellen Publikums (Webseiten, Social Media Kanäle, Bewerbungsportale, Ticketdatenbank etc.) soll im Zuge der Erarbeitung der Kommunikationsstrategie einen grösseren Stellenwert erhalten, um Marketingaktivitäten nach Möglichkeit zu testen, evaluieren und weiterzuerfolgen.

Massnahme 12:

Monitoring Prozess etablieren: Statistiken und Feedbacks verschiedenster Kanäle und Zielgruppen auswerten und Kommunikationsmassnahmen dementsprechend anpassen.

5.2.6 Neue Webseite

Die rasante Entwicklung im Bereich Foto, Audio und v.a. Film, genauso wie die mobilen Nutzeransprüche über mobile Geräte und Einbindung bzw. Einbettung sozialer Netzwerkplattformen über die letzten acht Jahre seit dem Launch der aktuellen Website veränderte auch die Ansprüche an diese. Hinzu kommen die digitalen Museumsinhalte, welche ebenfalls über die Website zugänglich gemacht werden sollen. Die aktuelle Website wird vom selben Hoster (Backlash) betrieben, wie die stadteigene Seite. Eine Überarbeitung oder Neulancierung sollte deshalb in Koordination mit der Kommunikationsstelle und dem Digital Management erfolgen.

Massnahme 13

Mittelfristig muss die Website überarbeitet/neu aufgesetzt werden, um den zeitgemässen Ansprüchen an die digitale Kommunikation und Vermittlung digitaler Inhalte gerecht zu werden.



Abb. 6: Digital Days Aarau, 2021. Foto: Melissa Derrer

6 Arbeitsorganisation und Infrastruktur (Handlungsfeld 5)

6.1 Ist-Situation und Handlungsbedarf

Das Stadtmuseum ist gut organisiert, Abläufe sind standardisiert und das tägliche Geschäft läuft effizient. Die Jahresplanung wird mit Excel gehalten, im Microsoft Outlook-Kalender werden sowohl Raumbuchungen bzw. Museumsaktivitäten wie auch Sitzungen organisiert. Microsoft Teams ermöglicht den Austausch zwischen den Mitarbeitenden im Homeoffice und im Büro. In Bezug auf technische Infrastruktur ist das Stadtmuseum gut aufgestellt: WLAN ist im ganzen Haus verfügbar und neben den Arbeitsplätzen besitzt das SMA neu 25 Laptops, die für Schulklassenworkshops gebraucht werden können, sowie 20 iPads und vier Oculus Rift Geräte, die den Einsatz für diverse Vermittlungszwecke ermöglichen.

Allerdings müssen alle diese Geräte regelmässig gewartet und allenfalls mit Updates etc. ausgerüstet werden. Dasselbe gilt für alle technischen Installationen im Ausstellungsbereich.

Die gemeinsame Ablage und Verwaltung von digitalen Dokumenten läuft seit Dezember 2018 mit dem städtischen Geschäftsverwaltungssystem Acta Nova und seit Januar 2020 wird für die Verwaltung von Personaldossiers, der Finanzabwicklung und Zeitmanagement mit Abacus gearbeitet.

6.2 Massnahmen

6.2.1 Arbeitsprozesse vereinfachen

Obwohl das Stadtmuseum gut organisiert ist, gibt es gewisse Prozesse, die mit digitalen Tools eventuell vereinfacht werden können: Interne Arbeitsabläufe und Personalplanung (Guides/Empfang) sollen zu Prozessvereinfachungen im Alltag führen. Dafür sollen im Austausch mit dem städtischen Digitalmanagement verschiedene digitalen Tools (z.B. Smartsheet) evaluiert und getestet werden.

Massnahme 14:

Evaluation und Prüfung digitaler Arbeitstools zur Vereinfachung von internen Arbeitsabläufen und Personalplanung gemeinsam mit städtischen Digitalmanagement.

6.2.2 Ablageorganisation optimieren

Die Zusammenarbeit zwischen Empfang und Veranstaltungsorganisation wird über verschiedene Kommunikationskanäle organisiert. Die Kommunikationsorganisation muss überprüft und neu überarbeitet werden, damit alle involvierten die jeweils relevanten Informationen erhalten.

Massnahme 15:

Kommunikationsorganisation definieren und Informationsprozesse klären.

6.2.3 Unterhalt Interaktive Stationen in der Dauer- und Sonderausstellung

Der digitale Veränderungsprozess hat auch die Erwartungshaltung des Publikums an ein zeitgemässes Museum verändert. Interaktive Medienstationen gelten heute als selbstverständlich und dienen als Erweiterung einer Ausstellung und des Erzählraums. In der Dauerausstellung sind drei Medienstationen installiert, die ergänzend zu den Inhalten von 100x Aarau funktionieren: Eine Stop-Motion Station, ein digitales Schnippelbuch und ein Fotostudio. Auch zur Bilderschau auf der Plattform F, die sich aus dem Ringier Bildarchiv speist, ist eine interaktive Station geplant und Museumsgames werden im Rahmen der Überarbeitung der Dauerausstellung Teil der Dauerausstellung werden.

Wie alle technischen Geräte, haben auch diese Installationen ein Ablaufdatum und müssen von Zeit zu Zeit mit neuer Software geupdatet, repariert oder nach Ende der Laufzeit ersetzt werden. Dasselbe gilt für die Geräte, welche in der Vermittlung verwendet werden. Im Rahmen der Überarbeitung der Dauerausstellung und des dafür gesprochenen Investitionskredites wird gewartet, repariert und wo nötig ersetzt.

Die vergangenen sieben Jahre seit der Eröffnung haben aber gezeigt, dass eine regelmässige Wartung auf lange Sicht effizienter ist. Hier wird eine engere Zusammenarbeit mit der ICT-Abteilung der Stadt angestrebt, so dass für gewisse Installationen Servicevereinbarungen, vergleichbar mit den Serviceleistungen zu den Druckern in der ganzen Stadt oder der Wartung des Lüftungs- oder Liftsystems des Museums getroffen werden können.

Massnahme 16

Geräte in der Dauerausstellung im Rahmen der Überarbeitung warten, reparieren oder ersetzen.

Massnahme 17a

Den Austausch mit der ICT der Stadt verstärken und für die Zukunft der Dauerausstellung die bestehenden Serviceleistungen überprüfen und allenfalls anpassen.

Massnahme 17b

Medienstationen in Zukunft regelmässiger warten und diese auf dem aktuellen Stand einer zeitgemässen Vermittlung halten. Eine entsprechende Budgetplanung soll mit einem Langzeitinvestitionsplan in Absprache mit ICT der Stadt hinsichtlich Wartung, Lebensdauer etc. (vergl. beispielsweise mit den Druckern in der Verwaltung) gewährleistet werden.



Abb. 7: Schnippelbuch, 2018. Foto: Mark Niedermann

6.2.4 Acta Nova optimieren

Acta Nova wird zwar verwendet, die Handhabung ist jedoch noch nicht im gesamten Team befriedigend. Um Acta Nova im Arbeitsalltag zu verwenden, müssen die Dossiers stets aktualisiert und in Ordnung gehalten werden. Um eine saubere Ablage zu gewährleisten, soll Acta Nova gelegentlich zum Thema in Teamsitzungen werden.

Massnahme 18

Stetes Überprüfen und Weiterentwicklung der Nutzung von Acta Nova

7 Personelle Ressourcen und Personalentwicklung (Handlungsfeld 6)

7.1 Ist-Situation und Handlungsbedarf

Das Stadtmuseum ist in Bezug auf personelle Ressourcen relativ gut aufgestellt. Um dem Digitalen im Fotografischen Bereich gerecht zu werden, wurde auf Januar 2021 die Stelle «Kurator/in Digitales» geschaffen. Dazu gibt es seit August 2021 ein kleines Pensum, das für die Entwicklung von digitalen Vermittlungsformaten für Schulklassen zuständig ist. Beide Stellen laufen allerdings über das Kooperationsprojekt MedienBilderWelten mit dem Kanton und sind innerhalb des Projektes auf Ende 2022 befristet. Der praktische Alltag hat gezeigt, dass diese Arbeit sehr schnell auch Teil der "regulären" Arbeit des Museums wird, weil auch entsprechende Erwartungshaltungen an ein zeitgemässes Museum bestehen.

7.2 Massnahmen

7.2.1 Pilotphase zur Sicherung der digitalen Inhalte und Vermittlung

Die digitalen Ansprüche an das Museum in den Bereichen Kuration und Vermittlung weiter gewährleisten zu können und gleichzeitig die bestehenden analogen Aufgaben zu erfüllen, ist mit gleichbleibenden Personalressourcen nicht machbar. Die gleiche Erfahrung machte auch die Bibliothek, weshalb für das Museum derselbe Prozess vorgeschlagen wird, wie er auch in der Bibliothek gewählt wurde: Die Anlage eines Pilotprojektes mit der Dauer von 2 Jahren mit anschliessender Überprüfung.

Massnahme 19a

Um die Implementierung der aufgelegten Arbeiten zu garantieren und innerhalb der Organisation weiter zu entwickeln soll im Rahmen des Budgetprozesses für das Jahr 2023 eine Pilotstelle für digitale Kuration 50% (siehe Punkt 3.2.1.) innerhalb der städtischen Organisation für die Dauer von 2 Jahren eingegeben werden.

Massnahme 19b

Für die digitale Vermittlung soll im Rahmen des Budgetprozesses für das Jahr 2023 (siehe Punkt 4.2.1.) eine Pilotstelle für digitale Vermittlung (30%) innerhalb der städtischen Organisation für die Dauer von 2 Jahren (analog zur digitalen Kuration) eingegeben werden.

7.2.2 Schulung von Personal: 3D-Druck und Microsoft Teams

Um Geräte wie den 3D-Drucker auch für interne Produktionen nutzen zu können, muss die Haustechnik Technologie lernen. Gleichzeitig sollen auch die 3D-Druck-Guides lernen, wie man die Geräte wartet. Dafür sind interne Schulungen nötig.

Auch die Arbeitstools bieten Potenzial, das noch nicht vollständig ausgeschöpft ist. Zum Beispiel bietet Microsoft Teams viele Add Ons, die das Team noch nicht kennt. Eine erweiterte Teams-Schulung für das gesamte Museumspersonal wäre dafür von Vorteil.

Massnahme 20: Schulungen in der Anwendung von 3D-Drucker und Microsoft Teams

8 Einsparungspotenzial und Nachhaltigkeit

- Vertiefte Kooperationen mit Hochschulen bringen KnowHow und Ressourcen ins Museum, welches das interne Personal entlastet.
- Neue Kooperationen mit Stiftungen ermöglichen eine nachhaltige digitale Entwicklung, welche über reine Projektfinanzierung hinausgeht.
- Neue Arbeitstools für die Pressearbeit macht diese effizienter
- Ein klares Kommunikations- und Social Media Konzept vereinfacht Prozesse und erleichtert die Arbeit im Kommunikationsteam
- Die Schulung/Weiterbildung des Museumsteams in der Verwendung von Digital- Tools wird die Arbeit intern ebenfalls erleichtern und effizienter machen.
- 3D-Druck ermöglicht die interne Herstellung von Bauteilen für Ausstellungen und spart darum externe Herstellungskosten
- Digitale Kuration und Digitale Vermittlung entlasten die "analogen" KollegInnen und garantieren damit das Fortbestehen der aktuellen Angebote



Abb. 8: Ausstellung PLAY, 2018. Foto: Peter Koehl

9 Priorisierung, Timeline und Finanzierung Massnahmen

Priorisierung		Umsetzung				Finanzierung aus Jahresbudget (keine Folgekosten)	Investitionskredit 2100.A17.5.025	Koordination mit ICT & Digitalmanagement der Stadt, ggf. Kostenfolge Jahresbudget ICT ³		Koordination mit Kommunikation & Digital Management ³	Neuer Personalaufwand, ab 2023, befristet, nach Evaluation ggf. Integration in Budget 2025 ³
		Umsetzung im 1. HJ 2022	Umsetzung im 2. HJ 2022	Umsetzung im 1. HJ 2023	Umsetzung im 2. HJ 2023			einmalig	wiederkehrend		
HOCH	M1: Stete Inventarisierung im MuseumPlus & Betreuung der Sammlung online	X				X					
	M9: Digitale Kommunikationskanäle testen und prüfen	▶	X			X					
	M11: Personen vor Ort informieren: Infoscreens im Haus		X					X			
	M16: Geräte in der Dauerausstellung warten, reparieren oder ersetzen.	▶	X				X				
	M17 a: Austausch mit dem Digitalmanagement und der IT der Stadt verstärken und bestehende Service-Leistungen überprüfen	X						X			
	M17b: Gemeinsam mit ICT Budgetplanung Langzeitinvestitionsplan hinsichtlich Wartung, Lebensdauer etc	X							X		
	M19a: Pilot zur Sicherung einer Stelle «Kuration Digitales», 50% für zwei Jahre				X						X
	M19b: Pilot zur Sicherung einer Stelle «Vermittlung Digitales», 30% für zwei Jahre			X							X
	M3: Sicherung der Konservierungsstelle				X						X ¹
MITTEL	M4: Einrichten eines zusätzlichen Arbeitsplatzes zum Kantonsnetzwerk		X					X			
	M5: Kooperationen mit Hochschulen und externen Partnern ausbauen		X			X					
	M6: Einrichten eines neuen «Digi Labs» in der Dauerausstellung	▶	▶	X			X				
	M7: Regelmässige Weiterbildung für das Vermittlungsteam				X	X					
	M10: Social Media Strategie ausarbeiten		X			X					
	M12: Publikumsgruppen evaluieren				X	X					
	M13: Mittelfristig Website überarbeiten/neu aufsetzen			X						X ²	
	M15: Interne Kommunikationsorganisation optimieren				X	X					
	M18: Stetes Überprüfen und Weiterentwicklung der Nutzung von Acta Nova				X	X					
	M20: Schulung von Personal: 3D-Druck und Microsoft Teams	X					X				
GERING	M2: Umstellung der Datenbank MuseumPlus von lokal auf online			X		X					
	M8: Zielgruppenspezifisch und kontinuierlich Informationen teilen				X	X					
	M14: Arbeitsprozesse und Personalplanung vereinfachen				X	X					

¹⁾ Frühestens auf Budget 2024, für diese Massnahme braucht es noch weitere Abklärungen und es wird versucht die Stiftung memoria.v zur weiteren finanziellen Unterstützung der Arbeit zu gewinnen.

Koordination mit der Kommunikationsstelle und dem Digital Management erfolgen. Was denn auch ein gemeinsames Vorgehen bei allfälliger Budgeteingabe einschliessen würde

³⁾ Spalte I-L neu zu evaluierender Aufwand

Die entstehenden Kosten werden laufend evaluiert. Nach der zweijährigen Pilot-phase mit den Stellen wird eine Auswertung und Beurteilung vorgenommen, um die etwaige Etablierung der Stellen zu begründen