

vkmw²¹ digital



Die digitale Strategie
des **neuen** Volkskundemuseum Wien



Von der digitalen Transformation zum Museum im digitalen Zeitalter

Folie 3-6

Digitale Ziele und Visionen

Folie 7

Die digitalen Welten des VKMW21

Folie 8

Die Handlungsfelder

Folie 9

• Spot Handlungsfeld 1

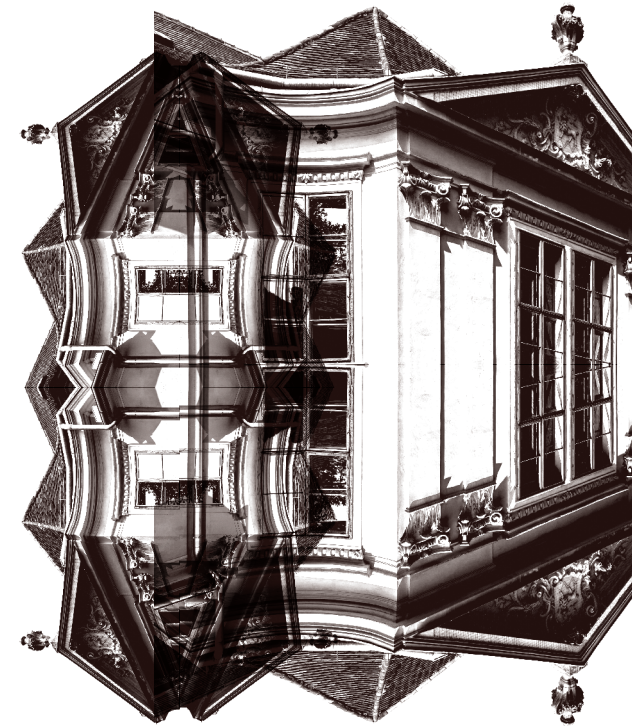
Digitale Erschließung der Sammlungen

Folie 12



Von der digitalen Transformation zum Museum im digitalen Zeitalter

- Das Volkskundemuseum Wien befindet sich im Zuge der für 2024-2026 geplanten **Generalsanierung und Neuausrichtung** des Hauses in einem umfangreichen Change-Prozess, der auch die Bestrebungen im Bereich der digitalen Transformation prägt. Zwar sollen – baulich betrachtet – alle Steine aufeinander bleiben. Dies gilt jedoch nicht in Hinsicht auf die programmatischen, technischen, rechtlichen, personellen und finanziellen Grundlagen des Hauses, das sich in all diesen Bereichen grundlegend neuerfindet.
- Die **Digitale Strategieentwicklung** spielt dabei eine zentrale Rolle. Denn das Haus möchte nicht bloß eine auf viele Jahre angelegte digitale Transformation bewältigen, sondern im Jahr 2026/27 – begleitend zu einem neuen, „analogen“ Museumsangebot – auch im Bereich des Digitalen mit umfangreichen, neuen Angeboten zum Digital Engagement auf dem neuesten Stand der Entwicklungen an die Öffentlichkeit treten.
- Dies geht einher mit der Konzeption und Implementierung weitreichender, digitaler Strategien, die Zug um Zug geplant und realisiert werden. Dabei orientiert sich das Haus maßgeblich an den Ideen des „**Digital Engagement Framework**“, das Angebote, Zielgruppen und Ressourcen systematisch und abteilungsübergreifend plant.



„Digital Engagement Framework“

Assets



Assets are the valuable or special things, people or qualities you own or do. We distinguish tangible and intangible assets.

- What makes you stand out?
- Why do people choose you?
- What do you sell?
- What are your values?
- What can you give away?
- What experience do you offer?
- How are you different from your competitors?

Reach

Reach is about making a first connection with new audiences or existing audiences for a new activity or channel.

- Where can you find your new audience (online)?
- What communities are they part of?
- How do you relate to these communities?
- Which assets can you offer your new audiences?
- How can you connect with them?



Audience



Audiences are the people you exist for, both those you reach and those you don't reach yet. We like to make them specific.

- Who do you reach?
- Who visits you frequently?
- Who have a formalised relationship with your organisation?
- Who only knows about you?
- Who knows about you, but doesn't visit you?
- What new groups would you like to reach?
- What are the specifics of each group?

Metrics



Metrics help you measure success and monitor progress

- What are your KPIs?
- What is success?
- How will you report?

Channels



Channels are where you share your content, reach and engage people.

- Which technologies, media and tools will you use?
- What content will you share

Guidelines



Guidelines tell you how we will work.

- What are your core values?
- Who is responsible for what?
- How do you respond to unexpected developments?

Engagement

Engagement means developing the relationship between you and your audience. Only reached audiences will engage.

- What can you offer your audience to stay interested?
- How can you involve your audience in what you do?
- How can you activate them to become an active advocate for your organisation?
- How can you work together to co-create value?
- How can you build your communities?



Objectives



Objectives are the measurable and specific things you want to achieve with digital engagement

- What do you want to achieve with digital engagement?
- What are your organisation-wide goals and objectives?
- What do you need to achieve to make the entire organisation more social?

Vision



Vision tells you what your future looks like

- Why does your organisation exist?
- How will your organisation be different in 15 years time because of digital media?
- How will you make the world a better place?
- What will people say about you in the future?

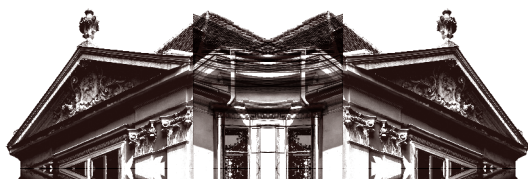
Trends



Trends describe developments that affect your organisation, its audiences, assets and vision.

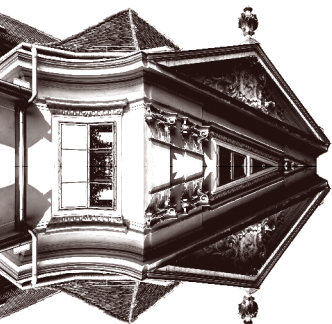
- What are important developments in your industry, locality, organisation and market segments?
- What new technologies and media do you see coming?
- How will society be different in 5 years time?

Abb.: <http://bit.ly/28WSCQq>, Modell: Jasper Visser & Jim Richardson

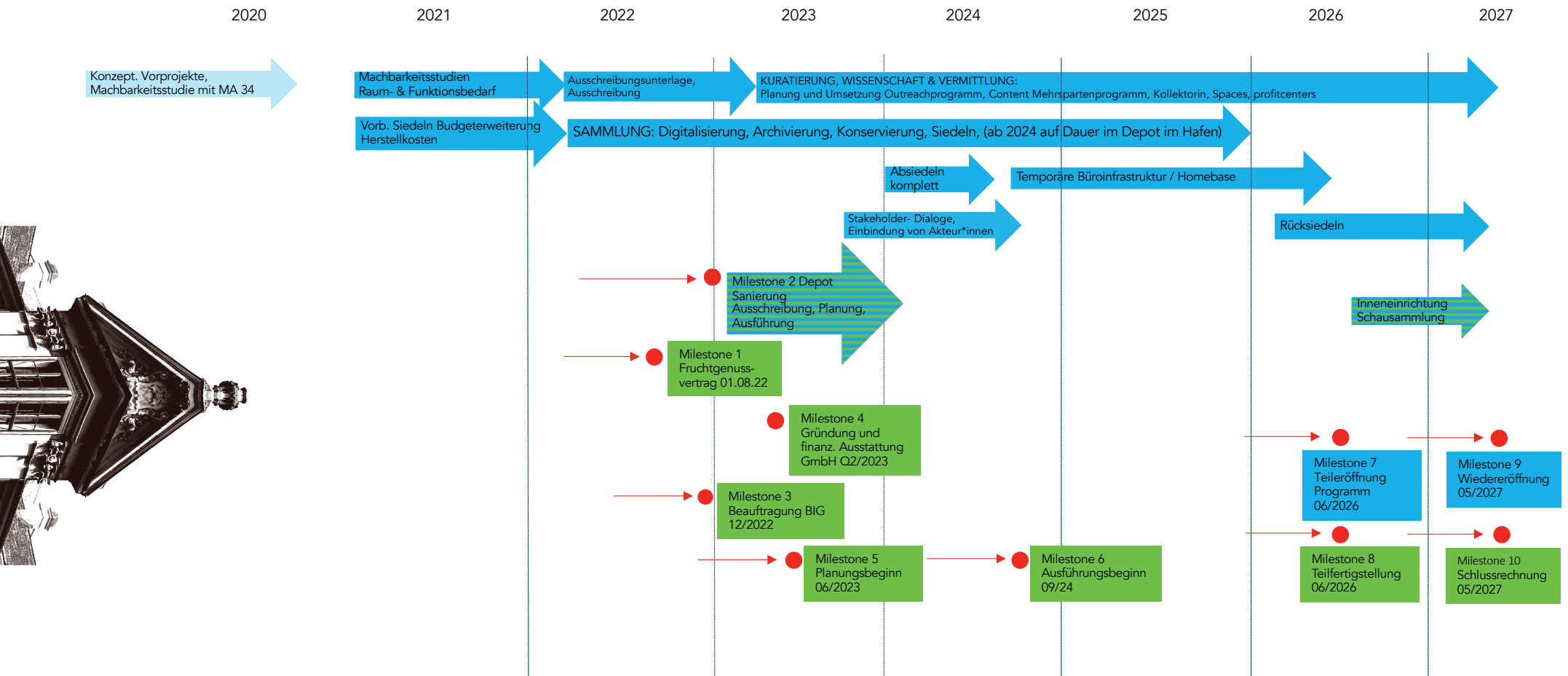


Digital relevante Schwerpunkte im Konzept „VKMW21“

- Themenpolitiken:**
Neben den historischen Sammlungen steht Wissen zu den großen Fragen unserer Zeit im Zentrum des künftigen Hauses. Eine eigenständige Wissenspolitik beruht auf mehrjährigen Themenschwerpunkten.
- Mehrsparten- und Festivalprogramm:**
Zwar steht das Ausstellen weiterhin im Zentrum. Dieses wird aber im Sinne eines integralen Mehrspartenprogramms durch Angebote im Bereich Kunst, Performance, Film, Literatur, Diskurs und Vermittlung so ergänzt, dass diese aus dem bloßen Rahmen- und Begleitprogramm gehoben und zu Festivalprogrammen kuratiert werden.
- Partizipation, Kollaboration, Ko-Kreation:**
Grundlage für die Produktion von Wissen über die Gesellschaft bildet die ko-kreative Forschung, kuratorische Arbeit und künstlerische Ko-Kreation mit der Gesellschaft, für die digitale Schnittstellen eine wichtige Grundvoraussetzung darstellen.
- Kollektor*in:**
Neuartige und wandelbare Sammlungspräsentation auf Basis mehrjähriger Themenschwerpunkte ersetzt die statische Dauerausstellung und findet im Online-Bereich der „digitalen Kollektor*in“ zusätzliche Möglichkeiten der Partizipation und Vermittlung.



Zeitplan Generalsanierung und Neuausrichtung



Die Vision

Als neuartiges Gesellschafts- und Kulturmuseum schafft das VKMW21 über analoge und digitale Angebote, Plattformen und Kanäle vielfältige Beziehungen mit unterschiedlichen Zielgruppen, Communities und Organisationen. Dabei verstehen wir Digital Relations und Digital Engagement nicht als Selbstzweck, sondern als ein begleitendes, ergänzendes und vertiefendes Mittel, um Information, Engagement, Ko-Kreation und Partizipation der Gesellschaft für die Produktion von Wissen und Programmen zu aktuellen, historischen und zukünftigen Fragen von Kultur und Gesellschaft zu befördern. Auf Basis verbesserter digitaler Kompetenzen und Ressourcen entwickeln wir in vier digitalen Welten neue Formate, Services und Produkte, die der Wissensvermittlung, dem Audience Development und neuen Geschäftsmodellen eines Museums des 21. Jahrhunderts dienen.

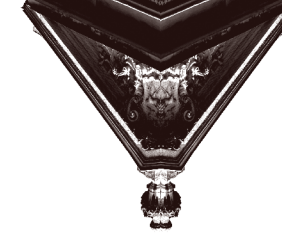
Wirkungsziele

- Audience Development und Digital Engagement am Standort Wien und darüber hinaus
- „Digitale Kollektor*in“: Neue, interoperable Sammlungspräsentation in Ergänzung zur „Kollektor*in“ vor Ort
- Integration digitaler Angebote in der „Kollektor*in“
- Niederschwellige Verfügbarkeit von Daten für Öffentlichkeit und Wissenschaft
- Museum als Streaming-Plattform
- Grundlage für einen neuen Internetauftritt ab 2026
- Neue Apps, Games und cross-mediale Strategien

Risiken

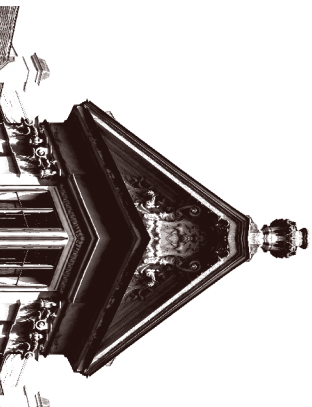
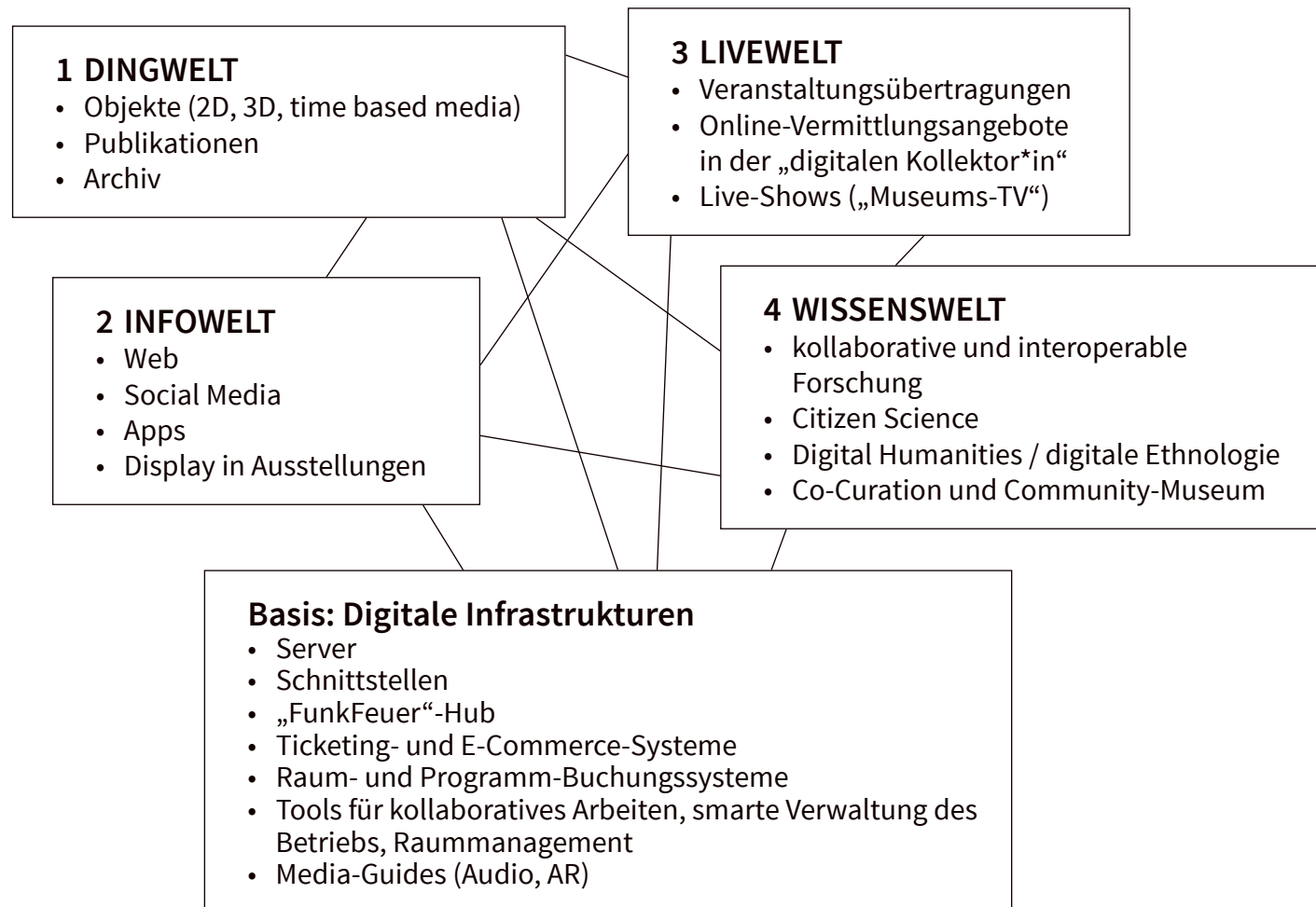
- Mangelnde finanzielle und personelle Ausstattung
- Technische und technologische Entwicklungen
- Hohe Anforderungen an digitale Kompetenzen der Mitarbeiter*innen
- Platforming: Konkurrenz durch Angebote großer Tech-Riesen (z.B. „Google Arts and Culture“)

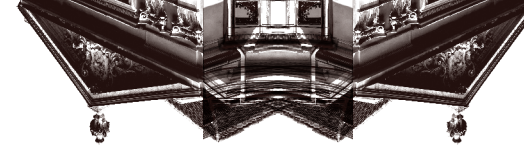




Die digitalen Welten

des VKMW21





Die Handlungsfelder

Insgesamt haben wir im Bereich der digitalen Strategie acht Handlungsfelder identifiziert, deren Implementierung bis zur Wiedereröffnung im Jahr 2026 abgeschlossen sein soll:

HANDLUNGSFELD 1:

Digitale Erschließung der Sammlungen

Digitale Erschließung und interoperable Bereitstellung der Ding-, Text- und Bildwelt des neuen Volkskundemuseum Wien

- Technische Infrastrukturen (Leitungen, Server, Datenbank- und Schnittstellenlösungen etc.)
- Technische Ausstattung (z.B. Scanner, Schnitt- und Sendeplätze)
- Umfangreiche, repräsentative, zielgruppen- und themenrelevante Digitalisierung von Sammlungsbeständen
- Repositorien- und Datenmanagement
- Digitales Sammeln (digitally born artefacts)

HANDLUNGSFELD 2:

Interoperabilität und Kollaborative Forschung

Interoperabilität und forschungsbasierte Wissensproduktion sind zentrale Leitmotive des VKMW21 im Bereich der digitalen Erschließung der Sammlungen. Neue und flexible Zugriffsmöglichkeiten auf Digitalisate und digitally born artefacts sind Grundlage für die Zusammenarbeit auf mehreren Ebenen:

- Sozial- und kulturwissenschaftliche Forschung
- Museologische Erschließung und Vernetzung von Sammlungsbeständen
- Citizen Science und Crowdsourcing
- Partizipative Programmarbeit und community-basierte Ko-Kuratierung

HANDLUNGSFELD 3:

Digital Curation und Digital Storytelling

Ergänzend zu den Programmen des Hauses gilt es zunehmend, über Online-Auftritte, Soziale Medien, Apps und Museumsdevices kulturhistorische und gesellschaftspolitische Erzählungen und die partizipative Arbeit daran auf Basis der digitalen Sammlungen zu entwickeln, die diese an unterschiedliche Zielgruppen disseminieren. Dazu zählen:

- Online-Stories
- Online-Ausstellungen
- Digitale Objektgespräche (sh. Digitale Vermittlung)



HANDLUNGSFELD 4: Online-Angebote

Entwicklung neuer und cross-medialer Informations- und Kommunikationsangebote in folgenden Bereichen:

- Web
- Social Media
- Apps und Museums-Devices
- Serious Gaming

HANDLUNGSFELD 5: Die Live-Revolution

Während der COVID-Pandemie stellten Streaming und der Aufstieg von “Zoom”, “Teams” et al nicht weniger als eine Live-Revolution für Museen dar. Die Demokratisierung der Live-Sendung macht Museen mit ihrem Orientierungswissen zu einem Teil der Programm-industrien und stellt noch kaum abschätzbare Chancen im Bereich des Audience Development dar. Man denke hierbei an die Möglichkeiten, Programme auch ortsunabhängig anbieten zu können. Dies bedarf einer weitreichenden technischen, personellen, finanziellen und programmatischen Weiterentwicklung des Hauses z.B. in folgenden Bereichen:

- Studio-Infrastruktur
- Personal- und Knowhow-Entwicklung
- Server- und Leitungskapazitäten
- Medienkompetenzen

HANDLUNGSFELD 6: Digitale Vermittlung

Das Volkskundemuseum Wien begreift Vermittlung nicht nur als Konversation über materielle Zeugnisse und gesellschafts- sowie kulturhistorische Narrative, sondern strebt ein gemeinsames Kuratieren von Formaten und Programmen an. Eine umfangreiche digitale Erschließung der Sammlungen ist die Grundlage für eine Vermittlung mit einer Ausweitung in den digitalen Raum:

- Schaffung eines Virtuellen Vermittlungsraumes mit interaktiven Anwendungsmöglichkeiten an und mit den Objekten
- Kreativer Einsatz von Fotos, Videos/3D-Scans
- Gemeinsame Wissensproduktion in kollaborativen und inter-operablen Prozessen

HANDLUNGSFELD 7: Digitale Geschäftsmodelle

Auch digitale Geschäftsmodelle können zu einer relevanten Einnahmequelle des VKMW21 werden. Dafür gilt es, entlang der gesamten Wertschöpfungskette neue Angebote in folgenden Bereichen zu entwickeln:

- Informationen
- Services
- Produkte
- Communities



HANDLUNGSFELD 8: Skills, Training und Personalentwicklung

Die digitale Transformation stellt große Herausforderungen an weite Teile der Mitarbeiter*innenschaft in Bezug auf mediale Kompetenzen dar, die von den Digital Humanities bis zur Vermittlung reichen. Dies ist in der Personalentwicklung wie in den Mitarbeiter*innen-Schulungen systematisch zu berücksichtigen.

Stand: Jan. 2023



Spot

HANDLUNGSFELD 1

Digitale Erschließung der Sammlungen

Die Sammlungen des Volkskundemuseum Wien

Im Zuge der Generalsanierung werden weite Teile der im Gartenpalais Schönborn und im angrenzenden Bunker untergebrachten Sammlungen in das erweiterte Depot im Hafn Freudenau übersiedelt. Eine vollständige Neuerhebung über den Stand der Inventarisierung sowie der Digitalisierung der Sammlungen ist im Jahr 2022 erfolgt. Darauf basierend wurden Schwerpunkte für die digitale Erschließung und zukünftige Sammlungsschwerpunkte erarbeitet.

Die Sammlungen des Volkskundemuseum Wien umfassen Objekte zu europäischen Alltagskulturen vom 19. bis 21. Jahrhundert. Dabei handelt es sich um gesellschaftlich relevante Bestände, die eine große Attraktivität für breite Öffentlichkeitsschichten haben. Ziel der nun gestarteten massiven Digitalisierungsoffensive ist, die umfangreichen Sammlungen für vielschichtige digitale Nutzungen verfügbar zu machen.



Überblick

Objekte gesamt	439.332
davon Dauerleihgaben	6.130
Objekte gesamt (exkl. Fotosammlung)	162.132
Fotosammlung	277.200
Bibliothek	152.420
Archiv (in Laufmeter)	570

Stand der Digitalisierung

Anteil der Bestände, die bereits in der Sammlungsdatenbank M-Box erfasst sind:

- Objektsammlungen **43%**
- Fotosammlung **3,5%**

Der Bibliotheksbestand ist zu 98% im Bibliotheksmanagementsystem ALMA erfasst.

Die Verzeichnung der Archivalien in ALMA wird mittelfristig umgesetzt.

Spot
HANDLUNGSFELD 1
Digitale Erschließung der Sammlungen

Fünf Sammlungsbestände im Fokus

Fotosammlung

Das Volkskundemuseum Wien beherbergt mit 277.200 Objekten eine der größten Fotosammlungen Österreichs. Die Objekte stellen heute ein wesentliches visuelles Archiv für eine Wissensgeschichte volkskundlicher Blicke und der Bildung von Stereotypen dar.

Beispiel: **Fotografien aus Galizien/Bukowina** (1.700 Stück)

- großes wissenschaftliches Interesse, starke Nachfrage für Forschungszwecke
- institutionell übergreifende Verknüpfungen in Österreich und europaweit
- dokumentarischer Bedeutungszuwachs durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine



neg/15169/048, aus dem Bestand Alfred Milan (1882–1951)
1. Weltkrieg 1916 – um Iakobeni, Kreis Suceava, Bukowina (heute Rumänien)



Spot

HANDLUNGSFELD 1

Digitale Erschließung der Sammlungen

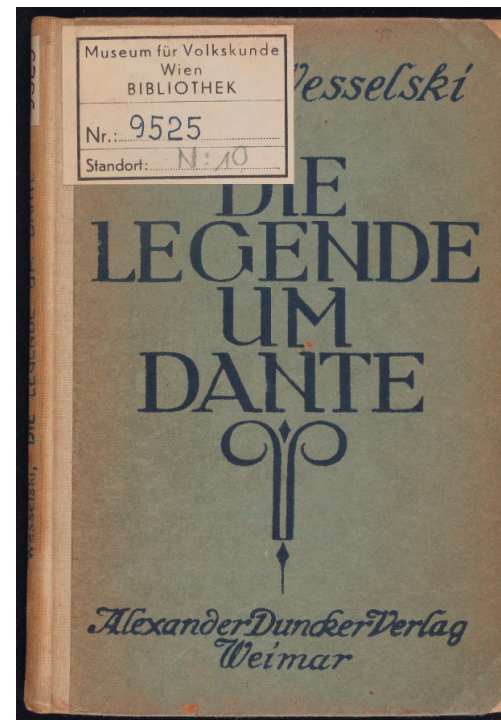
Fünf Sammlungsbestände im Fokus

Bibliothek

Die Bibliothek mit ca. 100.000 Büchern, Zeitschriften und Sonderdrucken ist die größte volkskundliche Fachbibliothek Österreichs. Die Bestände umfassen historische bis gegenwärtige Fachpublikationen aus dem gesamteuropäischen Raum in vielen Sprachen und decken eine Vielfalt kulturwissenschaftlicher Themen ab.

Beispiel: **Monografien aus der Mythenbibliothek** (1.700 Stück)

- Bestand seit 1946 im Museum
- Klärung der Provenienz und Eigentumsverhältnissen im Rahmen eines Forschungsprojekts
- 2019 Abschluss eines Leihvertrags zwischen Bund und Museum
- Verpflichtung des Museum als Leihnehmer, die Mythenbibliothek der Öffentlichkeit gegenüber verfügbar zu halten
- Bisläng 22 Werke in den Online Publikationen downloadbar: https://www.volkskundemuseum.at/onlinepublikationen?se arch=&pubtag_id=1567156155296#filter
- Bestand relevant für Forschung und interessierte Öffentlichkeit



Albert Wesselski, Die Legende um Dante, Weimar 1921
Das Buch ist Teil der Mythenbibliothek

Spot

HANDLUNGSFELD 1

Digitale Erschließung der Sammlungen

Fünf Sammlungsbestände im Fokus

Sammlung

Bild, Druck, Papier

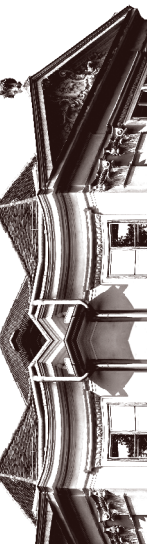
Die vielfältige Sammlung beinhaltet Bildwerke der Malerei und der Grafik. Die Objekte zeugen von vergessenen Techniken und vergangenen Lebenswelten und dokumentieren eine reiche Mustervielfalt.

Beispiel: **Thema Biene**

- rund 240 Stück Bienenstockstirn Bretter, bisher nicht veröffentlicht
- bemalte, meist längsrechteckige Bretter über den Flugöffnungen von Bienenstöcken
- erzählen eine zentraleuropäische Umweltgeschichte der nachhaltigen Landwirtschaft
- von Interesse für überregionalen wissenschaftlichen Austausch



ÖMV/17691, Bienenstockstirn Brett, Öl auf Holz, datiert 1869, mit einem Motiv der „verkehrten Welt“: Hase und Bilch rasieren den Jäger. Mit Bleistift beschrieben: „Lisica Jagra Brije“, Krain, Slowenien



Spot
HANDLUNGSFELD 1
Digitale Erschließung der Sammlungen

Fünf Sammlungsbestände im Fokus

Sammlung
Keramik, Glas, Stein

Der Sammlungsbereich umfasst Objekte aus natürlich in der Erde vorkommenden Materialien, vorwiegend aus handwerklicher Produktionsweise. Die Bedeutung der Keramiksammlung beruht auf ihrer großen Stückzahl und ihrer geographischen Ausdehnung.

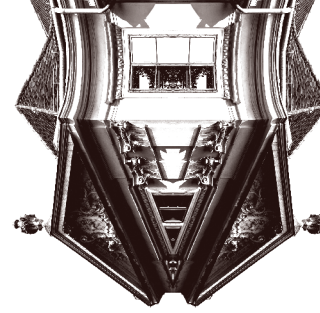
Beispiel: **Alt-Gmundner Fayencen** (470 Stück)

- Herstellzeitraum: 17. bis 19. Jahrhundert
- Stücke von herausragender Qualität oder außergewöhnlicher Form
- Forschungsergebnisse als Beitrag zum Kulturhauptstadtprojekt Salzkammergut 2024



ÖMV/29.761, Birnkrug mit Zinnmontierung, datiert 1780, Gmunden, Österreich





Spot

HANDLUNGSFELD 1

Digitale Erschließung der Sammlungen

Fünf Sammlungsbestände im Fokus

Historische Schausammlung in 3D

Die Dauerausstellung des Volkskundemuseum Wien wurde 1994 eröffnet und gibt Einblicke in die umfangreichen volkskundlichen Sammlungen des Museums. In Vorbereitung auf die Generalsanierung des Gartenpalais Schönborn wird die Schausammlung abgebaut. Aufgrund ihrer abstrahierenden und reflektierenden Konzeption eignete sie sich bis zuletzt als Diskursraum und wurde mehrfach temporär oder permanent erweitert. 2018 erfuhr sie durch die Intervention *Die Küsten Österreichs* eine tiefgehende Aktualisierung.

Beispiel: **Rundgang und Highlights in 3D** (69 Objekte)

-> <https://wien.denkmal-3d.at/volkskundemuseum.php>

- Dreidimensionale „Begehbarkeit“ der historischen Schausammlung
- Möglichkeit zur interaktiven Nutzung der Highlight-Objekte in der Vermittlungsarbeit
- Relevante Dokumentation für Wissenschaftsgeschichtsschreibung



Die Küsten Österreichs © Julia Gaisbacher (Foto) / Christoph Höbart, dform (Bildbearbeitung)
Installation in der „Oberinntaler Stube“, einem Teil der Dauerausstellung