

Digitaler Masterplan Kultur 2.0



*Herausgegeben von der Schleswig-Holsteinischen Landesbibliothek
gemeinsam mit dem Ministerium für Allgemeine und Berufliche
Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes
Schleswig-Holstein*

Inhalt

1. Das Ziel des Digitalen Masterplans 2.0	5
9	
2.1. Diskussionsprozesse zur Umsetzung der Digitalisierung	9
10	
15	
3.1. Künstliche Intelligenz (KI) als <i>Game Changer</i> ? ..	15
21	
23	
31	
4.1. Zielsetzungen und Struktur	32
5. Ausblick und weitere Schritte	38
42	

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

es ist mir eine große Freude, Ihnen den neuen Digitalen Masterplan Kultur für Schleswig-Holstein zu präsentieren. Dieses Dokument markiert den nächsten Meilenstein in unserem Bestreben, erstens dem Kulturbereich unseres Landes technologische Optionen aufzuzeigen, zweitens den zunehmend digital-affinen Nutzenden attraktive Angebote zu machen und drittens den für die Kultureinrichtungen mit der digitalen Transformation einhergehenden Herausforderungen zu begegnen. Unser Ziel ist es dabei nicht nur, die Bandbreite an technischen Entwicklungen aufzugreifen, sondern auch soziale und wirtschaftliche Aspekte zu berücksichtigen.

Die digitale Transformation stellt – und das gilt für alle transformative Prozesse – sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance dar. Wir fokussieren die Chancen, ohne die Herausforderungen aus dem Blick zu verlieren. Die digitale Transformation ermöglicht es uns, kulturelle Inhalte auf innovative Weise zu bewahren, zu vermitteln und zu erleben. Zugleich birgt sie das Potential, die soziale und wirtschaftliche Position des Kulturbereichs in Schleswig-Holstein zu stärken. Um diese Gelegenheiten voll auszuschöpfen, müssen wir die technologischen Entwicklungen stets im Zusammenhang mit ihren gesellschaftlichen Auswirkungen betrachten und strategisch nutzen.

Der Koalitionsvertrag für Schleswig-Holstein 2017-2022 unterstrich bereits die Bedeutung der Digitalisierung für die Kulturpolitik, insbesondere durch webbasierte

Marketingmaßnahmen, Vermittlung kultureller Inhalte und Nutzung von Anwenderdaten. Ziel war die Schaffung eines Digitalen Masterplans zur Förderung der Digitalisierung in der kulturellen Infrastruktur, unter Vermeidung isolierter Lösungen. Der Plan, erstellt von Expertinnen und Experten im Jahr 2019, zielte darauf ab, den Umfang der digitalen Transformation zu beschreiben und die Kultur im digitalen Zeitalter weiterzuentwickeln. Mit einem Kompetenzzentrum für Digitalisierung und Kultur in der Schleswig-Holsteinischen Landesbibliothek haben wir zugleich einen Beratungs- und Innovationsort geschaffen, der den Transformationsprozess in den Kultureinrichtungen Schleswig-Holsteins seitdem begleitet.

Mit dem Digitalen Masterplan Kultur 2.0 legen Ministerium und Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek in transparenter Weise für die schleswig-holsteinischen Kulturakteure und -akteurinnen sowie für die interessierte Öffentlichkeit nun unseren weiteren Plan für eine Zukunft dar, in der Kultur und Digitalisierung Hand in Hand gehen. Wir wollen Hilfestellungen bei der Umsetzung der digitalen Transformation für die mehr als 700 schleswig-holsteinischen Kultureinrichtungen leisten. Ich freue mich auf die spannenden Projekte und innovativen Entwicklungen, die aus diesem Prozess hervorgehen werden, und lade Sie herzlich ein, Teil dieser spannenden Reise zu sein.

Ministerin

1. Ziele des Digitalen Masterplans Kultur 2.0

Der vorliegende Digitale Masterplan Kultur 2.0 basiert auf dem ersten Digitalen Masterplan von 2019 und führt diesen weiter. Er legt den Fokus ebenso auf technische Lösungen und digitale Innovationen wie auf Konzepte zur Förderung der gesellschaftlichen und kulturellen Teilhabe und zur Stärkung des kulturellen Sektors als technisch innovative Kraft. Der Plan bildet eine strategische Orientierungshilfe, um die Vielfalt und Qualität der kulturellen Landschaft Schleswig-Holsteins durch digitale Mittel zu bereichern und ihre Reichweite sowohl regional als auch über die Landesgrenzen hinaus zu erweitern.

Der Plan beruht auf Evaluationen, wissenschaftlicher Bewertung sowie Anhörungen und Befragungen von Akteurinnen und Akteuren aus dem Kultursektor – von ausgewählten Museen und Theatern über Bibliotheken und Archiven, anderen kulturellen Bildungseinrichtungen, Kommunen und der Wissenschaft. Durch diesen Ansatz soll sichergestellt werden, dass der Digitale Masterplan Kultur die spezifischen Bedürfnisse und Potentiale aller Zielgruppen adäquat widerspiegelt und berücksichtigt.

Die Überarbeitung des Digitalen Masterplans orientiert sich an den Empfehlungen der Kulturministerkonferenz. Die im Oktober 2023 verabschiedeten Handlungsempfehlungen der Kultur-MK zu Digitalität und digitaler Transformation im Kulturbereich zielen darauf ab, einen bundesweiten Innovationsimpuls zu setzen, basierend auf einem Eckpunktepapier und einer von der

Kulturstiftung der Länder 2022 in Auftrag gegebenen Studie.

Das Ziel der zweiten Ausgabe des Digitalen Masterplans ist es, die Kultureinrichtungen Schleswig-Holsteins bei der Entwicklung eigener neuer Strategien und Erfahrungen für Nutzende zu unterstützen. Während der erste Digitale Masterplan darauf abzielte, die *Möglichkeiten* der Digitalisierung für den Kulturbereich aufzuzeigen, schlägt der neue Plan ein weiteres Kapitel auf. Intensive Diskussionen mit den Kultureinrichtungen des Landes konzentrieren sich gerade nach der Pandemie darauf, *wie* die Möglichkeiten der Digitalisierung umgesetzt werden können und so neue Angebote für bestehende und auch neue Zielgruppen geschaffen werden können. Seit dem ersten Masterplan hat sich gezeigt, dass weitere innovative Technologien (Künstliche Intelligenz) und Organisations- bzw. Kooperationsformen (Plattformen) im Mittelpunkt erfolgreicher digitaler Strategien von Kultureinrichtungen stehen. Sie wurden deshalb nun verstärkt in die Betrachtungen miteinbezogen.

Gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern des Kulturbereichs und der Wissenschaft wurde für das Land ein Konzept entwickelt, um diese Technologien und Strategien auf der Ebene einzelner Kultureinrichtungen zu unterstützen und so ihre kulturellen Ausdrucksweisen, Angebote und Beziehungen zu den Nutzenden auf eine neue Ebene zu bringen. Hierzu wird eine *Kulturplattform Schleswig-Holstein* entwickelt, die zum einen darauf abzielt, die Zusammenarbeit der Kultureinrichtungen untereinander aber auch mit den Kommunen und den

Nutzenden zu stärken, neue Angebote zu ermöglichen und die Beschaffung neuer Technologien kostengünstiger und unter Nutzung von Synergien zu gestalten. Die Bündelung von Angeboten der Kultureinrichtungen auf einer Plattform ermöglicht zum anderen innovative und moderne Zugänge für die Zielgruppen, die übersichtliche, umfassende und vielleicht auch überraschende sowie personalisierte Angebote erhalten können.

Kultureinrichtungen sollen bei der strategischen Neuausrichtung infolge gesellschaftlicher Veränderungen unterstützt werden, neue „Erfahrungen“ für die Kulturinteressierten geschaffen und neue Zielgruppen erreicht werden.

Darüber hinaus haben Kultureinrichtungen mit dem neuen Digitalen Masterplan Kultur Kriterien an der Hand, um die digitale Transformation in der eigenen Institution zeitgemäß voranbringen zu können.

Der neue Digitale Masterplan Kultur wirft also zunächst einen Blick auf die zurückliegenden Jahre, die Herausforderungen der Pandemie und das bisher Erreichte, beschreibt die Evaluation dieser ersten Phase und den partizipativen Prozess bei der Entwicklung der nächsten unter Berücksichtigung der sich weiter entwickelnden digitalen Techniken und Einsatzmöglichkeiten. Hier wird anhand von Guten-Praxis-Beispielen aus der schleswig-holsteinischen Kulturszene gezeigt, wie z.B. KI oder digitale Plattformen heute bereits eingesetzt werden. Abschließend wird das zentrale Projekt des neuen Digitalen Masterplans Kultur, die Entwicklung einer zentralen landesweiten

Kulturplattform, vorgestellt und erläutert, wie diese die Kultureinrichtungen bei der Gestaltung der digitalen Transformation unterstützen kann.

2. Lessons Learned: Corona und digitale Fördermaßnahmen in Schleswig-Holstein

Zielstrukturen und Lösungen entwickeln sich in der digitalen Transformation erst nach und nach. Dieser oftmals beim Start der Befassung noch unklare Soll-Zustand erfordert bei der Erstellung des Digitalen Masterplans, dass Raum für Experimente und vor allem für den Austausch von Ideen und Erfahrungen sowie Kollaborationsräume der Kulturakteure mitgedacht werden. Die Phase der Pandemie und die recht schnell notwendigen, in ihrer Wirksamkeit unterschiedlich ausgeprägten Maßnahmen der Digitalisierung wurden zu einem wichtigen Fundus an Erfahrungen, aber auch an Ideen zu neuen Vorgehensweisen. Diese Erfahrungen und Ideen wurden mit Vertretern und Vertreterinnen der Kultureinrichtungen Schleswig-Holsteins in drei Anhörungen zwischen 2023 und 2024 herausgearbeitet. In diesen Anhörungen wurden zugleich neue Technologien und erste Lösungen für das weitere Vorgehen vorgestellt und diskutiert.

2.1. Diskussionsprozesse zur Umsetzung der nächsten Schritte in der digitalen Transformation

Die Anhörungen konzentrierten sich auf folgende Themenschwerpunkte:

1. Erfahrungen aus der Umsetzung der Digitalisierungsmaßnahmen während der Pandemie;
2. Notwendige Unterstützung bei der Umsetzung der digitalen Transformation;

3. Neue Rollenbilder und Strategien für die Kultureinrichtungen in der digitalen Welt.

An den Anhörungen nahmen Vertreter und Vertreterinnen von Kultureinrichtungen, Kulturverbänden, der Kulturverwaltung sowie Vertreter und Vertreterinnen des ITVSH (IT-Verbund Schleswig-Holstein), der Fachhochschule Kiel und des Kulturkompetenzteams von Dataport teil. Darüber hinaus wurde eine Umfrage an weitere Kultureinrichtungen des Landes versendet und auf diese Weise zusätzliche Rückmeldungen eingeholt. Diese Umfrage zielte darauf ab, herauszufinden, welche digitalen Projekte die Institutionen erstens mit den Mitteln der Digitalförderungen der Corona-Phase durchgeführt haben und zweitens welche sie in den nächsten Jahren planen und welche digitalen Themen für sie dabei besonders wichtig sind.

2.2. Zusammenfassende Evaluierung der bisherigen Maßnahmen und der geplanten Projekte

Im Rahmen der bisherigen Fördermaßnahmen der digitalen Transformation der Kulturszene Schleswig-Holsteins, die vor allem durch die Phase der Corona-Pandemie bestimmt waren, lag der Fokus der Kulturinstitutionen auf der Stabilisierung bzw. Digitalisierung der bestehenden Prozesse und Strukturen. Zur Umsetzung von Maßnahmen der digitalen Transformation haben rund 70 Prozent der Kultureinrichtungen angegeben, dass Förderungen in den Aufbau der Datenbasis investiert wurden. Rund 40 Prozent hatten Fördermaßnahmen zur Entwicklung der Infrastruktur eingesetzt. Für Veranstaltungen und für die Vermittlung haben weitere 30 Prozent digitale Anwendungen

umgesetzt, 30 Prozent auch jeweils für das Sammeln und Bewahren sowie für Aufgaben der Kommunikation (s. Abb. 1).

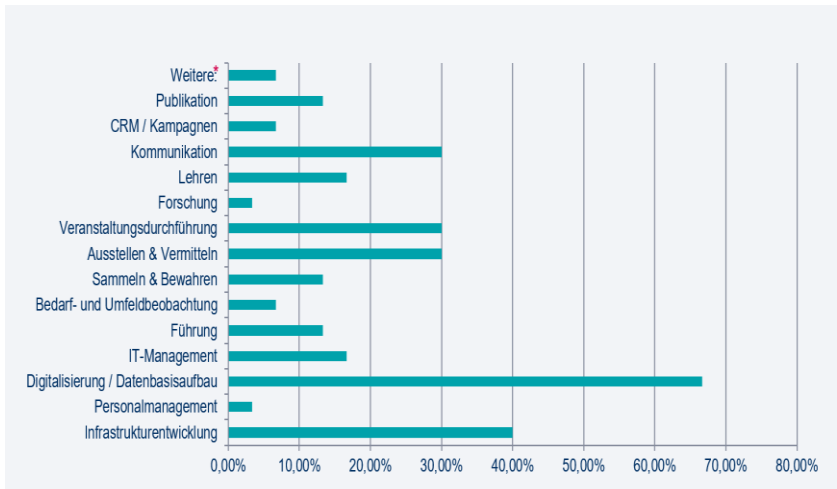


Abbildung 1: Umgesetzte Digitalisierungsmaßnahmen im Rahmen der Corona-Fördermaßnahmen. Quelle: Umfrage bei 39 Kultureinrichtungen, März 2023.

Die Auseinandersetzung mit neuen Technologien förderte die Bereitschaft, sich mit diesen Lösungen weiter auseinanderzusetzen und auch neue strategische Optionen anzustreben. Das ergab die Umfrage. Die Möglichkeiten, diese Erfahrungen in neue Lösungen oder gar neue strategische Rollenbilder umzusetzen, wurden allerdings durch begrenzt vorhandene Ressourcen und Fähigkeiten limitiert. Dies macht deutlich, dass das eigentliche Potential digitaler Transformation – eine zumindest teilweise Neupositionierung der Kultureinrichtungen im Verhältnis zur sich wandelnden Gesellschaft – bisher noch nicht ausgeschöpft wird.

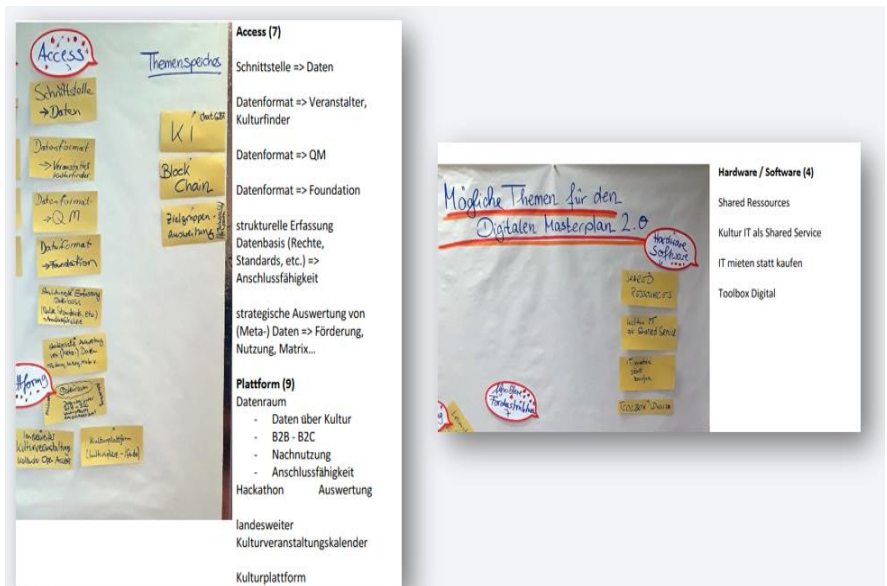


Abbildung 2: Diskussionspunkte zum Thema Kooperation und Zusammenarbeit. Quelle: Anhörung Februar 2023.

Um die digitale Weiterentwicklung zu erreichen – so die Diskussion in den Anhörungen unter den beteiligten Kulturinstitutionen – ist eine engere Zusammenarbeit zwischen den Akteurinnen und Akteuren eine der Vorbedingungen: Nur so können Investitionen geteilt, Risiken minimiert und knappe Fähigkeiten besser genutzt werden (s. Abb. 2). Ein Digitaler Masterplan muss eine derartig neue Kooperation ermöglichen, da die bisherigen Einzelförderungen kaum die notwendigen Synergien und den Zugriff auf geteilte Erfahrungen ermöglichen. Ohne eine solche Vernetzung ist eine strategische

Weiterentwicklung der schleswig-holsteinischen Kultureinrichtungen kaum denkbar.

In diesem Kontext wurde die Notwendigkeit einer gemeinsamen Plattform diskutiert, die einen Kooperationsraum für die Kultureinrichtungen aufweisen (Business-to-Business) als auch eine umfassende Darstellung des Kulturangebotes in Schleswig-Holstein gegenüber den Nutzenden ermöglichen sollte (Business-to-Consumer). Diese Plattform wird die weitere Umsetzung digitaler Technologie zeitgemäß vereinfachen, da hier Synergien zwischen einzelnen Kultureinrichtungen bei der Beschaffung als auch Umsetzung möglich gemacht werden (z.B. gemeinsamer Einkauf oder Leihe von Technologie, gemeinsame Nutzung von Umsetzungsressourcen, Teilen von Arbeitsergebnissen und Erfahrungen).

Nach ihren Zukunftsprojekten gefragt, verfolgen eine Mehrzahl der befragten Kultureinrichtungen in Anbetracht der vergleichsweise knappen Ressourcen auch weiterhin Projekte der Infrastruktur und des Aufbaus der Datenbasis (jeweils mehr als 50 Prozent). Auffällig ist, dass die Kommunikation mit Zielgruppen prioritär wird – mehr als 70 Prozent gaben dies in der Befragung an (s. Abb. 3).

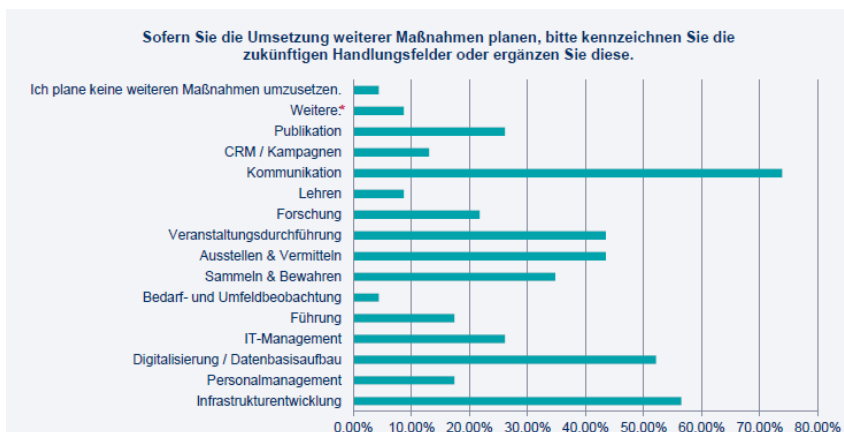


Abbildung 3: Zukünftige Digitale Handlungsfelder. Quelle: Umfrage bei 39 Kultureinrichtungen, März 2023.

Zusammenfassend zeigen diese Entwicklungen, dass digitale Projekte in Schleswig-Holstein zunächst vor allem darauf abzielen, digitale Grundlagen und Voraussetzungen zu schaffen und noch selten in der eigentlichen kulturellen Produktion stattfinden – also etwa bei der Entwicklung und Vermittlung von Kunst und Kultur. Um ein Beispiel aus dem Bereich kulturelles Erbe heranzuziehen: Zunächst müssen Artefakte in Datenbanken archiviert und indexiert werden, um in einem zweiten Schritt in virtuellen Ausstellungen bzw. Applikationen gezeigt werden zu können.

3. Ausblick auf den digitalen Entwicklungspfad: Neue Technologien, Orte und Rollen

Sowohl in den Anhörungen als auch und vor allem in der täglichen Arbeit der Kultureinrichtungen geht die Technologiediskussion weiter und wird durch disruptive „plötzlich auftauchende“ Technologien wie *Large Language Models* (ChatGPT, Grok, Copilot usw.) angefeuert. Zudem werden mittlerweile in verschiedenen Bereichen Plattformen aufgebaut, um Synergien zu ermöglichen. Notwendig ist, diese Entwicklungen zu verfolgen, für die eigene Anwendung in den Kultureinrichtungen zu evaluieren und mit den angestrebten Lösungen zu verbinden. Bislang gibt es kaum Möglichkeiten, wirklich innovative Technologien wie etwa Künstliche Intelligenz breiter einzusetzen. Hier wird das von Kulturbetrieben in unseren Anhörungen und der Umfrage angesprochene Thema der Kooperation und des Austausches von Erfahrungen essenziell. Eine gemeinsame Kulturplattform soll in die Lage versetzen, die Beschaffung und Adaption der neuen Technologien zu ermöglichen, wenn dies die Fähigkeiten der einzelnen Organisation überfordert. Diese Technologien benötigen und ermöglichen zugleich neue Organisationsformen und Rollen, die mitgedacht werden müssen.

3.1. Künstliche Intelligenz (KI) als *Game Changer*?

Sehr viele der oben angesprochenen Lösungen im Bereich der Digitalisierung von Prozessen basieren auf der Technologie der Künstlichen Intelligenz bzw. seiner schwachen Form: dem maschinellen Lernen. *Large Language Models* (LLM) (ChatGPT, Grok, Bing, Llama ...) haben die Tragweite dieser Technologie und ihrer Verwendungsmöglichkeiten verdeutlicht. Für Kulturinstitutionen sind derartige Modelle interessant: Ging man zuvor davon aus, dass einzelne Institutionen ihre Anwendung mit eigenen Daten mühsam trainieren müssen (*Supervised Learning*), sind LLMs sogenannte *Foundation*-Modelle. Sie verwenden Daten, die für mehrere Anwendungsbereiche Gültigkeit haben, vermindern so den Adaptierungsaufwand und sind für Institutionen einsetzbar, die eine ungenügende Datenbasis bzw. knappe Trainingsressourcen aufweisen. Für den Kulturbereich sind folgende beispielhafte Einsatzbereiche für KI erkennbar:

- *Schaffen und Unterstützen*: Die am meisten diskutierte Anwendung von KI im Kulturbereich ist die Unterstützung bei der Schaffung neuer Kunstwerke. KI-gestützte Tools können Künstlerinnen und Künstlern als kreative Partner dienen, sei es durch die Generierung von Ideen, die Komposition von Musik oder bei der Erstellung von visuellen Kunstwerken. Dabei bleibt der Mensch stets der zentrale Schöpfer, als Kuratorin oder Kurator, während die KI als Werkzeug die Kreativität beflügelt und neue Ausdrucksformen ermöglicht. Je besser die Unterstützung dieser Tools funktioniert, desto eher können früher oder

später auch „breitere Kreise“ von Interessierten künstlerisch aktiv werden.

- *Archivierung und Bewahrung:* Eines der zentralen Anliegen der Kulturarbeit ist die Archivierung, Kuratierung und Bewahrung von kulturellen Artefakten. KI-basierte Systeme ermöglichen eine effiziente Digitalisierung und Katalogisierung von Kulturgütern. Durch den Einsatz von Bild- und Texterkennung können historische Dokumente, Kunstwerke und audiovisuelle Medien automatisch erfasst und in digitalen Archiven zugänglich gemacht werden.
- *Experimentgetriebenes, individualisiertes Lernen:* KI kann im Bereich der kulturellen Bildung eine transformative Rolle spielen, insbesondere durch die Förderung experimentgetriebenen und individualisierten Lernens. Intelligente Tutoriensysteme ermöglichen es Lernenden, Kunsttechniken, Musiktheorie oder die Analyse literarischer Werke auf eine Weise zu erkunden, die auf ihre individuellen Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten ist. Durch experimentelles Lernen können Menschen in einem sicheren digitalen Umfeld kreative Techniken ausprobieren und sofortiges Feedback erhalten..
- *„Wiederauferstehung“ von Kulturschätzen:* Kulturelle Schätze, die durch die Zeit verloren

gegangen oder beschädigt worden sind, können mithilfe von KI-Technologien wieder zum Leben erweckt werden. Rekonstruktionstechniken, die auf maschinellem Lernen basieren, ermöglichen es, unvollständige Werke zu restaurieren oder sogar komplett verlorene Stücke digital zu rekonstruieren. Das gilt sowohl für Denkmale als auch für musikalische Kompositionen und literarische Werke oder besondere historische Objekte.

- *Avatare von Zeitzeuginnen und Zeitzeugen:* Ein Anwendungsbereich von KI ist die Schaffung von digitalen Avataren basierend auf Bildern und Filmen von Personen, sowohl verstorbenen als auch lebenden. Avatare können authentisch Lebenserfahrungen und Geschichten teilen und eine interaktive Verbindung zwischen Generationen herstellen. Das eröffnet lebendige Möglichkeiten der kulturellen Bildung und Erinnerungskultur.
- *Vermittlung und Personalisierung:* KI-gestützte Strategien rücken im Marketing immer stärker in den Vordergrund, um das Publikum nicht nur gezielt anzusprechen, sondern an die Kultureinrichtung zu binden. Besucherinnen und Besuchern werden, basierend auf ihrem bisherigen Verhalten, weitere möglicherweise interessante Veranstaltungen vorgeschlagen. Dies ist ein Beispiel für die verstärkte Nutzung von

Micro-Targeting, bei dem Faktoren wie Suchhistorie, Geolokalisierung, Kaufverhalten, Demographie und Wohnort zur gezielten Kundengewinnung und -bindung herangezogen werden. Parallel dazu kommt es zu einer *Streamlinisierung* der Verkaufsprozesse durch den (Teil-)Ersatz traditioneller Kundendienstleistungen wie Call Center durch KI-gesteuerte Chatbots. Ein zentrales Element in diesem Kontext bildet die *Customer Journey* – das Gesamterlebnis einer Person von einem kulturellen Angebot, das über die Interaktion mit einer einzelnen Institution hinausgeht.

Beispiel digiCULT Verbund eG

Digitale Dokumentation

Die digiCULT-Verbund eG bietet ihren Genossenschaftler/-innen mit digiCULT.web und xTree eine zukunftsfähige und nachhaltige Lösung zur Erfassung von Kulturdaten. Unter Berücksichtigung von Linked Data und den FAIR-Prinzipien können Kultureinrichtungen ihre Daten fachspezifisch und webbasiert dokumentieren. Die Orientierung an gängigen Standards (CIDOC CRM, LIDO) schafft langfristig nutzbare Daten, die auch international austauschbar sind und per Knopfdruck weitergegeben und veröffentlicht werden können.

Dabei sichert die Rechtsform der Genossenschaft nicht nur die Datenhoheit, sondern lässt die Mitglieder an einem länderübergreifenden Wissensnetzwerk partizipieren. Kooperationen mit anderen Kulturinstitutionen ermöglichen die kollaborative Entwicklung und Nutzung von technischen Lösungen.

Darüber hinaus finden aktuelle Herausforderungen wie Langzeitarchivierung oder Künstliche Intelligenz Eingang in Konzeption und Ausrichtung der Genossenschaft. So testet digiCULT mit d.Alvision ein Tool – basierend auf metadatengestütztem RAG und multimodalen KI-Modellen – zur Datenerkennung und -anreicherung.

3.2. Hybride Welten des Austausches

Die beschriebenen technischen Entwicklungen machen ein erweitertes Verständnis kultureller Einrichtungen möglich. Indem sie sowohl physische als auch virtuelle Elemente umfassen, können sie ein digital-analoges Netzwerk für den Austausch über organisatorische Grenzen hinweg bieten, die Vielfalt fördern und die Bildung von Gemeinschaften (Communities) unterstützen, die auf gemeinsamen Interessen und Erfahrungen beruhen.¹

Analoge Räume sind dazu geeignet, digitalen Verflüchtigungen entgegen zu wirken. Der Soziologe Ray Oldenburg hat maßgeblich zum Verständnis und zur Popularisierung des Konzepts der „Dritten Orte“ beigetragen.² Sie sind definiert als Bereiche des gesellschaftlichen Lebens, die sich abseits der Privatsphäre (der „Erste Ort“) und des Arbeitsplatzes („Zweiter Ort“) befinden. Sie sollen als konkrete Räume Möglichkeiten für Kommunikation und Austausch bieten. Anders als in den meisten traditionellen Modellen, die oft ein homogenes Publikum anziehen, ermöglichen diese Dritten Orte die Entstehung neuer Gemeinschaften. Leitend ist das Prinzip „Building Communities, not Audiences“, was bedeutet, dass hier temporäre Gemeinschaften von Menschen zusammenkommen, die

¹ Wolfram, G. (2019): Dritte Orte, andere Menschen? Online verfügbar: https://www.kiwit.org/kultur-oeffnet-welten/positionen/position_10816.html

² Oldenburg, R. (1989): The Great Good Place. New York.

ihre unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse nicht trennen, sondern miteinander verbinden. Effektive Dritte Orte müssen ständig offen für neue Impulse von außen sein und sich durch eine fortwährende Dynamik auszeichnen, um als divers und inklusiv zu gelten. Die Dynamik macht sie zu essenziellen Verhandlungsräumen für grundlegende gesellschaftliche Werte wie Demokratie und Toleranz. Häufig besteht eine enge Verknüpfung zwischen physischen Dritten Orten und digitalen Communities, was der Hybridität unserer postdigitalen Welt entspricht.

Beispiel: Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek

Ein gutes Beispiel stellt die Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek selbst dar, die mit ihren digitalen Angeboten und der zu entwickelnden Plattform sowohl virtuell als auch analog Präsenz zeigt.

Das Land Schleswig-Holstein geht hier voran, denn es hat die wissenschaftliche Regionalbibliothek des Landes – die Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek – als Dritten Ort gestaltet, um so einen Raum der Begegnung von Bürgerinnen und Bürgern untereinander zu schaffen, ebenso wie einen Vermittlungsort von Landesgeschichte, Digitalität und Kultur.

Gerade in einer Zeit, in der digitale und physische Räume immer mehr miteinander verschmelzen, eröffnet sich hier eine besondere Chance für Kultureinrichtungen, sich neu zu erfinden und ihr Angebot sowohl in der realen als auch in der virtuellen Welt weiterzuentwickeln, um auf diese Art mehr Menschen anzusprechen und einzubeziehen. Damit werden sie zu unverzichtbaren Bestandteilen einer lebendigen kulturellen Infrastruktur und tragen entscheidend dazu bei, den gesellschaftlichen Zusammenhalt in einer immer diverser und leider auch polarisierter werdenden Welt zu stärken.

3.3 Plattformen als neue Organisationsform der Kollaboration und des Nutzendenerlebnis

Technologien wie KI und neue, hybride Organisationsformen wie Dritte Orte werden, dieser Logik

folgend, mit virtuellen Plattformen verknüpft. Sie sind sogenannte Intermediäre zwischen Nutzenden und Produzierenden und ermöglichen einen personalisierten und effizienten Austausch, Kommunikation und Kooperationen über die Grenzen klassischer Institutionen hinweg. Gleichzeitig lassen die Plattformen durch Auswertungen ihrer Nutzung neue Bedarfe erkennen und können so als Innovationstreiber fungieren. Sie sind eine Brücke zwischen dem virtuellen und dem realen Ort der Kultureinrichtungen.

In Bezug auf Kulturplattformen lassen sich – ähnlich wie in anderen Bereichen der Gesellschaft und Wirtschaft – zwei wesentliche Ausrichtungen bzw. Funktionalitäten unterscheiden: Zum einen die (Business-to-Business)-Orientierung, die auf Kollaboration, Sharing und Open-Source-Initiativen zwischen – im Falle des Kulturbereichs – Kultureinrichtungen setzt, zum anderen die (Business-to-Consumer)-Ausrichtung, die eine umfassende Customer Experience entlang der gesamten Customer Journey, d.h. eine umfassende Adressierung des Kulturpublikums durch die Kultureinrichtungen anstrebt. So soll sich die Sichtbarkeit von Kulturinstitutionen in einem immer komplizierteren und von dominanten privaten Marktteilnehmern der Digitalwirtschaft geprägten Feld erhöhen und durch Personalisierung, Micro Targeting und Predictive Analytics neue Erfahrungen und Nutzungsmöglichkeiten, für die Nutzerinnen und Nutzer bis hin zu neuen Zielgruppen geschaffen und gefestigt werden.

Beispiel: Bibliotheksplattform Schleswig-Holstein

Plattform bei den Bibliotheken

Als eine Art Plattform für die Bibliotheken funktioniert der Zentralkatalog der Büchereizentrale Schleswig-Holstein (ZKSH). Er weist über 400.000 Titel aus über 100 Bibliotheken nach, die von den einzelnen Bibliotheken über den regionalen Leihverkehr bestellt und geliefert werden können.

Das dahinterliegende Bibliotheksmanagementsystem mit dem Namen „Koha“ ist Open Source und ermittelt über eine Statusabfrage und den hinterlegten Routen des Fahrdienstes der Büchereizentrale direkt bei der Bestellung von Medien den schnellsten Lieferweg. Der Zentralkatalog ermöglicht als digitaler und analoger (hybrider) Katalog außerdem den Zugriff auf digitale Medien, z.B. aus der „Onleihe zwischen den Meeren“. Externe Daten, wie Wikipedia-Beiträge und Inhaltsverzeichnisse, bereichern die Katalogdaten, parallele Recherchen in anderen Datenbeständen wie dem Munzinger-Archiv und der Brockhaus-Enzyklopädie sind möglich. Wie bei einem Suchmaschinen-Crawler werden die ca. drei Millionen Besitznachweise laufend aktualisiert.

Die Integration der Metadaten aus der Musikbibliothek Neumünster erfolgt über einen Harvester, der dort neu erstellte Metadaten in den Katalog spielt. Ein Reservierungskalender wird zukünftig die Bestellung von Austauschbeständen jeglicher Art ermöglichen.

3.4. Neue strategische Rollenbilder für Kultureinrichtungen

Die skizzierten technologischen und organisatorischen Lösungen lassen sich in Bezug auf mögliche strategische Rollenbilder bzw. Schwerpunkte von Kultureinrichtungen in der digitalen Gesellschaft zusammenfassen (s. Abb. 4), nämlich Foundations für die digitale Bewahrung, Transformatoren für die Entwicklung der Gesellschaft, Heritage für die Vermittlung des Kulturerbes und Engagement, das sich mit aktuellen Themen auseinandersetzt.



Abbildung 4: Mögliche strategische Rollenbilder für Kultureinrichtungen. Quelle: Präsentation von Prof. Dr.

*Dr. Ayad Al-Ani vom Einstein-Center Digital Future Berlin,
zur Anhörung im Februar 2023.*

Die Rollenbilder können für die weitere Entwicklung von Kultureinrichtungen in der digitalen Transformation als Leitplanken dienen:

1. **Die lebensnahe Bewahrung** als Leitbild einer Kultureinrichtung. Sie bietet neue Lernmöglichkeiten in der Vermittlung kulturellen Erbes. KI ermöglicht es verstärkt, Artefakte, historische Fakten, Landschaften und Personeninformationen mithilfe von Technologie „wiederauferstehen“ zu lassen. KI bietet die Möglichkeit, auch über digitale Wege „vergessene“ Fähigkeiten und Lösungen wieder zu erlernen oder neue Fähigkeiten zu erwerben.
2. **Integration neuer Zielgruppen und freier Produzenten von Kulturinhalten** ist in Kultureinrichtungen ein wesentlicher Bestandteil zeitgemäßer Publikumsentwicklung. Durch digitale Verbindungen können kulturinteressierte Personen, aber auch bisher diesen Organisationen ferne Personen, integriert werden, indem man etwa virtuelle Games als neue Verbindung nutzt. Interessierte werden zu (von KI gestützten) Co-Produzenten von Kulturinhalten und Produktionen, wie Filmen und Veranstaltungen.

3. **Überraschung** als Leitmotiv von Kultureinrichtungen ist die geeignete Form ihrer Kommunikation, zumal in Gesellschaften, in denen das Verhalten zunehmend errechnet und von Maschinen vorhergesagt wird. Kunst und Kultur sollen verunsichern und so den Kopf freimachen für neues Denken und neue Ideen. Hierzu müssen Kultureinrichtungen neue Orte nutzen und miteinander kooperieren, um Neues und Überraschendes zu erstellen. Plattformen und Vernetzungstechnologien helfen dabei.
4. Kultureinrichtungen als **Orte der Veränderung**: In einer sich wandelnden Gesellschaft müssen neue Fähigkeiten und Kooperationen entwickelt und getestet werden, etwa im Bereich der Nachhaltigkeit oder der Digitalisierung. Kulturinstitutionen eignen sich hierfür besonders gut, da sie zum einen den Rückgriff auf Vertrautes ermöglichen und Halt und Sicherheit bieten, zum anderen aber auch Visionen auf neue Ziele und Lösungen stimulieren. Kulturinstitutionen haben in der Geschichte oft Transformationen begleitet und unterstützt. Die digitale Transformation der Kultureinrichtungen verlangt eine andere Art der Partizipation der vormals oft passiven Nutzenden, die über Plattformen und digitale Medien mobilisiert und an die Kultureinrichtung angebunden werden können.

Beispiel: Nutzung von KI als Teil der Bewahrungs-Strategie am Museumsberg

Von analog zu digital am Museumsberg Flensburg

Bereits zu Beginn des Strategieprozesses herrschte in den städtischen Museen Einigkeit darüber, dass die Sammlungen das Herzstück der Museumsarbeit bilden und auch in Zukunft darstellen sollen. Der Aufbau eines effizienten digitalen Sammlungsmanagements ist damit ein zentrales Ziel der digital-analogen Strategie. Doch wie kann die Implementierung eines solchen Systems gelingen, wenn die Zeit knapp und die Ressourcen begrenzt sind? Durch das im Rahmen des Digitalen Masterplans Kultur geförderte Projekt „Digitalisierung und KI-gestützte Transkription von Inventarkarten“ kann nun der Einsatz von KI beim Aufbau eines digitalen Sammlungsmanagements getestet werden. Dazu scannen die Mitarbeitenden des Museumsberg Flensburg ihre historischen, handschriftlichen Inventarkarten und transkribieren sie mit einem eigens trainierten HTR-Modell. Diese Informationen importieren sie in die Sammlungsdatenbank und reichern sie dort Schritt für Schritt an. Das Projekt unterstützt folglich bei der Umsetzung der strategischen Ziele im Bereich des Sammlungsmanagements und fördert die Literacy und Akzeptanz des Teams beim Thema KI.

4. Maßnahmen des Landes: Die Erweiterung der Kultursphäre und Schaffung einer gemeinsamen Plattform

Die hier zum einen vorgestellten Reflexionen über die bisherigen Erfahrungen, neue digitalen Technologien bzw. neuen Prozesse für die Kultureinrichtungen und zum anderen die Restriktionen bei der Umsetzung dieser Möglichkeiten – tendenziell knappe Ressourcen und Umsetzungskapazitäten erfordern ein neues Denken bei der Umsetzung der digitalen Transformation. Das Land Schleswig-Holstein ist daher bestrebt, ein innovatives Unterstützungssystem zu schaffen. Da der umfassende Einsatz von digitalen Technologien und Strategien die Kapazitäten der einzelnen Kultureinrichtungen überfordern würde, soll mit einer neuen Plattform eine *Umsetzungsstruktur* für den Kulturbereich geschaffen werden, die die Organisationen bei der Transformation unterstützt und ihnen gleichzeitig im Sinne der vorgestellten idealtypischen Rollenbilder zusätzliche zielgerichtete Optionen beim Erreichen bestehender und neuer Nutzendengruppen eröffnet.

Gemäß der Digitalpolitik des Landes Schleswig-Holstein soll die Plattform mit offenem Quellcode veröffentlicht werden, sodass Verfügbarkeit, Transparenz, gemeinsame Weiterentwicklung und Sicherheit gewährleistet sind.

4.1. Zielsetzungen und Struktur

Im Ergebnis soll die Struktur einer landesweiten Plattform entwickelt werden, um

- einerseits ein neues, umfassenderes und personalisierbares Nutzendenerlebnis für Kulturinteressierte zu generieren;
- und andererseits die Kollaboration, Experimentierfreudigkeit sowie verstärkte Synergien zwischen den schleswig-holsteinischen Kultureinrichtungen zu fördern.

Die Funktionen der Plattform, die das Nutzendenerlebnis ermöglichen sollen (B2C), werden zunächst weitestgehend auf bestehende Elemente und Lösungen zurückgreifen bzw. diese als Bausteine verwenden, die aber adaptiert werden sollen. Hierzu gehört die **kultursphäre.sh** als bereits etabliertes Tool zur Suche und zum Auffinden von Kulturangeboten im Land, das weiterentwickelt werden soll und dann eine engere Vernetzung und Kooperation der beteiligten Institutionen und deren Lösungen (z.B. Bibliotheksplattform SH und Plattformen der Volkshochschulen) ermöglichen kann. Dazu kann eine Benutzendenseite erstellt werden, die Inhalte verschiedener Kultureinrichtungen des Landes kategorisiert darstellt (Veranstaltungskalender) bzw. auf Basis der Präferenzen der Nutzenden vorschlägt (s. Abb. 5).

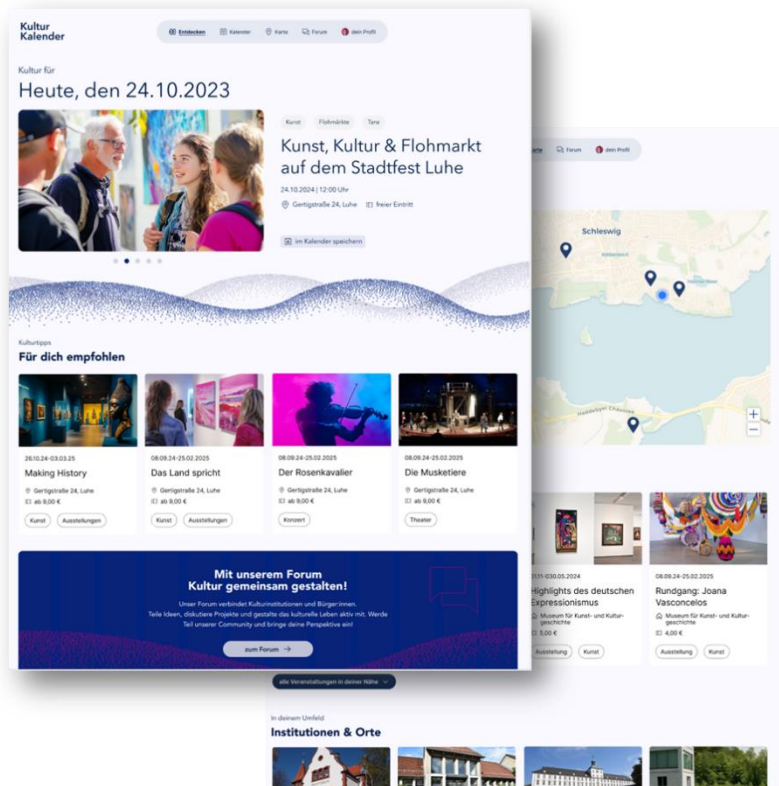


Abbildung 5: Personalisierbare Nutzendenseite der Kulturplattform Schleswig-Holstein (Skizze). Quelle: Dataport.

Zugleich wird für die teilnehmenden Kultureinrichtungen ein (virtueller) Kooperationsraum entstehen (B2B), der es ermöglicht, gemeinsame Projekte zu entwickeln, Technologien zu beschaffen und zu adaptieren. Es entsteht eine Art Börse für die gemeinsame

Technologieentwicklung, den Erfahrungsaustausch und die gemeinsame Beschaffung/Nutzung von Technologie, die für die einzelnen Institutionen allein zu kostenintensiv und schwer umzusetzen wäre (s. Abb. 6): So wird ermöglicht, eine bestimmte Hardware oder Software für mehrere Kultureinrichtungen zu beschaffen, wodurch der Lizenzpreis sinkt. Genauso gut kann diese Seite für die Entwicklung gemeinsamer Angebote für Zielgruppen genutzt (z.B. Musikschulen, Theater und Bibliotheken entwickeln gemeinsam Angebote für eine bestimmte Aufführung), mit den Angeboten Dritter kombiniert werden (Tourismus, Mobilität ...) und durch diese Kombinationen bisher isolierter Angebote wiederum ein zusätzliches Nutzendenerlebnis generiert werden.

Insgesamt bietet sich den einzelnen Kultureinrichtungen eine neue Positionierung innerhalb einer sich wandelnden, zunehmend digitalen Gesellschaft. Die hierfür notwendige Technologie kann über die Plattform genauso organisiert werden wie neue Kooperations- und Interaktionsmöglichkeiten.

Kapitel 4.2: Die Transformation des Alltags von Kultureinrichtungen durch die Kulturplattform

Die Einführung der Kulturplattform markiert einen entscheidenden Wendepunkt im Alltag und in der Arbeitsweise von Kultureinrichtungen. Mit der Plattform entsteht ein dynamisches Ökosystem, das Einrichtungen die Möglichkeit bietet, ihre Zielgruppenansprache, Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und ihre Kooperation

effizienter und zeitgemäßer zu gestalten sowie auf Dienste und Unterstützungen des Landes direkt zugreifen zu können.

Durch die Kulturplattform können Kultureinrichtungen ihre Zielgruppen direkter und zielgerichteter ansprechen. Mithilfe von personalisierten Nachrichten und zielgruppenspezifischen Kampagnen wird es einfacher, interessierte Besucherinnen und Besucher über aktuelle Veranstaltungen und Programme zu informieren. Anstelle von generischen Massen-E-Mails, die oft unbeachtet bleiben, können Einrichtungen individuell zugeschnittene Inhalte bereitstellen, die die Interessen und Präferenzen der Nutzenden widerspiegeln.

Öffentlichkeitsarbeit wird durch die digitalisierte Infrastruktur der Plattform nicht nur einfacher, sondern auch nachhaltiger. Diese Vernetzung erhöht die Sichtbarkeit und das Engagement, ohne dass die Erstellung und Verbreitung von gedrucktem Material notwendig ist.

Um die Vorteile der Kulturplattform vollständig ausschöpfen zu können, ist es essenziell, dass sie von den Kultureinrichtungen aktiv und regelmäßig genutzt wird. Die Plattform lebt von der Interaktion, und nur dadurch kann sie attraktiv und relevant für die Zielgruppen bleiben. Die Nutzungszahlen und die Qualität der veröffentlichten Inhalte bedingen sich gegenseitig; je mehr Einrichtungen hochwertige Inhalte teilen, desto interessanter wird die Plattform für die Nutzenden.

Zusammengefasst ist die Nutzung der Kulturplattform nicht nur eine Möglichkeit, sondern eine Notwendigkeit für Kultureinrichtungen, die im digitalen Zeitalter eine leistungsfähige und lebendige Verbindung untereinander und zu ihrem Publikum bzw. gemeinsam mit ihren Nutzenden aufbauen möchten.

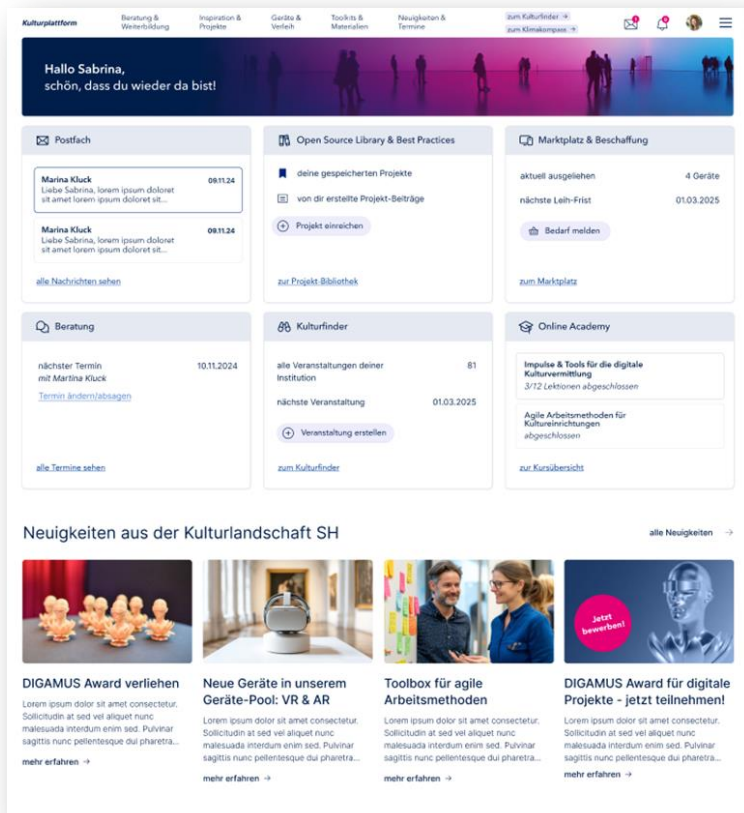


Abbildung 6: Kooperationsraum für Kulturinstitutionen auf der Kulturplattform Schleswig-Holstein (Skizze). Quelle: Dataport.

5. Ausblick und weitere Schritte

Die Entwicklung einer Kulturplattform in Schleswig-Holstein ist ein Schritt, der den Kultureinrichtungen helfen soll, ihre Technologie, ihre Angebote und ihre Positionierung zeitgemäß weiterzuentwickeln. Die Plattform ist ein unterstützendes kulturpolitisches Mittel und kann Fortschritte in folgenden Themenbereichen ermöglichen:

1. „Neues“ Kulturschaffen: Durch die Plattform werden neue Handlungs- und Managementprinzipien wie Sharing und Kollaboration sowie Partizipation gefördert. Dadurch entsteht eine neue Art und Weise, wie Kultur erlebt und vermittelt wird, was letztlich den gesellschaftlichen Mehrwert kultureller Arbeit erhöht. Gerade auch jüngeres, digital affines Publikum findet so neue Zugänge;
2. Landesweite Technologieprogramme: War die Beschaffung und der Einsatz von Technik bisher die Aufgabe jeder einzelnen Organisation, die diese allein bewältigen musste, ermöglicht es die Plattform, dass mehrere Organisationen über ihre Technologiebedürfnisse diskutieren und gemeinsame Beschaffungsstrategien entwickeln. Damit besteht auch für kleine und mittlere Kulturbetriebe die Möglichkeit teure und komplexe Technologie wie KI zu nutzen;

3. Neue Strategiepositionierungen: Indem Technologie handhabbarer wird und neue Zugänge zu Zielgruppen eröffnet werden, die als Mitwirkende für die Transformation und Produktion gewonnen werden, entsteht ein größerer Optionsraum für neue strategische Positionierungen der Kultureinrichtungen in einer sich wandelnden Gesellschaft;
4. Risikorichtlinien: Mit neuen Technologien sind Risiken verbunden, die über die Plattform gemeinsam analysiert und bewertet werden können. Die Komplexität von Urheberrechtsfragen und des Schutzes von intellektuellem Eigentum nimmt in einer digital vernetzten Welt kontinuierlich zu. Diese Unklarheiten erstrecken sich nicht nur auf klassische künstlerische Werke wie Bilder und Texte, sondern auch auf digitale Inhalte, die im Rahmen der Monetarisierung von Nutzerdaten in der sogenannten „Surveillance Economy“ eine Rolle spielen. Gerade Metadaten, die durch die Nutzung digitaler Dienste entstehen und im systemischen Zusammenspiel einen erheblichen Mehrwert erzeugen können, werden dabei zunehmend zum Streitpunkt. Wenn Technologie gemeinsam beschafft wird, kann die Risikobewertung auf einer landesweiten Ebene unter Beteiligung relevanter Verwaltungsstellen erfolgen und muss nicht von jeder Institution einzeln erhoben werden;

5. Integration: Die Kulturplattform ermöglicht potenziell weitere Vernetzungen Einerseits im Rahmen gesamthafter Verwaltungslösungen, in denen die Kultur ebenfalls ihren Platz finden wird, aber auch auf regionaler Ebene, indem diese Lösungen mit denen von „Smart Regions“ und Kommunen verbunden werden können. Verbindungen mit anderen, derzeit geplanten Kulturplattformen innerhalb der Bundesrepublik und in Skandinavien sind möglich und erhöhen Mehrwert und Reichweite.

Der aktuelle Stand der digitalen Transformation im Kulturbereich in Schleswig-Holstein zeigt gegenüber der Phase der Erstellung des ersten Digitalen Masterplans deutliche Fortschritte, jedoch gibt es noch erhebliche Potenziale, die ausgeschöpft werden müssen. Viele Kultureinrichtungen haben begonnen, digitale Anwendungen in ihre täglichen Abläufe zu integrieren, beispielsweise durch den Einsatz von Online-Ticketing-Systemen, virtuellen Führungen und verstärkte Präsenz in sozialen Medien. Diese Maßnahmen wurden oft durch die Notwendigkeit beschleunigt, während der Pandemie den Kontakt zu den Besuchenden zu halten. Der Grad der Digitalisierung variiert jedoch stark zwischen den einzelnen Einrichtungen, und es besteht weiterhin das Bedürfnis nach Unterstützung und Vernetzung.

Vor diesem Hintergrund plant Schleswig-Holstein die Einführung der skizzierten neuen Kulturplattform ab voraussichtlich 2027. Diese Plattform zielt darauf ab,

einen zentralen digitalen Hub zu schaffen, der Kultureinrichtungen in der Region verbindet und ihnen ermöglicht, ihre digitalen Angebote zu erweitern und zu verbessern.

Durch diese Schritte strebt Schleswig-Holstein an, die digitale Transformation im Kulturbereich weiter voranzutreiben und eine vernetzte, zukunftsfähige Infrastruktur zu schaffen, die sowohl die kulturelle Vielfalt der Region als auch ihre digitale Präsenz stärkt.

6. Glossar

Avatar

Ein Avatar ist eine grafische Darstellung eines Nutzers in digitalen Medien, oft als personalisierte Figur in sozialen Netzwerken, Online-Spielen und Foren verwendet, um die Identität zu repräsentieren.

B2B

B2B steht für „Business-to-Business“ und beschreibt Transaktionen oder Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen, wie den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen.

B2C

B2C steht für „Business-to-Consumer“ und bezieht sich auf den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen direkt von einem Unternehmen an Endverbraucher, nicht an andere Unternehmen.

Chatbot

Ein Chatbot ist ein softwarebasiertes Tool, das Konversationen simuliert, um Nutzendenanfragen automatisch zu beantworten, und wird sowohl im Kundenservice als auch in der Kundeninteraktion eingesetzt.

Customer Journey

Die Customer Journey beschreibt die Gesamtheit aller Erfahrungen, die ein Kunde mit einer Marke macht, von

der ersten Wahrnehmung bis zum Kauf und darüber hinaus, einschließlich Serviceerlebnissen.

Digitale Transformation

Digitale Transformation bezieht sich auf die Integration digitaler Technologien in alle Bereiche einer Institution, um Prozesse zu verbessern, Nutzendenerlebnisse zu optimieren und innovativ zu agieren.

Foundation

Im digitalen Kontext bezieht sich „Foundation“ oft auf grundlegende Programmier- oder Technologieplattformen, die die Basis für weiterführende Entwicklungen in Softwareprojekten oder im Webdesign bilden.

Large Language Model

Ein Large Language Model (LLM) ist ein fortschrittliches KI-System, das riesige Textmengen analysiert, um menschliche Sprache zu verstehen und zu generieren, und vielfältige Sprachaufgaben bewältigt.

Micro-Targeting

Micro-Targeting bezeichnet eine Marketingstrategie, die Datenanalyse nutzt, um extrem spezifische Zielgruppen mit maßgeschneiderten Botschaften anzusprechen und so die Werbewirksamkeit zu erhöhen.

Open Source

Open Source beschreibt Software mit offenem Quellcode, die kostenlos genutzt, verändert und geteilt werden darf, um Innovation und Zusammenarbeit zu fördern.

Plattform

Eine Computerplattform (auch -schicht oder -ebene, kurz Plattform) bezeichnet in der Informatik eine einheitliche Grundlage, auf der Computerprogramme ausgeführt und entwickelt werden können.

Predictive Analytics

Predictive Analytics ist eine Technik, die Daten, statistische Algorithmen und Machine-Learning-Methoden nutzt, um zukünftige Ereignisse basierend auf historischen Daten vorherzusagen.

Supervised Learning

Supervised Learning ist eine Methode im maschinellen Lernen, bei der Modelle anhand von Beispieldaten und bekannten Antworten trainiert werden, um Vorhersagen zu treffen oder Entscheidungen zu treffen.

Surveillance Economy

Die Überwachungsökonomie beschreibt ein Wirtschaftssystem, in dem Unternehmen Daten über das Verhalten von Menschen sammeln und analysieren, um Gewinne zu maximieren und Marktstrategien anzupassen.

Sharing

Im digitalen Kontext bedeutet Sharing das Teilen oder gemeinsame Nutzen von Informationen, Ressourcen, Medien und Anwendungen über das Internet, oft über soziale Netzwerke oder Cloud-Dienste.

Danksagung

Dieses Dokument ist unter Beteiligung, Ideegebung und Zuarbeit verschiedener Personen und Institutionen entstanden, denen wir an dieser Stelle danken wollen:

Prof. Dr. Ayad Al-Ani; Büchereizentrale Schleswig-Holstein; Dataport AöR; Die Lübecker Museen; digiCULT –Verbund eG; Europäisches Hansemuseum Lübeck; Fachhochschule Kiel; ITVSH; Prof. Dr. Sabina Jeschke; Kreis Stormarn – Kulturabteilung; Lars Krüger; Landesverband der Volkshochschulen Schleswig-Holsteins; Kulturabteilung des Ministeriums für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur; Landeskulturverband Schleswig-Holstein; Landesmusikrat Schleswig-Holstein; Landesverband der Volkshochschulen Schleswig-Holstein; Landesvereinigung Kultureller Kinder- und Jugendbildung Schleswig-Holstein; Landschaftsverband Ostwestfalen-Lippe; Museen Flensburg; Dr. Carsten Siebert; Theater Kiel AöR; Prof. Dr. Gernot Wolfram