


# Wissen soll nicht verloren gehen! Eine Online-Umfrage zu Motivation und Engagement der Freiwilligen des Crowdsourcings des Bildarchivs der ETH-Bibliothek

**Report****Author(s):**

Graf, Nicole 

**Publication date:**

2018-01

**Permanent link:**

<https://doi.org/10.3929/ethz-b-000401438>

**Rights / license:**

[Creative Commons Attribution 4.0 International](#)



# Wissen soll nicht verloren gehen!

Eine Online-Umfrage zu Motivation und Engagement der Freiwilligen des Crowdsourcings des Bildarchivs der ETH-Bibliothek

**Autorin:**  
Nicole Graf

Wissen soll nicht verloren gehen!

Eine Online-Umfrage zu Motivation und Engagement der Freiwilligen des Crowdsourcings des Bildarchivs der ETH-Bibliothek

Autorin: Nicole Graf

ETH-Bibliothek Zürich, Bildarchiv

Januar 2018

# Inhaltsverzeichnis

<b>Ausgangslage und Fragestellung</b>	<b>4</b>
Crowdsourcing im Bildarchiv	4
Community Management	5
Das Engagement der Crowd	7
Die unbekante Crowd	7
Aufbau der Online-Umfrage	8
Bekanntmachung und Rücklaufquote	8
<b>Ergebnisse</b>	<b>9</b>
Der/die Crowdsourcer/in	9
Die Motivation der Crowd	11
Zeitlicher Aufwand bei der Identifikation	15
Vorgehen bei der Bildidentifikation	17
Nutzung der Kommunikationskanäle	19
Beteiligung an anderen Freiwilligen-Projekten	20
Verbesserungsvorschläge	20
<b>Resümee</b>	<b>22</b>

# Ausgangslage und Fragestellung

## Crowdsourcing im Bildarchiv

Das Bildarchiv der ETH-Bibliothek machte bereits zwischen 2009 und 2013 erste Erfahrung mit einem gross angelegten Crowdsourcing-Projekt. Ehemalige Swissair-Mitarbeitende halfen ehrenamtlich mit, rund 40'000 digitalisierte Bilder aus einem Gesamtbestand von 220'000 des Fotoarchivs der Swissair online zu erschliessen. In diesem Zusammenhang sprach die Autorin von *Experten-Crowdsourcing*, da gezielt eine geschlossene Gruppe von Experten angesprochen wurde. Der grosse Vorteil bei den Swissair-Pensionären war, dass sie gut organisiert und über diverse Kommunikationskanäle (eigene Zeitung, Versammlungen usw.) direkt ansprechbar waren.

Dieses *Wissen von Vielen* wollten wir weiterhin für die Verbesserung von Bildbeschreibungen nutzen. Denn das sechsköpfige Team des Bildarchivs ist in seinem Wissen naturgemäss begrenzt. Unter dem Motto *Wissen Sie mehr?* führten wir am 9. Dezember 2015 auf unserer Bilddatenbank E-Pics Bildarchiv Online<sup>1</sup> die Kommentarfunktion ein. Dank dieser technisch einfachen und etablierten Web 2.0-Funktion konnte jetzt alle Benutzende zu sämtlichen Bildern Rückmeldungen geben.

Um die Benutzenden möglichst intuitiv durch die neue Funktion zu führen, zieht sich der Aufruf *Wissen Sie mehr?* konsequent durch unsere digitalen Angebote, wie etwa auf der Willkommenseite von E-Pics Bildarchiv Online (siehe Abb. 1), bei den Kategorien und in den Metadaten.

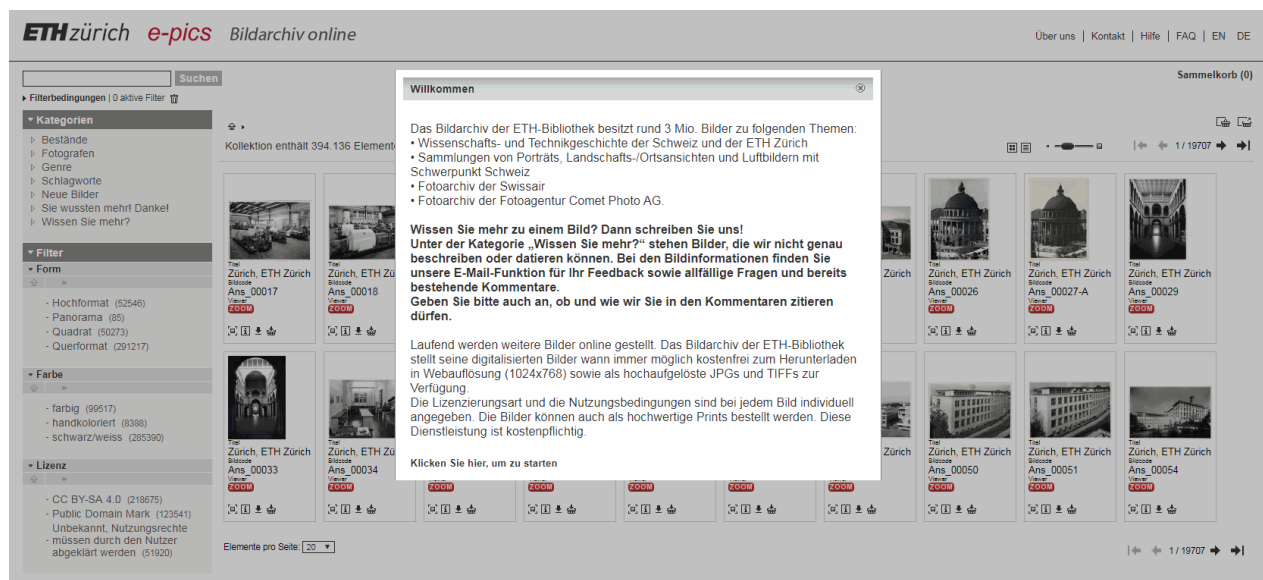


Abbildung 1: Willkommenseite auf E-Pics Bildarchiv Online (Screenshot)

<sup>1</sup> <http://ba.e-pics.ethz.ch>

In der neuen Kategorie *Wissen Sie mehr?* verteilen wir regelmässig Bilder, die teilweise oder komplett identifiziert werden sollen, auf die Unterkategorien Bauwerke, Berge, Orte usw. In den Metadaten fügten wir *Wissen Sie mehr?* mit den neuen Feldern *Feedback*, *Fragen* und *Kommentare* ein. Das Feld *Feedback* ist das Eingabefeld für die User. Wird es ausgefüllt, wird automatisch eine E-Mail ans Bildarchiv generiert. Im Feld *Fragen* können wir Fragen an die Freiwilligen richten. Im Feld *Kommentare* werden die Kommentare der Freiwilligen publiziert.

Die Kommentarfunktion bewarben wir zunächst nur auf der Homepage der ETH-Bibliothek<sup>2</sup>. Innerhalb des ersten Monats hatten wir bereits 100 E-Mails erhalten. Vor der Einführung der Kommentarfunktion erhielten wir im Durchschnitt eine Feedback-E-Mail pro Monat.

Am 18. Januar 2016 berichtete Adi Kälin in der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ) über das Crowdsourcing-Projekt. In der Online-Version seines Artikels *Wer kennt die Berge, Orte und Fabriken?*<sup>3</sup> wurden zehn noch nicht-identifizierte Luftbilder von Walter Mittelholzer publiziert. Der Bericht löste sowohl ein grosses Leser/innen- als auch Medienecho (*Tagesschau* im Fernsehen SRF<sup>4</sup>, Radio SRF während den folgenden zwei Wochen<sup>5</sup>, andere Zeitungen) aus. Innerhalb von anderthalb Tagen waren neun von zehn Bildern in der NZZ identifiziert, und die NZZ berichtete erneut darüber<sup>6</sup>.

Bis Ende März 2016, als die beachtliche Medienaufmerksamkeit wieder etwas zurückgegangen war, beteiligten sich rund 500 Freiwillige (91 % Männer) am Crowdsourcing<sup>7</sup>. Rund die Hälfte gab nur jeweils eine Rückmeldung. Viele Personen verfassten jedoch mehrere Kommentare. Die meisten haben ein Spezialgebiet, das sie systematisch durcharbeiten (Berge, Industriebauten, Flugzeuge, Dampfschiffe usw.). Insgesamt wurden bis zu diesem Zeitpunkt 1'800 Bilder<sup>8</sup> kommentiert.

Eigegangene Hinweise unterziehen wir einem Plausibilitätscheck. Interessanterweise schicken die meisten Freiwilligen Belegmaterial, sei es in Form eines Links auf Google Maps, eines Bildes oder einer persönlichen Geschichte. Bei einigen Bildern gingen widersprüchliche Hinweise ein, die jedoch in der Diskussion aufgelöst werden konnten. Die Informationen werden im Bildarchiv in die entsprechenden Metadatenfelder eingepflegt (in der Regel sind das Titel, Beschreibung, Datierung, Kommentare), und die Beschlagwortung wird allenfalls angepasst.

## Community Management

Während des ersten Monats nach Erscheinen des NZZ-Artikels konnten wir nicht jede E-Mail einzeln beantworten. Jedoch fragten wir jeweils bei der ersten E-Mail nach, ob wir die Kommentare namentlich publizieren dürfen. Nach einem Monat bedankten wir uns bei allen Freiwilligen mit einer Zusammenfassung über den Stand der Arbeiten. Dies wiederum führte zu signifikant mehr Feedback-Mails als in den Tagen zuvor.

Wir schlossen daraus, dass die Freiwilligen auf Informationen sehr gut ansprechen, dass wir mit ihnen kommunizieren müssen! Da ein monatliches Rundmail für diesen Zweck nicht in Frage kam, bauten wir ein neues Weblog *Crowdsourcing der ETH-Bibliothek: Aktuelles und Erfahrungen aus der Community*<sup>9</sup> (Abb. 2) auf. Der Blog ging am 9. Mai 2016 online. Er richtet sich sowohl an die Freiwilligen als auch an das Fachpublikum aus Bibliotheken, Archiven und Museen im deutschsprachigen Raum.

<sup>2</sup> [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<sup>3</sup> <https://www.nzz.ch/zuerich/wer-kennt-die-berge-orte-und-fabriken-1.18678913>

<sup>4</sup> <https://www.srf.ch/play/tv/tagesschau/video/eth-loest-bilderraetsel?id=d00b8618-9e72-49d1-a10b-b1c158a83977>

<sup>5</sup> <http://www.srf.ch/radio-srf-1/radio-srf-1/eth-bildarchiv-kennen-sie-dieses-bild>

<sup>6</sup> <https://www.nzz.ch/zuerich/ein-florentiner-palazzo-in-opfikon-1.18680173>

<sup>7</sup> Stand 31.12.2017: 882 Freiwillige (90 % Männer).

<sup>8</sup> Stand 31.12.2017: 31'764.

<sup>9</sup> <https://blogs.ethz.ch/crowdsourcing/>





Abbildung 2: Blog Crowdsourcing, Startseite (Screenshot)

Jeden Montag gibt es in der Blog-Rubrik *Wissen Sie mehr?* einen Post mit Bildern, die verbessert werden können. Am Freitag wird jeweils in der Blog-Rubrik *Sie wussten mehr!* berichtet, welche besonders interessanten Bilder während der Woche bearbeitet wurden. Im Blog gibt es ausserdem die Rubriken *Statistik* mit Monatsstatistik und der Top 10, *Mitmachen*, *Multimedia* mit Filmen und Podcasts, *Projekte* sowie eine *Presseschau*.

Der Blog mit dem spezifischen Publikationsrhythmus wurde sehr gut aufgenommen (siehe Abb. 3). Jeweils montags, freitags und sobald in den Medien über das Crowdsourcing berichtet wird, sind die Zugriffszahlen (*visits*) signifikant höher als an den anderen Tagen.

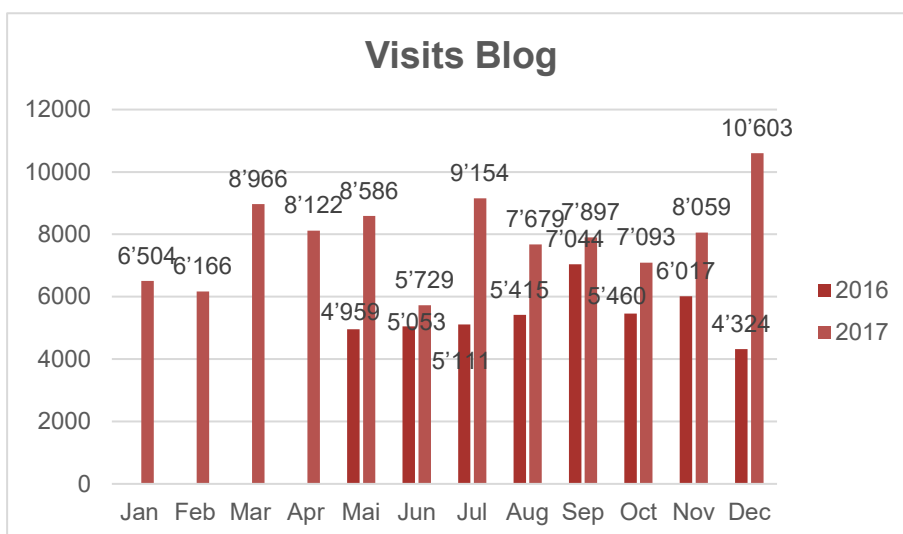


Abbildung 3: Visits Blog Crowdsourcing, 2016-2017

Nebst Blog ist die bilaterale E-Mail-Korrespondenz eine weitere wichtige Massnahme zur Kommunikation und nachhaltigen Einbindung der Freiwilligen. Dies kann allerdings bei der grossen Anzahl Mails und aufgrund des Zeitfaktors nur in spezifischen Fällen erfolgen, so bspw. bei Rückfragen oder Rückmeldungen zu besonders gelungenen Beispielen.

Eine weitere erfolgreiche Massnahme zur Pflege der Crowd war das Kennenlernetreffen vom 15. November 2016 mit über hundert Gästen. Es gab einen Vortrag zum Stand der Arbeiten mit anschliessendem Apéro. Das Treffen war ein grosser Erfolg. Die Anzahl Hinweise schnellte in der Folge signifikant in die Höhe und hat sich seither auf einem sehr hohen Niveau eingependelt (Abb. 4).

## Das Engagement der Crowd

Das Engagement der Freiwilligen ist sehr hoch. Das lässt sich nebst der Anzahl eingegangener Hinweise (siehe Abb. 4) auch anhand folgender Tatsachen ablesen.

1) Der Wunsch der Freiwilligen, ihre eigenen Beiträge auf E-Pics Bildarchiv Online schneller finden zu können, führte bereits im ersten Monat dazu, dass wir das Kommentarfeld in die Volltextsuche der Bilddatenbank integrierten und wir eine zweite Kategorie *Sie wussten mehr! Danke!* einführten.

2) Um die viele Handarbeit bei der Verarbeitung der Kommentarmails auf Seiten des Bildarchivs zu verringern, baten wir die Freiwilligen am Kennenlernetreffen, ihre E-Mails nach folgendem Schema zu strukturieren: „Hans Muster: Fraumünster in Zürich“ anstatt bspw. „Das ist das Fraumünster in Zürich. Mit freundlichen Grüssen, Hans Muster“.

3) Am Kennenlernetreffen informierten wir die Freiwilligen über eine bevorstehende Online-Umfrage zu ihrer Motivation, ihrem Engagement sowie ihrem sozioökonomischen Hintergrund. Erste Rückmeldungen hatten die Anpassung des Veröffentlichungsdatums zur Folge, da einige Personen im Dezember abwesend waren. Wir erwarteten also eine gute Rücklaufquote für die Online-Umfrage.

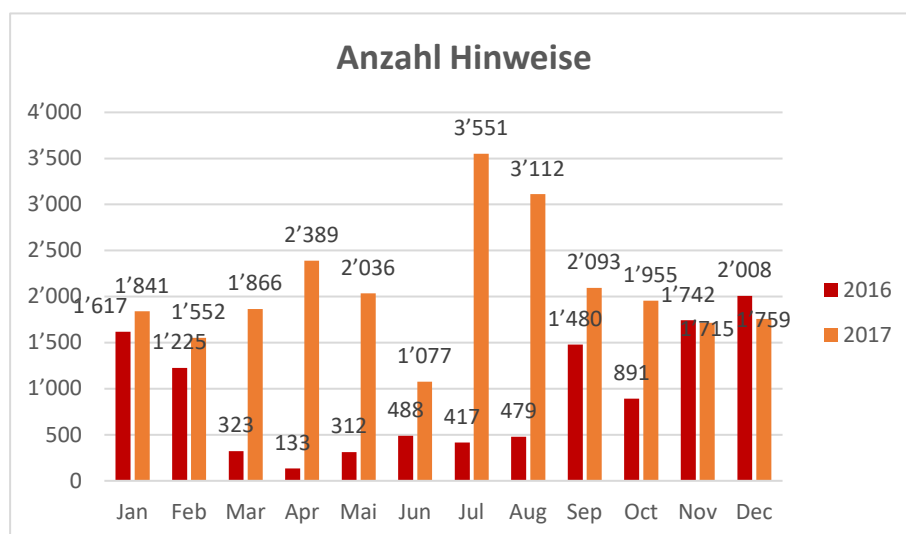


Abbildung 4: Anzahl Hinweise (Kommentarmails), 2016-2017

## Die unbekannte Crowd

Anhand der Namen in den Feedback-Mails können wir das Geschlecht der Freiwilligen auswerten. Dieses ist seit Beginn konstant bei 90 % Männer und 10 % Frauen, mit einer Abweichung von +/-1 %. Beim Alter hingegen können wir nur Vermutungen anstellen.

Aufgrund der E-Mails ist auch ersichtlich, dass die Top 10 die meiste Arbeit erledigt: 77 %! Die Top 30 wiederum lieferte bisher 90 % aller Hinweise. Dieses Phänomen von *Powerusern*



beobachteten wir bereits im Swissair-Projekt<sup>10</sup> und wird auch von anderen Projekten berichtet (vgl. Wikipedia oder die Library of Congress auf Flickr Commons<sup>11</sup>). Bei den ehemaligen Mitarbeitenden der Swissair interessierten sich rund 130 Personen, 40 Personen arbeiteten mit, ein halbes Dutzend davon intensiv. Zwei Pensionäre wurden intern zu „Erschliessungskönigen“ erkoren.

## Aufbau der Online-Umfrage

Mit der Online-Umfrage wollen wir unsere Crowd besser kennenlernen. Sie hatte zum Ziel, die Motivation und das Engagement der Freiwilligen sowie deren soziodemographisches Profil zu erheben. Folgende Fragen standen im Mittelpunkt unseres Interesses:

- Das Alter der Freiwilligen. Stimmt die Vermutung, dass die Crowd vor allem aus Pensionierten besteht?
- Welche Schulbildung bringen sie mit?
- Aus welchen Berufsfeldern stammen sie?
- Was ist ihre Motivation?
- Wie viel Zeit wenden sie für die Arbeit auf?
- Wie gehen sie bei der Suche nach neuen Bildern vor?
- Welche Hilfsmittel benutzen sie bei der Identifikation?
- Engagieren sie sich noch in anderer Freiwilligenarbeit?
- Was können wir verbessern, um den Freiwilligen die Arbeit zu erleichtern?

## Bekanntmachung und Rücklaufquote

Vom 9. Januar bis 4. Februar 2017 war die Umfrage<sup>12</sup> aufgeschaltet. Ein Blogpost<sup>13</sup> sowie eine E-Mail lud die 700 Freiwilligen zur Teilnahme ein. Insgesamt 350 Personen loggten sich in die Umfrage ein. Schliesslich erhielten wir 193 vollständig ausgefüllte Fragebogen. Dies ergibt eine sehr gute Rücklaufquote von 27,5 %.

<sup>10</sup> Graf, Nicole: Crowdsourcing: Die Erschließung des Fotoarchivs der Swissair im Bildarchiv der ETH-Bibliothek, Zürich, in: *Rundbrief Fotografie* Vol. 23 (2016), No. 1, N.F. 89, <http://www.rundbrief-fotografie.de/archiv/hefte/1f-89/artikel-graf>

<sup>11</sup> Springer, Michelle et al. (2008): For the Common Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project ([http://www.loc.gov/rr/print/flickr\\_report\\_final.pdf](http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf))

<sup>12</sup> Verwendet wurde die Survey-Plattform: ETH-Tool Select Survey <https://selectsurvey.ethz.ch/>

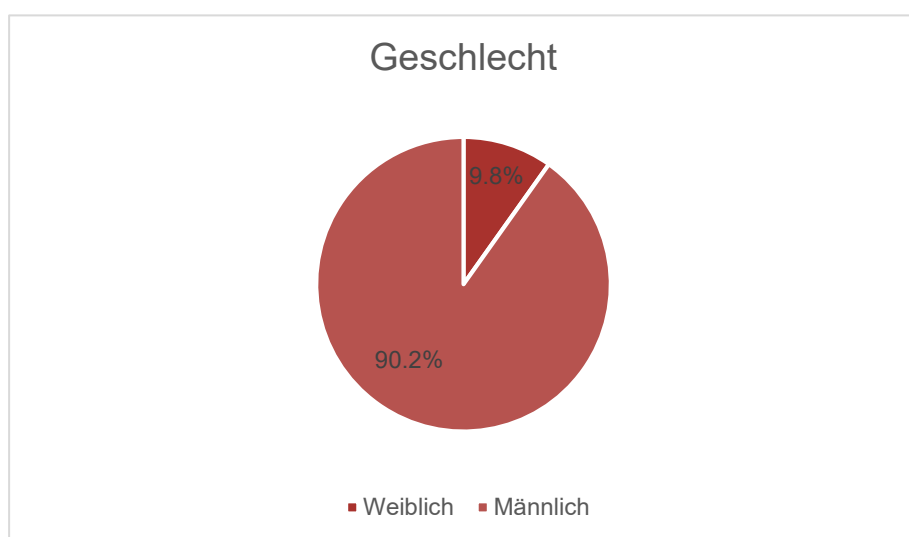
<sup>13</sup> <https://blogs.ethz.ch/crowdsourcing/2017/01/09/unserer-crowd-ein-gesicht-geben-jetzt-mitmachen-bei-der-online-umfrage/>

# Ergebnisse

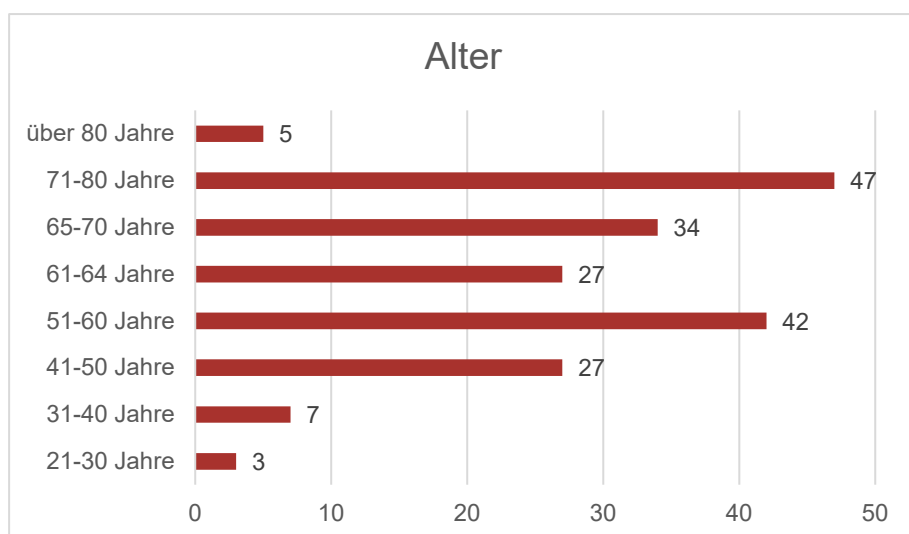
## Der/die Crowdsourcer/in

Der Grossteil der Befragten kommt aus der Deutschschweiz. Wohl aufgrund eines Berichts über das Crowdsourcing des Bildarchivs in den Abendnachrichten im Tessiner Fernsehen<sup>14</sup> kommen auch einige Befragte aus dem Tessin.

Wenig überraschend ist die Geschlechter-Verteilung der Befragten: 9,8 % Frauen versus 90,2 % Männer. Diese Verteilung deckt sich mit der statistischen Auswertung der Feedback-Mails. Die Umfrage kann somit als valide angesehen werden.



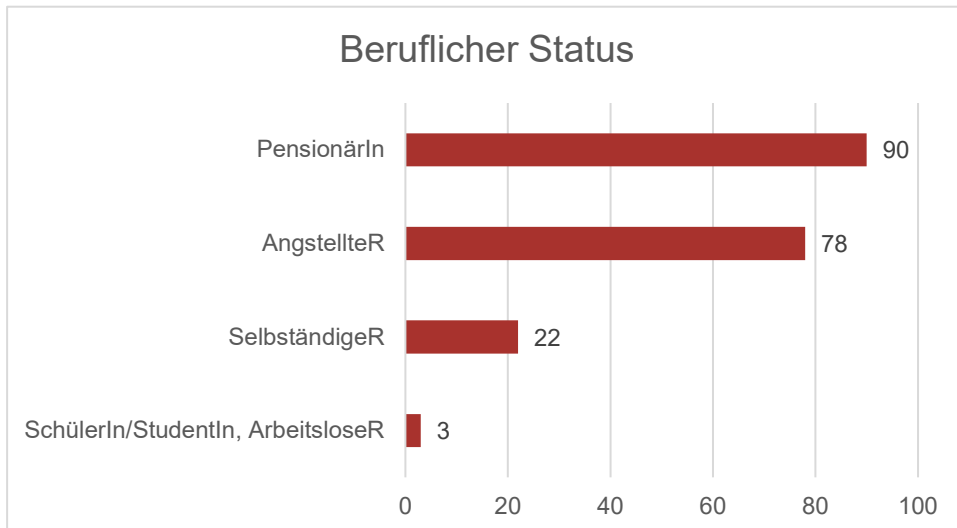
192 Personen gaben ihren Geburtsjahrgang an. Der/die durchschnittliche/r Freiwillige ist 61 Jahre alt. 45 % sind 65 Jahre alt und älter. Verhältnismässig wenige Personen sind unter 50 Jahre alt (20 %) sind. Der älteste Befragte hat Jahrgang 1932, der jüngste gibt 1992 an. Der Mittelwert ist 1956, der Median 1955. In der Top 30 verschiebt sich die Verteilung Richtung Pensionierte: 55 % der Befragten Top 30 (22 Befragte) sind im Umfragejahr 65 Jahre und älter.



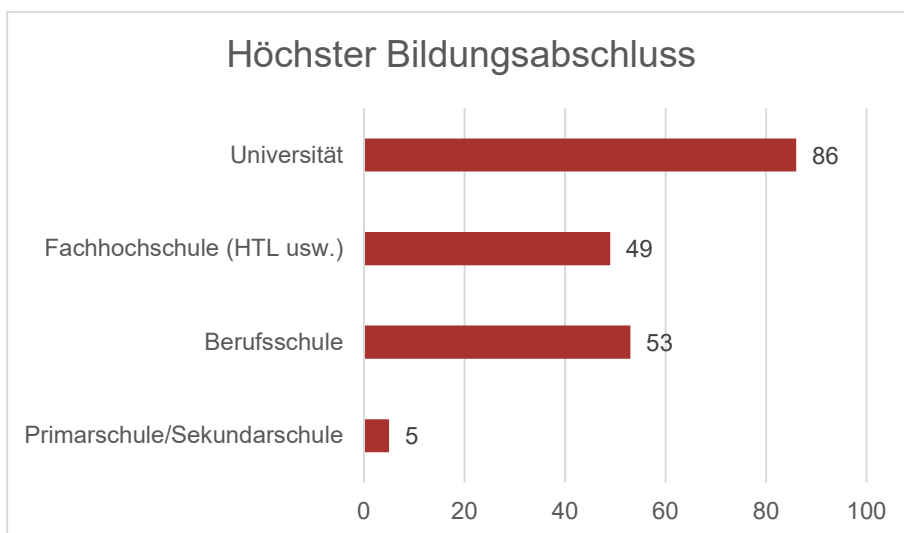
<sup>14</sup> <https://www.rsi.ch/play/tv/telegiornale/video/18-11-2016-foto-in-cerca-dautore?id=8336419&station=rete-uno>

Gemäss beruflichem Status ist knapp die Hälfte (47 %) pensioniert. Der Anteil Angestellter liegt bei 40 % und der Selbständigen bei 11 %. In den Top 10 sind alle acht Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, pensioniert. Von einer weiteren Person aus den Top 10 wissen wir, dass sie noch berufstätig ist. In den Top 30 sind mit 15 von 22 Antwortenden rund 68 % bereits nicht mehr berufstätig.

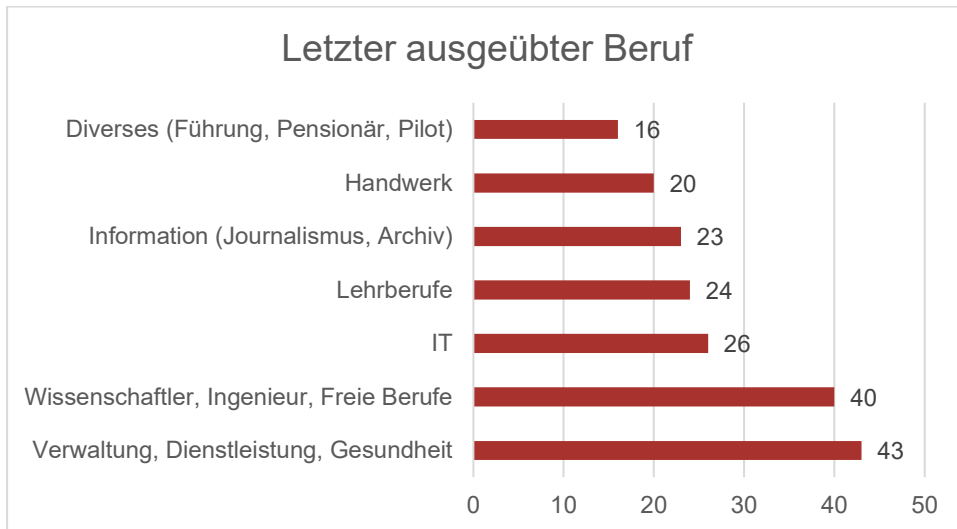
Somit kann die Hypothese, dass vor allem pensionierte Personen bei unserem Crowdsourcing aktiv sind, für die aktivste Gruppe der Top 30 bestätigt werden.



Die Antworten nach dem höchsten Bildungsabschluss zeigen, dass unsere Crowd überdurchschnittlich gut ausgebildet ist. Eine Mehrheit von 70 % hat ein Hochschulstudium absolviert. Befragt nach ihrer Beziehung zur ETH Zürich oder Lausanne geben zudem 30 Personen (16 %) an, dass sie ETH-Absolventen sind.

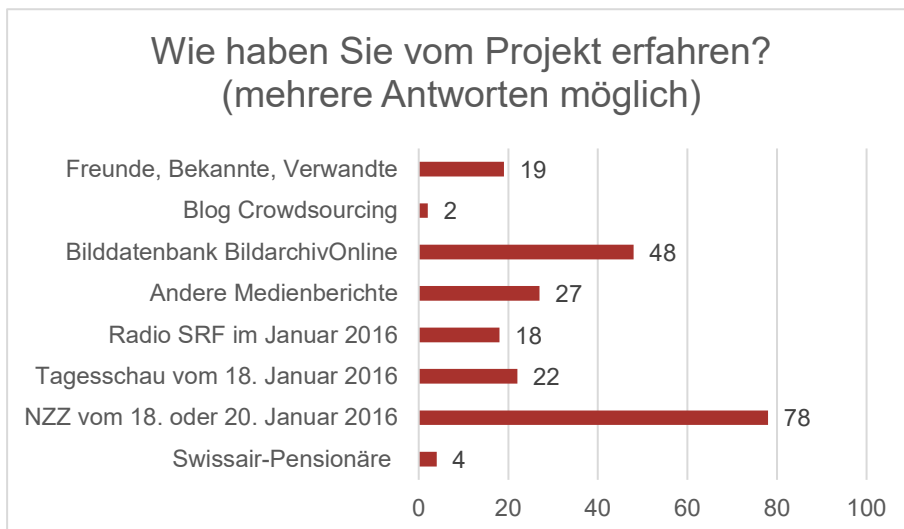


Rund ein Viertel der Befragten arbeitet/e in der Verwaltung oder der Dienstleistungsbranche, ein Fünftel sind/waren Wissenschaftler/innen und Freiberufler/innen (Architekt/innen, Jurist/innen), 14 % stammen aus der IT-Branche und 13 % aus Lehrberufen. Jeder 10. ist ein/e Informationsarbeitende/r (Journalismus, Bibliotheken/Archive).



## Die Motivation der Crowd

Rund die Hälfte (48 %) der Befragten beteiligt sich zum Zeitpunkt der Umfrage aktiv am Crowdsourcing. Die meisten Freiwilligen (60 %) wurden über die Medienberichterstattung im Januar 2016 auf unser Crowdsourcing-Projekt aufmerksam. Ein Viertel der Befragten erfuhr vom Projekt über unsere Bilddatenbank *Bildarchiv Online*, 10 % über Freunde, Bekannte oder Verwandte. Ausserdem werden die Googleuche, Führungen im Bildarchiv oder Vorträge der Autorin genannt.



Gefragt nach dem Interesse für historische Bilder geben 2/3 der Befragten ein Interesse im Allgemeinen, 45 % ein Interesse für spezifische Motive an. Lokalhistorisches Interesse an Orten und Regionen, zu denen die Befragten einen Bezug haben, wird bei den spezifischen Interessen am meisten genannt. Weitere Themen sind (alphabetisch geordnet):

- Alpen, Alpinismus
- Architektur, Städtebau, Gebäude
- Landschaften, Siedlungsentwicklung
- Technik und Industrie, technische Anlagen und Maschinen
- Verkehr: Eisenbahn, Fahrzeuge, Flugzeuge und Schiffe
- Kultur, Kleidung, Kunst oder Menschen

Auf die offen gestellte Frage „Was motiviert Sie, bei unserem Projekt mitzuarbeiten?“ haben sehr viele Befragte (87 %) Kommentare eingesandt. Die Kommentare wurden inhaltlich analysiert und in sechs Kategorien eingeteilt: Neugier, Spass/Detektiv, Wissen, Metadaten, Crowdsourcing und Projektarbeit. Eine repräsentative Auswahl an treffenden und aufschlussreichen Kommentaren findet sich bei den einzelnen Kategorien.

1) Wichtige Treiber für die Teilnahme am Crowdsourcing sind für viele schlicht und einfach die *Neugier* sowie die *Freude an alten Bildern*. In 43 Antworten ist diese Kategorie enthalten. Folgende Zitate belegen dies.

*„Neugierde und ein gesunder Mitteilungswille.“*

*„Ich bin ETH-Absolvent und interessiert an technikhistorischen Dingen.“*

*„Freude an den Bildern, Erkennen des Strukturwandels in unserer kleinen Welt.“*

*„XY ist meine Heimat. Ich hoffte, mir unbekannte Ansichten des Dorfes zu finden. Habe dann auch eine Postkarte gesehen, die von meinem Grossvater geschrieben worden ist! (Aus der Feller-Sammlung).“*

*„Zu staunen darüber, dass Vieles aus dem 21. Jahrhundert eigentlich schon recht alt ist!“*

*„Es ist doch eine geniale Idee, Reisen in vergangene Zeiten zu machen ...!“*

*„Flugbilder von bekannten Gegenden aus vergangenen Zeiten zu sehen.“*

2) Nach dem Entdecken „neuer alter Welten“ packt dann viele Befragte der *Ehrgeiz*. Sie können ihren Spieltrieb befriedigen, geraten durchaus auch in ein Feuer oder bringen etwas in Ordnung. Viele berichten über den *Spass an der Detektivarbeit* und den Erfolgserlebnissen. Hier einige Beispiele aus den 37 Antworten.

*„Abgesehen von den vielen geschichtlichen Hintergründen, die man lernt, hat die Arbeit etwas Detektivisches.“*

*„Als ehemaliger Polizist liebe ich Ermittlungsarbeit. Gepaart mit den heutigen Möglichkeiten im Internet (Google-Earth) gelingt die eine oder andere Identifikation von Bildern leichter.“*

*„Befriedigt meinen Spieltrieb auf sinnvolle Weise.“*

*„Der Ehrgeiz, etwas zu kennen, das ein anderer nicht kennt. Und ich finde es gut, wenn Archivmaterial einfach verfügbar wird. Im Keller nützt es letztlich so gut wie niemandem.“*

*„Habe ein gutes Bildergedächtnis und versuche Bilder auch detailliert zu ‚lesen‘ (Schatten, Jahreszeit, besondere Merkmale etc.).“*

*„Das Erfolgserlebnis, wenn ich wieder einmal etwas herausgefunden habe.“*

*„Ich habe Kunstgeschichte studiert, arbeite jedoch nicht in diesem Bereich. Bilder, insbesondere Fotografien aus vergangenen Zeiten interessieren mich grundsätzlich. Zudem liegt mir das Rätseln, Grübeln, Recherchieren,*

*Forschen: Finde ich die Lösung heraus oder nicht? Da kann ich durchaus ins Feuer kommen.“*

*„Das Gefühl, durch Lieferung einer Bildlegende etwas in Ordnung gebracht zu haben.“*

*„Hat was Spielerisches und ich trage mit meinem Wissen gerne dazu dabei, die Metadaten und damit die Auffindbarkeit der Fotografien zu verbessern.“*

*„Ist eine sinnvolle und intellektuell herausfordernde Beschäftigung nach der Frühpensionierung. Trägt zum Erhalt des kulturellen Erbes bei, auch über das eigene Leben hinaus.“*

3) Das eigene *Wissen teilen*, mithelfen, die Dringlichkeit, das noch vorhandene Wissen zu teilen, sich mit Hinweisen für den freien Online-Zugang zu den Bildern zu bedanken und weitere altruistische Motive kommen in 49 Antworten zum Ausdruck.

*„Wissen soll nicht verloren gehen!“*

*„Ich kenne die Orte und Landschaften der Schweiz gut.“*

*„Wissen teilen zum Nutzen aller, selbst profitiere ich ja auch davon, dass andere ihr Wissen teilen.“*

*„Wir älteren Leute haben vielleicht noch Kenntnisse, die bald nicht mehr zu beschaffen sind.“*

*„Es gilt das heute noch vorhandene Wissen aus erster Hand zu nutzen, um Fehler in den Bildbeschreibungen zu berichtigen.“*

*„Kenne verschiedene handwerkliche Abläufe.“*

*„Ich finde es grossartig, dass die ETH einen so grossen Bilderschatz zur Verfügung stellt und das in der Auflösung. Meine Mitarbeit ist ein kleines Dankeschön dafür.“*

*„Die Freude, mithelfen zu können, sein eigenes Wissen weiterzugeben.“*

*„Ich gebe gerne mein spezifisches Wissen weiter – und freue mich an der Diskussion oder Spurensuche, die uns weiterbringt...“*

*„Prüfen meines Erinnerungsvermögens.“*

4) Ein Bewusstsein für die Wichtigkeit von *Metadaten*, die Inwertsetzung von Bildern sowie die Wertschätzung des *öffentlichen Zugangs zu den Bildern* kommen in (unerwartet) vielen Antworten (42) zur Sprache.

*„Richtigkeit der Angaben.“*

*„Diese Bilddatenbank wird zu den Primärquellen gehören und sollte daher möglichst fehlerfrei sein.“*

*„Ich bin ja auch immer froh, wenn ich zu Bildern gute ergänzende Angaben und Informationen vorfinde.“*



*„Bilder bei denen man nicht weiss wo und wann sie entstanden sind, sind praktisch wertlos. Es gibt genügend alte Fotoalben und Diasammlungen dieser Art. Wenn schon der Aufwand der Digitalisierung betrieben wird, sollte man unbedingt zugehörige Metadaten haben, speziell wenn die Bilder öffentlich zugänglich sind. Dazu möchte ich einen aktiven Beitrag leisten. Bei dieser Tätigkeit lernt man selbst sehr viel und das Auge und der Sinn für Zusammenhänge wird in einer beinahe detektivischen Art geschult.“*

*„Bei verschiedenen Projekten habe ich gesehen, dass nicht immer alle Angaben bezüglich Datum der Aufnahmen stimmen. Dank dem lokalen Wissen kann ich helfen, die Angaben zu korrigieren, verbessern.“*

*„Undatierte und unbeschriebene Bilder sind ‚verwaist‘, praktisch unbrauchbar. Falsch datierte oder beschriebene Bilder sind schädlich, weil sie in die Irre führen.“*

*„Die Datenbank wird für alle Benutzer präziser.“*

*„Mich motiviert das Resultat – vorher nicht verknüpfte und damit fast wertlose Daten werden mit einem Wert versehen.“*

*„Öffentlicher Zugang zu den Bildern unterstützen.“*

#### 5) Das Crowdsourcing an sich wird in 12 Antworten explizit thematisiert.

*„Die Faszination der Schwarmintelligenz. Ich finde offene Quellen und Daten wichtig.“*

*„Die Idee, dass sich Wissen vermehren kann, dass man es teilen kann und so etwas Grösseres entsteht. Crowdsourcing verwirklicht auch eine Ur-Idee des Internets: Wissen für alle!“*

*„Die Tatsache, dass eine solche Arbeit letztlich nur von Freiwilligen durchgeführt werden kann. Ausserdem, ermöglicht mir diese Arbeit, meine Welt mit anderen Augen anzuschauen.“*

*„Gemeinsam und non-profit etwas erschaffen und der Nachwelt zu erhalten.“*

#### 6) Schliesslich gibt es noch Freiwillige, die als Chronisten oder in anderen Projekten mitarbeiten und dazu die Bilder des Bildarchivs verwenden. Abschliessend eine Auswahl an Zitaten aus den 12 Antworten.

*„Chronikarbeit!“*

*„Ab und zu verwende ich Bilder der ETH-Bibliothek für meine Publikationen. Das Mitmachen an dieser Plattform bietet mir die Möglichkeit, mich zu revanchieren und das ETH-Bildarchiv ein wenig zu unterstützen.“*

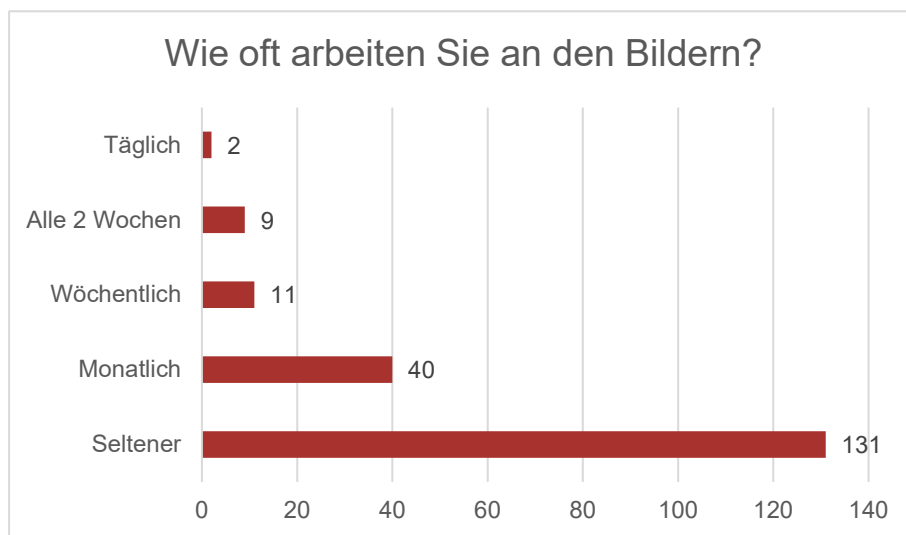
*„Als Leiter des Ortsmuseums XY hoffe ich, bisher unbekannte Bilder zu XY und Umgebung zu entdecken. Die Vielfalt der Aufnahmen hat mich aber so gereizt, dass ich auch andere Bilder angeschaut habe von Gegenden, die ich einigermassen kenne. Hat man bei der Knotelei erst mal Erfolg gehabt, hat's einem kaum mehr losgelassen.“*

„Ich habe in Ihrer Bilddatenbank seltene Fotos gefunden, die ich für ein e-Book benötigt habe. Zu einigen Fotos konnte ich Ereignisdaten beisteuern.“

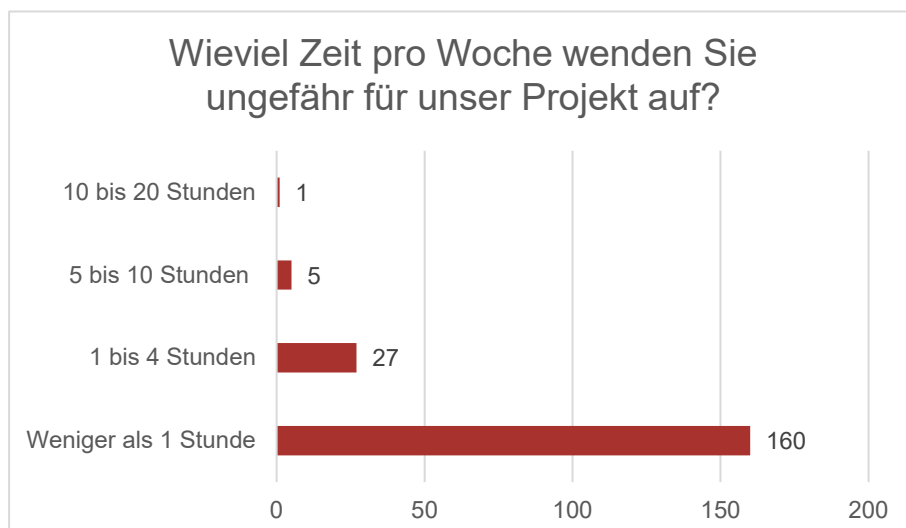
## Zeitlicher Aufwand bei der Identifikation

Den zeitlichen Aufwand verlässlich zu erheben, ist relativ schwierig. Im Idealfall müsste man die Bearbeitungszeit von 10 Bildern messen. Da dies aber bei einer Online-Umfrage schwierig durchzuführen ist, versuchten wir, mittels unterschiedlichen Fragen einen repräsentativen Durchschnittswert zu erheben.

Zum Einstieg ins Thema fragten wir den Rhythmus der Beteiligung ab. Zwei Befragte arbeiten täglich an den Bildern. Ein „harter Kern“ von 11 % ist mindestens alle zwei Wochen aktiv. Ein Fünftel der Befragten geht monatlich auf die Bilddatenbank, bei 68 % ist dies seltener als einmal pro Monat der Fall. Bei der Top 10 gehen 63 % mindestens alle zwei Wochen, 25 % geht monatlich auf die Bilddatenbank. Bei der Top 30 sind es 54 % resp. 14 %.

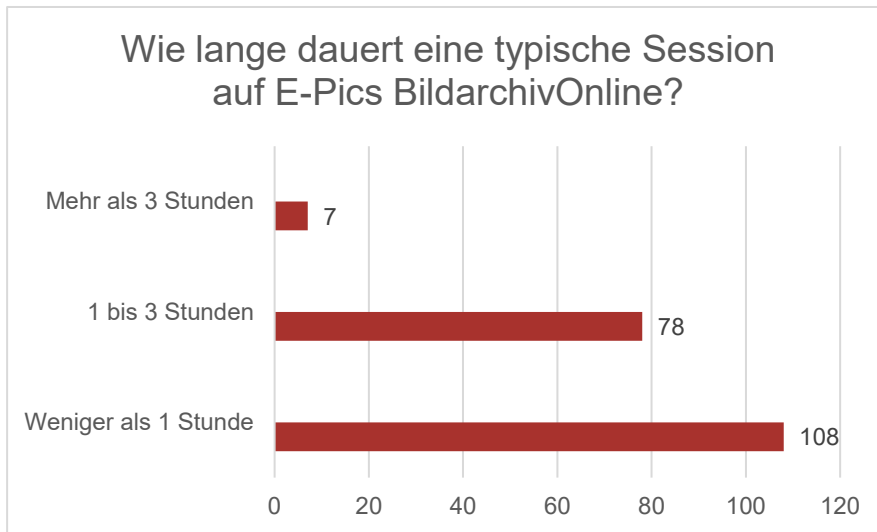


Im Weiteren wollten wir wissen, wieviel Zeit pro Woche die Befragten aufwenden. Die grosse Mehrheit (83 %) arbeitet eine Stunde pro Woche für unser Projekt. 17 % wenden zwischen 1 und maximal 10 Stunden auf. Bei den Top 10 resp. den Top 30 wendet die Mehrheit (75 % resp. 64 %) zwischen 1 und 10 Stunden auf.

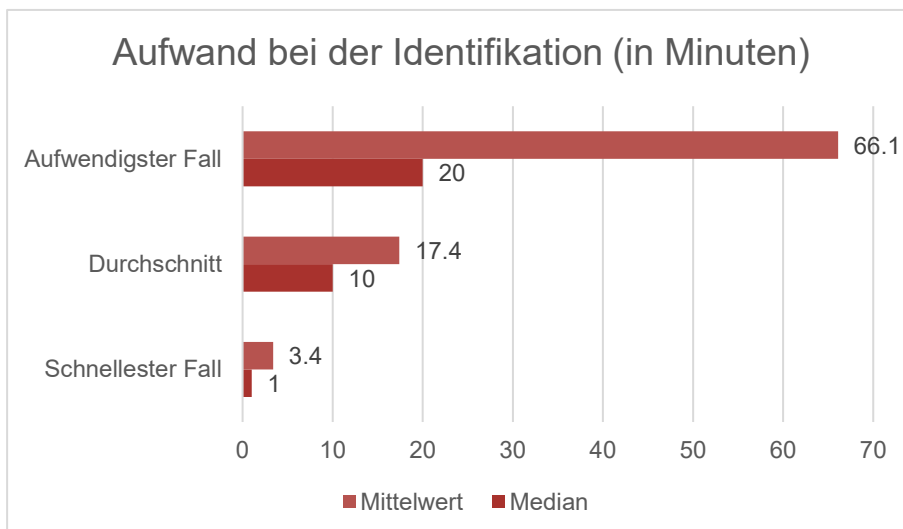


Während in den vorherigen Fragen also auch Offline-Recherchen enthalten sein können, zielt diese Frage konkret auf die geschätzte Verweildauer in E-Pics Bildarchiv Online. 56 %

verweilen dort weniger als 1 Stunde, 40 % zwischen 1 und 3 Stunden und bei 4 % sind es mehr als 3 Stunden.



Um den konkreten Zeitaufwand für die Identifikation von Bildern zu ermitteln, wurde nach dem Aufwand bei einem durchschnittlichen, beim schnellsten und beim aufwendigsten Fall gefragt. Im Durchschnitt brauchen die Befragten 10 Minuten pro Bild (Median), der Range bewegt sich zwischen 1 und 120. Der schnellste Fall dauert 1 Minute (Median), Range: 1 bis 30. Die aufwendigen Fälle dauern 20 Minuten (Median), Range: 1 bis 600.



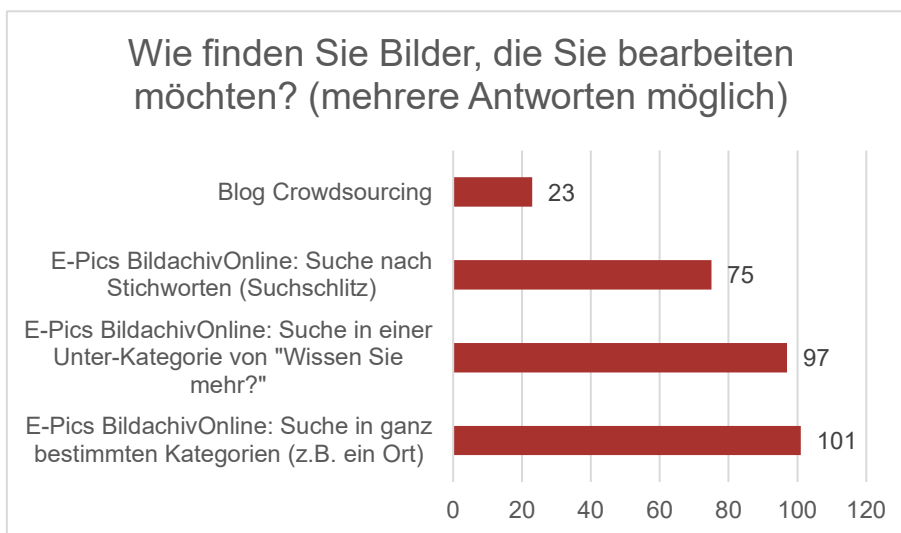
Schliesslich interessierte uns die präferierte Tageszeit fürs Crowdsourcen. Die Tageszeit scheint bei mehr als der Hälfte (58 %) keine Rolle zu spielen. Hingegen gibt es abends und nachts eine sehr aktive Gruppe von rund 47 %.



## Vorgehen bei der Bildidentifikation

Mehrere Fragen befassten sich mit dem Thema Arbeitsmethodik, angefangen bei der Suche nach neuen zu bearbeitenden Bildern auf der Bilddatenbank bis zum Gebrauch von Hilfsmitteln aller Art.

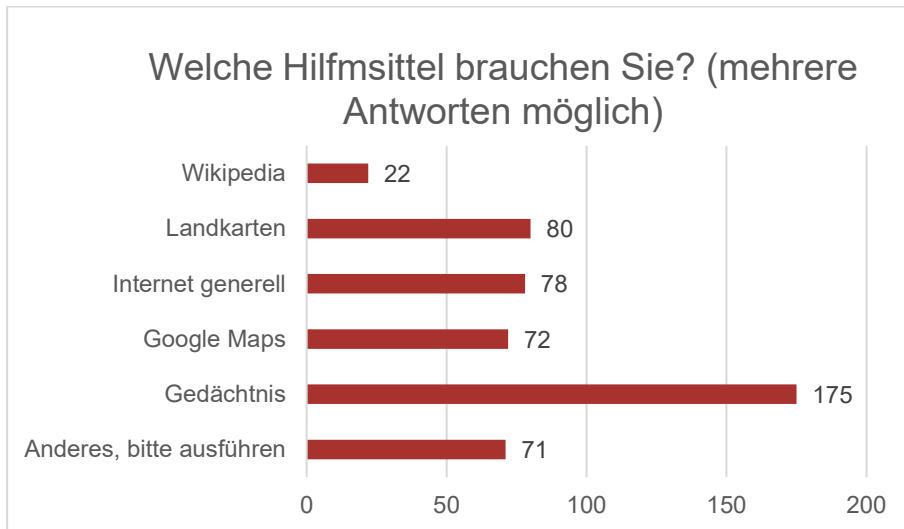
Am häufigsten wird eine gezielte Bildersuche ausgelöst (52 %): die Befragten lassen sich alle Bilder eines ausgewählten Schlagwortes (z. B. Ort) anzeigen. Fast ebenso häufig (50 %) werden die spezifisch für das Crowdsourcing ausgewählten Bilder in der Kategorie Wissen Sie mehr?<sup>15</sup> aufgerufen. Eine weitere Informationsquelle ist der Blog Crowdsourcing. Hier werden jeden Montag in der Rubrik Wissen Sie mehr? neue Bilder vorgestellt. Immerhin 12 % lassen sich davon inspirieren. Die Top 30 nimmt bereits beim Recherchieren einen Methodenmix vor.



Bei der Identifikationsarbeit nehmen die meisten Befragten einen Methodenmix vor. Die wohl wichtigste Informationsquelle beim Identifizieren von Bildern und Verbessern von Bildbeschreibungen ist das eigene Gedächtnis, gefolgt von Landkarten, Internet, Google Maps. Alternative geographische Quellen sind Google Street View, Google Earth, OpenStreetMap oder das Geoportal des Bundes<sup>16</sup>. Im Weiteren werden als Quellen eigene Bücher und Bilder, Befragen von Zeitzeugen und Google Bilder für Bildervergleiche (Anderes) genannt.

<sup>15</sup> <http://ba.e-pics.ethz.ch/link.jsp?category=44978>

<sup>16</sup> <https://map.geo.admin.ch/>



Der Grossteil der Befragten arbeitet auf dem Desktop-Computer (74 %). Die wenigsten benutzen ein Smartphone (3 %) fürs Crowdsourcing.

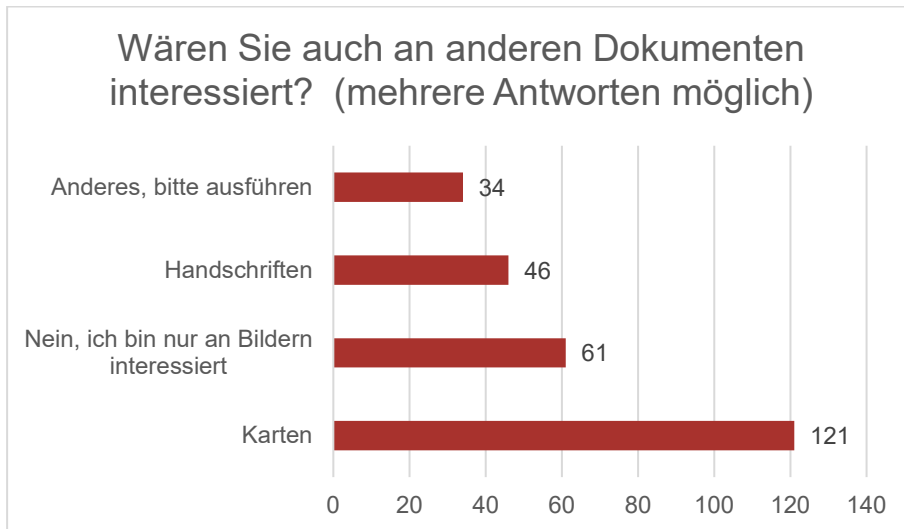
Die wenigsten Befragten (6 %) nutzen soziale Netzwerke für die Arbeit an den Bildern. Wenige geben zudem an, informelle Diskussion bei der Arbeit oder in der Freizeit führen. Eine Person gibt Tipps via E-Mail an potentiell Interessierte weiter.



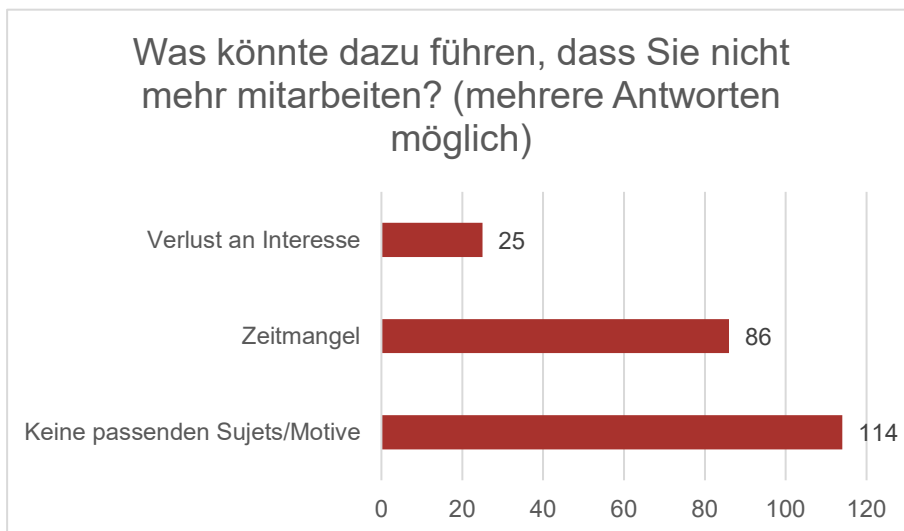
46 % der Befragten würden es schätzen, sich mit anderen Crowdsourcer/innen austauschen zu können. Dabei wird der digitale Austausch wie etwa in Online-Chat-Foren gegenüber einer Telefonliste oder regelmässigen Treffen eindeutig bevorzugt (41 %).

Die Befragten könnten sich Kartenmaterialien (63 %), Handschriften (24 %) oder Pläne, Plakate, Wetterkarten oder Tonaufnahmen für weitere Crowdsourcingaktivitäten (Anderes) durchaus auch vorstellen. Überdurchschnittlich viele Befragte interessieren sich für Geotagging auf einer Online-Plattform (70 %)<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Das Georeferenzieren von Bildern wird im Bildarchiv ab 1. Februar 2018 möglich werden, und zwar auf der kollaborativen Plattform sMapshot. <https://smapshot.heig-vd.ch/ethz>



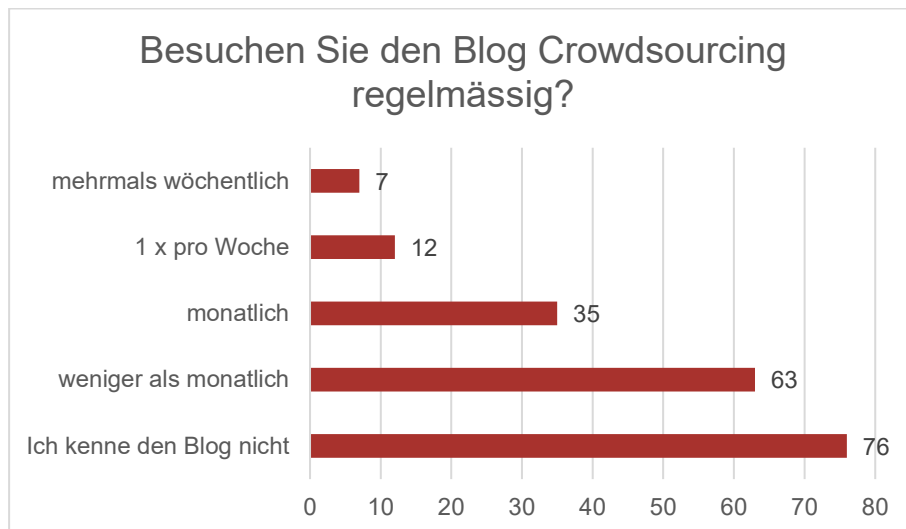
Der häufigste Grund für einen Abbruch des Crowdsourcings ist das Fehlen von passenden Sujets (60 %). Zeitmangel wird als zweithäufigster Grund (45 %) angegeben. Verlust an Interesse (13 %) sowie vereinzelte Probleme bei der Usability der Bilddatenbank sind weitere Gründe (Anderes). Keine passenden Sujets ist sowohl bei den Top 10 (100 %) als auch den Top 30 (90 %) der Hauptgrund für einen möglichen Ausstieg aus dem Projekt. Zeitmangel könnte bei einem Drittel der Top 30 zu einem Abbruch führen, dies ist bei der Top 10 nur für einen Teilnehmer ein Argument. Die Bindung ans Projekt und das Engagement ist bei den Top 10 also um ein deutliches höher als bei den anderen Befragten.



## Nutzung der Kommunikationskanäle

10 % der Befragten gehen mindestens einmal wöchentlich und 18 % einmal monatlich auf den Crowdsourcing-Blog, der über die aktuell gesuchten und bearbeiteten Bilder sowie übers Projekt Auskunft gibt. Insgesamt 60 % der Befragten kennen den Blog.





Die meisten Befragten verfolgen keine weiteren Kommunikationskanäle der ETH-Bibliothek. 29 % nutzen die Webseite, nur 9 % nutzen jedoch die Social-Media-Kanäle der ETH-Bibliothek (Twitter, Facebook oder Pinterest). Immerhin 5 % kennen den anderen Blog der ETH-Bibliothek ETHeritage<sup>18</sup>, auf dem wöchentlich Dokumente aus den Sammlungen und Archive der ETH Zürich vorgestellt werden.

## Beteiligung an anderen Freiwilligen-Projekten

Nur 14 % der Befragten beteiligten sich auch an anderen Online-Crowdsourcing-Projekten, und zwar an den folgenden: Drohnen Entwicklungen, E-Codices, Fotoarchiv des Kantons Obwalden, Galaxy Zoo, Gutenberg, Khan Academy, Kickstarter, Indiegogo, Meyers Konversationslexikon 1896, Open Street Map, Schweizerische Gesellschaft für Eisenbahngeschichte (SGEG), SETI, Sicherstellung und Auswertung von Nachlässen über Afghanistan, Staatsarchiv Basel-Stadt, Wikipedia und Wikimedia Commons.

Der Anteil derjenigen, die bereits einen Wikipedia-Artikel geschrieben oder verbessert haben, ist mit 24 % der Befragten sehr hoch. In der Top 30 sind es gar 27 % resp. 25 % in der Top 10.

70 % der Befragten engagieren sich in der Freiwilligenarbeit, sei es in Vereinen, beim Sport, in der ausserschulischen Jugendarbeit, bei der Arbeit mit Asylanten, bei sonstiger Gemeindegarbeit, in Ortsmuseen oder Firmenarchiven.

## Verbesserungsvorschläge

Auf die offene Frage nach Verbesserungsvorschlägen gingen 90 Kommentare ein.

In 27 Antworten kommen die Zufriedenheit mit dem Bildarchiv ohne Verbesserungsvorschläge zum Ausdruck. In 19 Antworten wird die Usability der Bilddatenbank bemängelt:

*„Die Datenbank ist etwas mühsam in der Anwendung, das Laden der Bilder dauert lange und manchmal funktioniert die Zoom-Funktion gar nicht. Doch dieses Thema wurde ja bereits an unserem Treffen diskutiert, der Vollständigkeit halber nenne ich es hier nochmals.“*

<sup>18</sup> <https://blogs.ethz.ch/digital-collections/>

*„Wäre die Bilddatenbank responsiv, könnte unterwegs (z.B. während langen Zugfahrten) über ein Smartphone oder Tablet erschlossen werden. Reisezeit ist viel ‚tote‘ Zeit, die für solche Projekte perfekt genutzt werden könnte.“<sup>19</sup>*

*„Schneller Zugriff auf die Bilder. Teilweise dauert mir das zu lange.“*

Sehr oft (17) wird auch der Wunsch nach einem Newsalert bei neuen Bildern geäußert.

*„Indem Sie monatlich oder wöchentlich 10-20 nicht identifizierte Bilder per E-Mail zusenden.“*

*„Es würde mir noch helfen zu sehen, welche Bilder neu hinzugekommen sind, seit meinem letzten Besuch oder allgemein in der letzten Zeit (Bsp. Monat).“*

Am liebsten hätten die Befragten eine auf ihr jeweiliges Interessensgebiet konfektionierte E-Mail. Diese Anregung setzten wir angepasst an unsere Infrastruktur mit einer neuen Kategorie *Neue Bilder*<sup>20</sup> in der Bilddatenbank um. Die neuen Bilder bleiben während eines Monats in dieser Kategorie. Die Kategorie wird von der Crowd sehr gut aufgenommen.

In 15 Antworten wird eine bessere Anleitung für das Vorgehen gewünscht.

*„Eine Anleitung, wie ein Kommentar geschrieben sein soll (und welche Unarten man vermeiden soll).“*

*„Auch wäre es ganz gut, wenn es eine Benachrichtigung geben würde, wenn eigene Kommentare ergänzt wurden.“*

*„Weiter wäre es oft hilfreich, wenn klarer wäre, wenn ein Bild aus einer Serie stammt, weil man dann schneller auf die Idee kommt, wo man suchen muss oder zu beurteilen, ob man überhaupt etwas wissen könnte. V.a. bei den noch verbleibenden schwierigen Bildern fehlt m.E. in der Zwischenzeit der mögliche Kontext.“*

*„Super wäre es zu wissen, dass die eigene Arbeit sinnvoll ist. Das heisst: werden die Vorschläge kontrolliert? Werden die Informationen genutzt? Von wem? Wofür?“*

In der Rubrik Mitmachen des Crowdsourcing-Blogs<sup>21</sup> gibt es insbesondere Hinweise zum Vorgehen allgemein. Angaben, wie die Kommentare geschrieben sein müssen, werden in einzelnen Posts gegeben, wie etwas das Vorgehen beim Datieren<sup>22</sup>.

<sup>19</sup> Die Responsiveness wird in einer neuen Version des Webclients umgesetzt werden.

<sup>20</sup> <http://ba.e-pics.ethz.ch/link.jsp?category=48492>

<sup>21</sup> <https://blogs.ethz.ch/crowdsourcing/mitmachen/>

<sup>22</sup> <https://blogs.ethz.ch/crowdsourcing/2017/06/26/einfach-mal-bilder-datieren/>

# Resümee

*„Neugier, interessante Herausforderung, sinn- und nachhaltige Freizeitaktivität, Erfahrung und Wissen einbringen.“*

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass unsere Crowd sehr engagiert ist. Nebst der seit November 2016 anhaltend grossen Anzahl Kommentarmails zeigt es sich auch in der durchgeführten Online-Umfrage: eine Rücklaufquote von 27,5 % oder die erwähnenswert hohe Beteiligung bei offenen Fragen mit vielen konstruktiven Vorschlägen spricht für sich.

Eigene Erfahrungen und solche aus anderen Projekten zeigen, dass ein „harter Kern“ die meiste Arbeit leistet. Die Mitglieder der Top 10 und der Top 30 haben sich im Umfragejahr minimal verändert, es gab nur wenige Verschiebungen in der Rangliste. Die Hypothese, dass vor allem pensionierte Personen bei unserem Crowdsourcing aktiv sind, konnte zumindest für die aktivste Gruppe der Top 30 bestätigt werden. Der Durchschnitts-Jahrgang ist 1955, bei den Top 10 ist es 1950. Ein überdurchschnittlicher Anteil der Befragten hat Hochschulabschluss, davon sind 16 % ETH-Alumni.

Neugier und Interesse an historischen Bildern, Spass, Detektiv spielen, Wissen, Metadaten, Crowdsourcing und Projektarbeit zählen zu den stärksten Motivationsgründen für die Partizipation im Crowdsourcing-Projekt. Im Durchschnitt brauchen die Freiwilligen 17,4 Minuten Zeit für die Bearbeitung eines Bildes. Schwankungen liegen zwischen 3,4 und 66,1 Minuten für das schnellste bzw. das aufwendigste Bild. Der Grossteil der Befragten verbringt bis max. vier Stunden pro Woche auf der Bilddatenbank. Für die Identifikation der Bilder wird ein Methodenmix aus Gedächtnis, Internet, gedruckte Karten und Online-Tools sowie eigene Bibliotheken oder Bildersammlungen angewendet. Soziale Netzwerke stehen da weniger im Vordergrund, ebenso wenig die unterschiedlichen Kommunikationskanäle der ETH-Bibliothek. Zum Umfragezeitpunkt im Januar 2017 kannten 60 % den Blog Crowdsourcing, 12 % lassen sich regelmässig vom Montagspost *Wissen Sie mehr?* inspirieren. Die Befragten sind auch in anderen Freiwilligenprojekten engagiert. Hier ist die Freiwilligenarbeit im realen Leben noch stärker verbreitet (69 %) als die Bearbeitung von Wikipedia-Artikeln (27 %), wobei dieser Anteil überdurchschnittlich hoch ist, oder das Engagement in anderen Crowdsourcing-Projekten (12 %).

Aus Erfahrung mit den Freiwilligen, dass sie oft Verbesserungsvorschläge machen, haben wir die Online-Umfrage auch diesbezüglich genutzt. Viele gaben an, zufrieden zu sein. Die Usability, ein News-Alert und eine genauere Anleitung für das Vorgehen waren die meist genannten Vorschläge. Eine neue Kategorie *Neue Bilder* wurde eingerichtet, die Anleitung für das Vorgehen erfolgt über mehrere Posts auf dem Blog.

Abschliessend ein sehr anschauliches Zitat zum wohl nicht seltenen Dilemma zwischen fehlender Zeit und der Wertschätzung fürs Bildarchiv. Befragt nach Verbesserungsvorschlägen schreibt einer der Befragten folgendes:

*„Hmm relativ schwierig, habe soeben einen Versuch gestartet der mich schon wieder weiter gebracht hat gegenüber vor einem Jahr. Im Winter sehe ich eher die Motivation daran zu arbeiten, im Frühjahr und Sommer eher weniger. Mir ist der Tag meistens zu kurz, es ist aber gegenüber meiner Arbeit eine schöne Abwechslung. Ihre Arbeit ist aus meiner Sicht für viele ein feines Hobby geworden, der Mensch ist ein Sammler und Sucher und nun gehe ich wieder einmal suchen auf der Homepage bei Ihnen. Lasse alle Grüssen, toi toi toi weiter so!“*