


# Crowdsourcing – neue Möglichkeiten und Grenzen für Bildarchive

## Other Conference Item

### Author(s):

Graf, Nicole 

### Publication date:

2013-11-07

### Permanent link:

<https://doi.org/10.3929/ethz-b-000179356>

### Rights / license:

[Creative Commons Attribution 3.0 Unported](#)

# CROWDSOURCING – NEUE MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN FÜR BILDARCHIVE



**EVA Berlin, 7.11.2013**  
**Nicole Graf**

GRUSS AUS DÜBENDORF

1. Strategien des Crowdsourcing
2. Experten-Crowdsourcing
  - I. Marketing, Motivation
  - II. Redaktionsworkflow
  - III. Ressourcen
3. Crowdsourcing für die Allgemeinheit
4. Fazit

# DAS BILDARCHIV

- ca. 1,8 Mio. Dokumente
- 230'000 Bilder online
- Bestände aus Instituten, Professoren und von privater Seite
- Porträtsammlung
- Ansichtensammlung
- Sammlung audio-visueller Medien



Blick (Westansicht) auf das Brünnenfeld  
2002 und 2008  
Documenta Natura

# WAS IST CROWDSOURCING?

„Unter Crowdsourcing versteht man das **Involvieren einer Gruppe** von Internetnutzern **ausserhalb** der Strukturen des Unternehmens in einem vorher klar definierten Rahmen zur Generierung unterschiedlichster Mehrwerte (...) für einen Auftraggeber.

Dabei kommen die vielfältigen Mechanismen des **Social Web** zum Einsatz, um eine Zusammenarbeit der Nutzer zu ermöglichen. Dazu zählt man Kommentare, Wertungsmechanismen, Weiterempfehlungen und Verschlagwortungen.

Crowdsourcing ist ein Prozess, der auf einer **eigenen Plattform** oder unter Nutzung diverser **schon vorhandener Web-Plattformen** stattfinden kann. Unabdingbar ist das Nutzen des Internets, damit die Teilnehmer **orts- und zeitunabhängig** sich einbringen können. (...).“

Quelle: <http://www.socialnetworkstrategien.de/2010/07/crowdsourcing-mehrwerte-chancen-definition/>

# STRATEGIEN DES CROWDSOURCING (1)

Durch die Online-Publikation der Bilder auf unterschiedlichen Plattformen verfolgt man zwei strategische Ziele:

- Den Zugriff auf öffentliche Fotosammlungen verbessern
- Der Öffentlichkeit die Möglichkeit geben, Informationen und Wissen dazu beizutragen

# STRATEGIEN DES CROWDSOURCING (2)

- **Experten** für klar umrissene Bildpakete identifizieren und diese durch geeignete Marketingmassnahmen ansprechen.
- Bilder für die **Allgemeinheit** online stellen, dafür die unterschiedlichen Publikationskanäle nutzen (dorthin gehen, wo die Nutzer sind).

# FOTOARCHIV DER SWISSAIR



Original: Passagiere  
Neu: Passagiere auf der Einstiegstreppe der DC-3, HB-IRI in  
Dübendorf, 1937-1948

- 200'000 Bilder zu Flugbetrieb und Destinationen
- davon 1/5 digitalisiert
- Kooperation mit Stiftung Luftbild Schweiz
- Drittmittelprojekt (2009–2013)

Aber: Schlechte Metadaten



Crowdsourcing mit Pensionären



# VOM FINDEN DES CROWDS

- Projektidee stammt von den Pensionären
- Persönliches Treffen, Jahresessen, Zeitschriften und Tagespresse
- 135 interessierte Freiwillige, davon
  - 44 regelmässig, ½ Dutzend intensiv
- je 1 «Erschliessungskönig» für historische und aktuellere Bilder

# MARKETING – MOTIVATION

- Intrinsische Motivation, unbezahlbar
- Führung in der ETH Zürich mit Apéro (Bibliotheksdirektor ist anwesend)
- Vergrößerung eines Bildes nach Wunsch
- Swissair-Buch (Bilderwelten No. 2)
- Abschlussveranstaltung Januar 2014

# MARKETINGMASSNAHMEN

- Bildpakete schnüren
- Je Bildpaket Zielgruppen definieren
- Informationskanäle der Zielgruppen identifizieren
- Zielgruppe gezielt ansprechen

# REDAKTIONSWORKFLOW WORKFLOW

- Einschreibung via E-Mail, darauf Passwort für Web-Datenbank und Anleitung
- Wöchentlich 200 Bilder, 8 Wochen
- Nur das Feld «Notizen» ist änderbar
- Identifikation von Flugzeugtypen, Personen, Gebäuden, Ereignissen oder Datierungen

# REDAKTIONSWORKFLOW: BETREUUNG DER PENSIONÄRE

- Persönliche Kontakte sind wichtig!
- Telefonisch und via E-Mail
- Technische Probleme
- Inhaltliche «Schulung» der Mitarbeitenden durch Pensionäre!
- Rückfragen und Korrekturen

**Völlig unterschätzter Aufwand!**

# REDAKTIONSWORKFLOW: NUTZERINTERFACE

Suchergebnis ▾ Bildangaben Ans\_05338-02-133-AL-FL

Zurück zum Suchergebnis

◀◀ Bild 80 von 103 ▶▶ Zu Bild



<b>Bildcode</b>	Ans_05338-02-133-AL-FL
<b>Titel</b>	Flugzeuge in Shiphol: Gloster Bamel
<b>Beschreibung</b>	
<b>Autor</b>	Unbekannt
<b>Datum 1</b>	1917
<b>Datum 2</b>	1925
<b>Datum Präzisierung</b>	Zwischen
<b>Notizen</b>	Flugzeugtyp? KUHT G-EAXZ Gloster Mars I Bamel. Nur ein Exemplar gebaut. (7.7.1921: Gloucestershire Aircraft Co.. Verkauft an RAF (J7234) 4.10.1923). PFEE
<b>Kategorien</b>	2013/09/05 <input type="text"/> Kategorie anzeigen ▶
<b>Dateiformat</b>	TIFF-Bild
<b>Bildnachweis</b>	ETH-Bibliothek Zürich, Bildarchiv
<b>Direktaufruf</b>	<a href="http://www.e-pics.ethz.ch/link.jsp...">http://www.e-pics.ethz.ch/link.jsp...</a>



# REDAKTIONSWORKFLOW: REDAKTIONELLE AUFBEREITUNG

- Notizen «verifizieren» und in die Metadaten integrieren
- Neue Titel, Datierungen, Beschlagwortung
- Originalnotizen in der Datenbank
- Kein Feld: Originaltitel in der Datenbank
- Originalmetadaten auf Inventarlisten (Excel)

Originaltitel: Werkstatt



Neuer Titel:  
Revision eines DC-3  
Motors in der  
Motorenwerkstatt  
Dübendorf, Einbau der  
Kurbelwelle mit  
Gegengewicht in den  
Mittelteil des  
Kurbelgehäuses. Pratt  
& Whitney R-1830 Twin  
Wasp, 1937–1948



# ERGEBNIS (2)

Originaltitel: Hostess  
Ursula Reimann



Ergänzter Titel

Ursula Reimann wurde bei einem Wettbewerb 1968 in "Surfers Paradise" Queensland, Australien, als Siegerin mit dem Titel "Miss International Air Hostess" ausgezeichnet

# ERGEBNIS (3)

Originaltitel: Catering,  
100 Pralinés, ca. 1984



Ergänzter Titel

An Bord von Swissair-Maschinen in der First Class serviertes Praliné. Praliné wurde zusammen mit dem Kaffee in der First Class serviert.

- 40- bis 50%-Stelle
  - Wissenstransfer (Anfangsphase)
  - Bilderverwaltung
  - Titelredaktion
- 60%-Stelle
  - Beschlagwortung

# CROWDSOURCING FÜR DIE ALLGEMEINHEIT: PLATTFORMEN (1)

*Bilder für die Allgemeinheit online stellen, dafür die unterschiedlichen Publikationskanäle nutzen, „dorthin gehen, wo die Nutzer sind“ (pull bzw. on demand)*

- Eigene Bilddatenbank
- Google Bilder
- Flickr Commons
- Wikimedia Commons
- Europeana
- Facebook und Weblogs

# CROWDSOURCING FÜR DIE ALLGEMEINHEIT: PLATTFORMEN (2)

	Global Rank	Verwertung/ Rechte	Zugang: Institution	Zugang: Benutzer	Crowdsourcing-Funktionen	Punkte-durchschnitt	Priorisierung
<b>BildarchivOnline</b>	1	3	3	3	1	2.20	1
<b>Google Bilder</b>	3	3	3	3	0	2.40	in Betrieb
<b>Flickr</b>	2	3	1	1	3	2.00	2
<b>Wikimedia</b>	3	1	1	1	1	1.40	4
<b>Europeana</b>	1	3	2	3	0	1.80	3
<b>Facebook</b>	3	1	1	1	2	1.60	in Betrieb

- Aufwand vs. Mehrwert/Nutzen
- Gemischte Strategie, Workflow identisch
- Experten
  - Ressourcen gehen vermehrt ins Marketing
- Verschiedene Plattformen nutzen
  - Ressourcen gehen vermehrt in die Pflege der Schnittstellen

Fragen?  
Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**Nicole Graf**  
Leiterin des Bildarchivs der ETH-Bibliothek  
[www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)  
nicole.graf@library.ethz.ch