

# ECULTURE AGENDA 2020 – IT STRATEGIEN DES SENATS DER FREIEN UND HANSESTADT HAMBURG

Dr. Horst Scholz

*Referat Informationstechnologie und digitale Projekte, Kulturbehörde Hamburg, horst.scholz@kb.hamburg.de*

**KURZDARSTELLUNG:** Mit der eCulture Agenda 2020 setzt die Kulturbehörde den Auftrag der eGovernment- und IT-Strategie der Freien und Hansestadt Hamburg um, allen Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zu kulturellen Objekten und Inhalten auch auf digitalem Wege zu ermöglichen. Staatlich geförderte Kultureinrichtungen haben die Aufgabe, ihre Inhalte und Werte digital zu erschließen und zu präsentieren. Seit ca. 10 Jahren werden in Hamburg bereits Sammlungsbestände in Museen systematisch digital inventarisiert. Die Digitalisierung löst allerdings einen Strukturwandel aus, der den gesamten kulturellen Sektor erfasst.

## 1. EINFÜHRUNG

Während der Einfluss der Informationstechnologie in vielen Lebensbereichen deutlich sichtbar und damit Realität ist, wie z.B. im Handel mit eBusiness im Verkehrsbereich mit eLogistik, im Verwaltungsbereich mit eGovernment und zunehmend im Gesundheitsbereich mit eHealth, ist der IT-Einsatz im Kulturbereich unter der Bezeichnung eCulture längst nicht selbstverständlich. Ein Wandel der Kulturlandschaft durch Informationstechnologie wird indes auf jedem Fall stattfinden, nur stellt sich die Frage, in welcher Geschwindigkeit, mit welcher inhaltlichen Ausrichtung und in welcher Struktur.

Das Internet und die Digitalisierung medialer Inhalte bieten dem kulturellen Sektor und seinen Einrichtungen zunächst einmal neue Möglichkeiten. Durch die neuen Kommunikations- und Rezeptionsgewohnheiten verändern sich notwendigerweise auch die Anforderungen an die Kultureinrichtungen.

Mit dem Einsatz von IT-Technik erschließen sich neue Formen insbesondere der kulturellen Bildung und Teilhabe, einem wesentlichen Teil des öffentlichen Auftrags kultureller Einrichtungen. Die Digitalisierung von Sammlungen und Beständen sowie die Online-Bereitstellung von kulturellen Inhalten bieten neue Möglichkeiten der Vermittlung, der wissenschaftlichen Nutzung und der Vermarktung. Die Funktion und Relevanz staatlich geförderter Kultureinrichtungen mit der tradierten Rollen-

und Funktionsteilung von Besuchern und hauptamtlichen Fachleuten werden durch social media und digitale Beteiligungsmöglichkeiten verändert.



**Abb.1:** *Ist das Kunst oder kann es ins Web?*

*Kulturinstitutionen müssen digital handeln, um das analoge Kunsterlebnis zu bewahren*

Kulturverwaltung muss digital handeln, um das analoge Kulturerlebnis zu bewahren. Eine Kulturverwaltung hat den Auftrag, das kulturelle Erbe zu schützen und lebendig zu erhalten. Der Einsatz von digitalen Angeboten kann dabei helfen, über neue Vermittlungswege Kulturgüter zeitgemäß erfahrbar zu machen, um ein breites Spektrum an potentiellen Kulturinteressierten anzusprechen.

Viele Menschen werden künftig zu punktuellen Experten, während traditionelles „Bildungsbürgertum“ verschwindet.

Angesichts dieser Entwicklungen muss es eine zentrale Aufgabe der Kulturpolitik sein, die Qualitätsstandards des traditionellen Kulturbetriebs zu sichern und gleichzeitig die neuen Möglichkeiten und Anforderungen der Netzöffentlichkeit aufzugreifen. Bislang war die Kulturvermittlung in den Institutionen hierarchisch organisiert und überwiegend auf passiven Konsum ausgerichtet. Diesen Vermittlungsformen stehen neue Partizipationswünsche und -gewohnheiten gegenüber. „Eine mögliche kulturpolitische Konsequenz ist ein Perspektivwechsel: von der Angebots- hin zur Nachfrageorientierung, von der Push- zur Pull-Kultur“ [1]. Der Angst von Kulturinstitutionen, dass ihre Deutungshoheit schwinden könnte ist der Gewinn gegenüberzustellen, einen lebendigen Erlebnisort zu betreiben, sowohl virtuell als auch – über diesen vermittelt – real vor Ort in den Sammlungen. Oder anders gesagt: Die Kulturinstitutionen müssen dort ankommen wo sich ein großer Teil ihres Publikums längst befindet.

## 2. 1. POLITISCHE RELEVANZ SCHAFFEN

Am Beginn der Hamburger Strategieüberlegungen stand Mitte 2012 zunächst die Recherche. Eine systematische Durchsicht der eGovernmentstrategiepläne des Bundes und der Länder nach der Erwähnung von Kultur und kulturellen Einrichtungen war ernüchternd. Die Begriffe kamen entweder gar nicht vor oder nur am Rande, gelegentlich in Verbindung mit der Integrationsaufgabe von und für Migranten. Die Entwicklung einer integrierten eCulture Strategie wurde deshalb sofort ein Alleinstellungsmerkmal kulturpolitischer Arbeit, deren Relevanz es auf den unterschiedlichen Ebenen zu vermitteln galt: behördenintern, beim Hamburger Senat und auf der Bund-Länder-Ebene.

In der Ende 2013 erschienenen Schrift „Zukunftspfade – Digitales Deutschland 2020“ des IT-Planungsrates des Bundes und der Länder erscheint im Kapitel 3 „Digitale Lebenswelten der Bürger“ neben den Themenfeldern Verwaltung, Arbeit Verkehr, Umwelt und Gesundheit nun erstmals auch der Begriff „Kultur digital“, beschrieben durch den Staatsrat der Kulturbehörde Hamburg. Die

Relevanz des Themas ist somit politisch sehr wohl erkannt worden.

Neben der lokalen, regionalen und nationalen Sicht auf digitale Trends und Partner im Kulturbereich stand die internationale Perspektive von Anfang an im Fokus. Best Practice-Beispiele aus London und Florenz sowie ausführliche Diskussionen mit einer Vielzahl internationaler Einrichtungen haben die Sicht auf die eCulture Agenda geschärft.

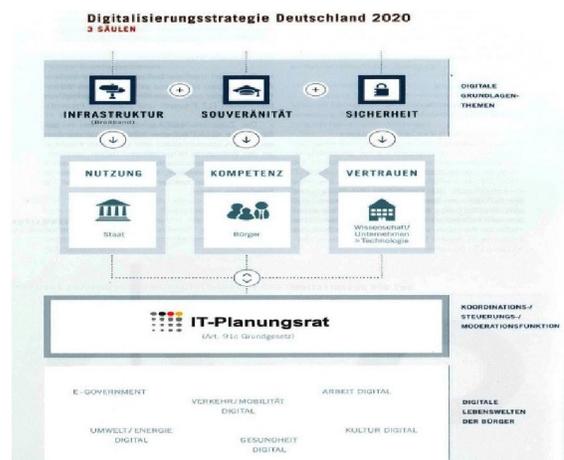


Abb.2: IT-Planungsrat - Digitalisierungsstrategie Deutschland 2020, S. 8

## 2.2. ZIELE UND ANSPRUCH

Kernanliegen der eCulture Agenda 2020 sind:

- Die Kulturbehörde wird die verschiedenen Kulturbereiche bei der Entwicklung und Nutzung digitaler Angebote unterstützen und sie bei Entwicklungsprozessen in eine digitale Welt begleiten.
- Kultureinrichtungen sollen stärker vernetzt werden, um u.a. Synergien zu schaffen und den digitalen Angeboten eine größere Relevanz und Wirkung zu verschaffen.
- Die Vermittlung kultureller Angebote auf digitalem Weg ergänzen gesamtstädtische Konzepte zur Verbesserung von Integration und Bildung. Wichtig ist insbesondere auch die Schaffung barrierefreier Angebote.

- Die Kulturbehörde wird die betroffenen Kultureinrichtungen systematisch einbeziehen und auf die Unterstützung aus der Medien- und IT-Branche Hamburgs, aus der Kreativgesellschaft sowie von wissenschaftlichen Hochschulen zurückgreifen.

Die Hamburger Kulturbehörde greift hiermit europäische und nationale Initiativen verschiedener Kultursparten auf und bietet einen Handlungsrahmen, um konkrete Projekte umzusetzen. Dieser Handlungsrahmen ist dynamisch und soll die digitalen Trends der jeweiligen Kulturbereiche aufgreifen.

### 2.3. PROJEKTE

An Hand von drei laufenden Projekten kann dargestellt werden, wie eine institutions- und spartenübergreifende Zusammenarbeit von Kultureinrichtungen aussehen könnte und wie digitaler Zugang geschaffen wird.

#### Beispiel 1: eFoto Hamburg

Ausgangspunkt ist das stete Anwachsen von digitalen Fotobeständen in Kultureinrichtungen aber auch in Behörden, etwa im Bereich des Denkmalschutzes oder der Stadtentwicklung, die den bereits vorhandenen Umfang analoger Fotografien stetig vermehren. Ein reales „Foto Hamburg“ an einem physischen Ort zu schaffen ist unrealistisch, das virtuelle „Bildarchiv Foto Hamburg“ jedoch möglich. Unter Nutzung der in den Museen seit vielen Jahren geschaffenen Erfassungsstandards wird durch den gemeinsamen Aufbau von Datenbanken zunächst ein Mehrwert für den internen Gebrauch innerhalb der öffentlichen Verwaltung generiert. Die oft historisch ininteressanten Bestände bieten sich aber auch für eine Nutzung durch die allgemeine Öffentlichkeit an.

In einem Planungsprojekt wurde dazu durch die Universität Hamburg in Zusammenarbeit mit dem IT-Referat der Kulturbehörde ein Konzept erarbeitet, in dem folgende Ziele definiert wurden:

Das Projekt soll

- den politischen Auftrag zur Umsetzung des Open Data-Konzepts in einem behördenübergreifenden Ansatz konkretisieren;
- sich an wissenschaftlich fundierten Modellen, Perspektiven und Standards der sog. Digital Humanities orientieren und sich damit als qualitativ herausragend profilieren;
- das Kreativpotenzial der ortsansässigen Medienbranche nutzen und im Interesse der Nachhaltigkeit Medienpartner als Stake Holder gewinnen.

Vor diesem allgemeinen Hintergrund verfolgt eFoto-hamburg inhaltliche Ziele, die speziell mit der digitalen Bereitstellung des Kulturguts „Foto/Bild“ verknüpft sind.

Das Projekt will

- über das Medium „Foto/Bild“ und mit Hilfe digitaler Technologien den Bürgerinnen und Bürgern unserer Stadt auf innovative Weise kulturelle Inhalte und Prozesse zugänglich machen;
- in dieser Begegnung mit dem Medium „Foto/Bild“ digitale Formen der partizipativen und gemeinschaftsfördernden, interaktiven Aneignung von Kultur als Produkt wie Prozess entwickeln, erproben und als Ergänzung zur real life-Begegnung mit Kultur etablieren;
- die Nutzerinnen und Nutzer dazu motivieren, sich als autonome Content Creators zu begreifen, die in der Begegnung mit dem Medium „Foto/Bild“ zu aktiven Teilhabern und Schöpfern städtischer Kulturpraxis werden.“[2] (siehe auch: [www.efoto-hamburg.de](http://www.efoto-hamburg.de))

Das Projekt „eFoto Hamburg“ enthält darüber hinaus Projektstudien zur technischen Umsetzung, den rechtlichen Rahmenbedingungen von Publikationen im Internet sowie eine Studie zu einem Geschäftsmodell. In den kommenden drei Jahren (2015-2017) wird das Konzept umgesetzt und an Hand einer Reihe von thematisch unterschiedlichen Anwendungsbeispielen („use cases“) erprobt.

#### Beispiel 2: eMuseum

Im Anschluss einer mehrwöchigen Analyse vor Ort in einem Hamburger Museum (gewählt wurde die Hamburger Kunsthalle) wurden Bedarfe und Einsatzmöglichkeiten digitaler Medien im Museum ermittelt und konzeptioniert. Dabei ist ein Kriterium die funktionelle Übertragbarkeit der Elemente, so dass Entwicklungskosten minimiert werden. Die äußere Gestaltung („look & feel“) entspricht dabei dem corporate design der jeweiligen Einrichtung. Eine Umsetzung findet seit 2014 in der Kunsthalle und im Museum für Kunst und Gewerbe statt. Wesentliche Elemente des Konzeptes sind dabei:

- 1) die Website des Museums wird sukzessive von einem Informationsmedium zu einem Portal für Besucher und zukünftige Besucher ausgebaut, in dem Services und Inhalte zielgruppenspezifisch erlebbar werden. Eine reichhaltig gefüllte Mediathek dient nicht nur der einseitigen, absenderorientierten Kommunikation, sondern auch der edukativen und unterhaltsamen - in Teilen moderierten - Erkundung des Kunstangebots. Wesentlicher Bestandteil wird die Interaktion mit Besuchern und Nutzern über die sozialen Medien. Im Vordergrund steht hierbei, dass das Museum aktiv mit eigenen Inhalten in ausgewählte Zielgruppencommunities kommuniziert und somit eine, vom Aufwand her, kontrollierbare Social-Media-Kommunikation betreibt.
- 2) Die Kunstvermittlung soll über einzelne eLearning-Angebote, im Verlaufe des Projektes mit mehreren Lernangeboten in einem Teilportal gebündelt, zu einer möglichen eAcademy ausgebaut werden.
- 3) eBooks, Tablet-Books, Spiele werden online und offline (auch vor Ort in den Kiosksystemen) als unterhaltsame und edukative Angebote zur Verfügung gestellt, allerdings teilweise durchaus auch als zahlungspflichtige Premiumangebote.
- 4) das Besuchserlebnis vor Ort wird über einen Ausbau der Audio Guides zu multimedialen Guides sowie der Entwicklung und Einführung von Kiosksystemen für die vorbereitende oder ergänzende Information, Unterhaltung und Kunstvermittlung für die

unterschiedlichen Besuchergruppen ergänzt. Aktuelle technische Trend wie Augmented-Reality-Angebote oder iBeacon-Technologie werden eingeführt.

- 5) eine digitale Lounge bündelt die diversen Angebote, insbesondere aber die möglichen Premiumangebote (z.B. eLearning, eCurator, eSymposien). Besondere Aufmerksamkeit gilt den Fördermitgliedern, Sponsoren und Firmenkunden. eExhibitions, also virtuelle Ausstellungen, können hier ebenfalls ihre Heimat finden.

#### Beispiel 3: App-Strategie

2007 kam das erste iPhone auf den Markt und in der Folge eine Vielzahl weiterer sog. Smartphones, mit denen man zwar auch telefonieren kann, deren besonderer Reiz aber darin besteht, über immer besser ausgebaute Kommunikationsnetze nahezu überall Informationen abrufen und sich orientieren zu können. Der Anteil der Smartphone-Benutzer liegt in Deutschland im Jahre 2014 bei über 40 Millionen. Hinzu kommen seit 2010 die Tablet-Computer, die den Trend zur mobilen Information noch verstärken.

Es ist angesichts solcher Zahlen kein Wunder, dass seit gut fünf Jahren ein inzwischen unübersehbar gewordenes Angebot von Anwendungen für die mobilen Geräte entstanden ist, also kleine Programme, die sogenannten Apps (kurz für Applikationen), mit denen auch die Vermittlung von Wissen multimedial möglich ist. Sie sind inzwischen Bestandteil der mobilen Gesellschaft geworden.

Im Rahmen der eCulture Strategie werden die App-Bedarfe der Einrichtungen koordiniert. Dies macht deshalb Sinn, weil sich die Anforderungen in vielerlei Hinsicht ähneln. Das Beispiel einer App für die Dauerausstellung eines Museums konnte 2012 als Pilotanwendung vom Archäologischen Museum Hamburg (AMH) vorgelegt werden. In dieser „Master-App“ sind die wesentlichen Elemente eines Multi-Media-Guide enthalten, wie Orientierung im Gebäude, optische und akustische Informationen, Bewegbild, individuell abrufbare Informationen durch Zahleneingabe und QR-Codes, Speicherung und Versenden von Dateien als .pdf-Formate,

social media Funktionen u.a.. Modellhaft wurde auch ein Ausgrabungsspiel eingebaut (Gamification) sowie ein animierter pädagogischer Bereich für Kinder.

Die Übertragung der Funktionalitäten der App auf andere Museen ist möglich und minimiert den Aufwand für die Institutionen.

Um das Spektrum des Hamburger Kulturangebots aufzuzeigen und auch auf mobilen Endgeräten verfügbar zu machen, hat die Kulturbehörde im September dieses Jahres ihr „Kulturpunkte“-App publiziert, das erste mobile Kulturportal unserer Stadt.



*Abb.3: Screenshot Startbild Kulturpunkte-App*

Die „Kulturpunkte“ bieten auf vielfältige Weise authentisch und werbefrei Zugang zu ca. 400 Orten in der Stadt, an denen Kultur erlebbar ist, wie Theater, Museen, Galerien, Stadtteilzentren und Geschichtswerkstätten, Gedenkorte und Bibliotheken. Es finden sich darin aber auch Texte und Bilder zu gut 50 ausgesuchten Beispielen der Kunst im öffentlichen Raum und zu über 40 Baudenkmälern, für die wir auf die Fachleute unserer Behörde und deren Wissen zurückgreifen konnten. Eine Vielzahl historischer Bilder zeigt die oft wechselvolle Geschichte des einen oder anderen Denkmals (siehe [www.kulturpunkte.de](http://www.kulturpunkte.de), dort auch ein Überblick zu weiteren vorhandenen und geplanten Apps).

## 2.4. KÜNFTIGE ANWENDUNGEN UND INFRASTRUKTUREN

Stand bei den bisherigen Projekten der Museumsbereich im Mittelpunkt von konkreten Anwendungen der IT-Strategie – was aufgrund der jahrelangen digitalen Aufbereitung der Sammlungsbestände nicht verwundern kann – so wird sich künftig der Fokus verschieben.

Im Rahmen einer dreitägigen Summer School, die im Juli 2014 in London stattfand und vom Birkbeck College sowie der Medienhochschule Ravensbourne auf Londoner Seite und der Hamburg Media School auf Hamburger Seite organisiert wurde, haben sich Vertreter unterschiedlicher Hamburger Einrichtungen (Museen, Theater, Bibliotheken, Hamburger Konservatorium, Archive) auf ein gemeinsames Vorgehen verständigt, um im Rahmen eines inhaltlich und technisch integrierten Ansatzes digitale Angebote zu schaffen. Begleitet wurden die Arbeitsgruppen auch von Vertretern der Hamburger Kreativ- und Medienwirtschaft.

Künftige Schwerpunkte werden die Themenfelder

- Digitales Lernen
- Bewegbildeangebote
- Das digitale Theater
- Gemeinsame Services

sowie als technische Themen

- WLAN-Ausbau
- eCulture Cloud

sein.

Ein Beispiel:

Analog zum Konzept des bereits laufenden Projektes „eMuseum“ wurde in einer Arbeitsgruppe der Summer School für das Hamburger Thalia Theater ein sogenannter „Drama Circle“ entwickelt, in dem in elf Stationen die Einsatzmöglichkeiten digitaler Angebote definiert wurden, beginnend vom Moment einer ersten vagen Idee für einen Theaterbesuch bis zum Zeitpunkt nach der Aufführung.

Ergebnisse der eCulture Summer School und der Arbeitsgruppen (VIII)  
eCulture Summer School – Digital Theatre

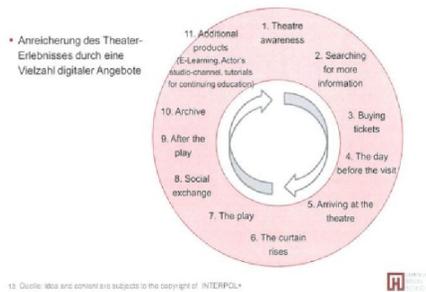


Abb. 4: digitale Angebote rund um das Theater [3]

Die Feinkonzeptionierung der künftigen Projekte ist für das kommende Jahr vorgesehen, die Realisierung soll dann ab 2016 stattfinden.

Neben der inhaltlichen Erstellung von Konzepten für digitale Angebote stellt sich allerdings auch dringend die Frage nach einer technischen Infrastruktur und deren Betrieb.

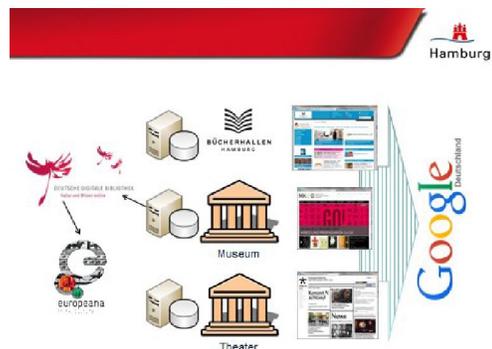
Die Vielzahl der über die letzten ca. zwei Jahrzehnte in Museen, Bibliotheken, Archiven, Stadtteilkulturzentren oder auch Theatern erzeugten digitalen Daten ermöglichen einerseits auf einen enormen Fundus zurückgreifen zu können, sie stellen die Kultureinrichtungen und Benutzer aber andererseits auch vor das Problem, in der Masse dasjenige zu finden, was ihren Fragestellungen und Interessen entspricht. Hinzu kommt, dass sich die Rolle der Einrichtungen, die kulturellen Inhalt verwalten, geändert hat. Sie werden zunehmend selbst zu Produzenten und Medienspezialisten, die ihre „Ware“ im Zusammenhang ökonomischer Systeme betrachten und Zielgruppen wie etwa Touristen, (Schul)Kinder, Jugendliche, Migranten u.a. gezielt ansprechen müssen.

In einer IT-Strategie für kulturelle Einrichtungen ist deshalb auch die Fragestellung zu untersuchen, ob es eine spezielle niedrighschwellige Infrastruktur für kulturelle Inhalte geben sollte, die spartenübergreifend den Einrichtungen die Möglichkeit gibt, ihre Inhalte zu präsentieren und damit ihre Relevanz auszubauen und die es Dritten – auch und insbesondere über den kleinen Kreis der wissenschaftlich Interessierten hinaus - ermöglichen, auf die Daten

zugreifen und zeitgemäße digitale Produkte anzubieten. Die Strategie sollte deshalb auch immer die digitale Kreativwirtschaft im Auge haben und sie an Umsetzungsprozessen beteiligen.

Wohin also mit den vielen Daten? Wer kann wie auf die Daten zugreifen und welche Produkte erreichen den Adressaten?

Es lohnt ein kurzer Blick auf die aktuelle Situation. Kultureinrichtungen bieten Teile ihres Bestandes digital auf unterschiedlichen Plattformen an, in der Regel im Netz über eigene Portale. Die große Masse der Daten ist allerdings nur intern nutzbar. Relativ wenige Daten werden auf nationalen oder internationalen Plattformen angeboten, etwa im regionalen Museumsportal Nord, der Deutschen Digitalen Bibliothek oder der Europeana.



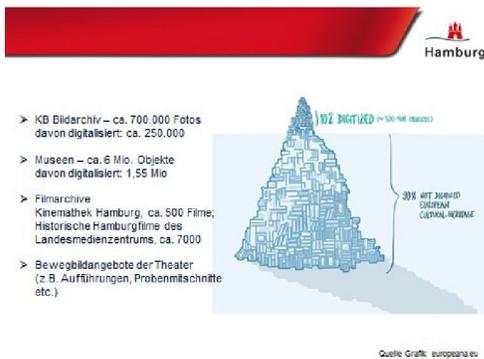
Aus der Situation des Nutzers ergibt sich dadurch das Problem, dass die digitalen Kulturangebote zwar zum Teil über das Internet auffindbar sind. Es muss aber jede gefundene Seite erkundet und qualitativ bewertet werden.



Der Bedarf des Nutzers – in diesem Beispiel ein Schüler, der ein Referat zu Goethes Faust anfertigen soll – ist es jedoch, kulturelle Angebote und Informationen digital aus seriösen Quellen vorzufinden, strukturiert und leicht auffindbar.



Die schon jetzt vorhandenen Mengengerüste insbesondere aber die noch zu erwartenden, erfordern neue technologische Ansätze, um eine Publikation im Web wirtschaftlich abbilden zu können.



Der in Hamburg favorisierte Lösungsansatz ist der Aufbau einer regionalen eCulture Cloud: Kulturelle Angebote und Informationen sollen digitalisiert und von den Einrichtungen in der Cloud abgelegt werden. Gewährleistet werden sollte dabei die Kompatibilität mit bundesweiten und europaweiten Plattformen. Idealerweise übergibt man die Daten im benötigten Datenstandard. Über eine Berechtigungsverwaltung wird der Zugriff gesteuert.

Die in der zentralen Plattform gespeicherten Daten und Inhalte können in verschiedenen Kontexten verwendet werden:

- als Rechercheangebot für die Webseite der liefernden Institution oder anderer Portal, z.B. DDB bzw. Europeana;
- für Infoterminals in der Institution;
- für Apps;
- für den Einsatz im Unterricht - etwa auf Whiteboards in Schulen.

Im Rahmen von Geschäftsmodellen ist zudem eine wertschöpfende Weiterverwendung durch die Kreativwirtschaft denkbar.



Die Cloud-Technologie ist leicht skalierbar, sie wächst mit den Anforderungen. Da die in der Cloud zu haltenden Daten grundsätzlich für die Veröffentlichung gedacht sind, können die datenschutzrechtlichen Schutzbedarfe niedriger sein. Zugriffsregelung, urheber- und verwertungsrechtliche Fragen sind natürlich zu beachten. Durch Nutzung kostengünstiger Industriestandards zur Speicherung von Massendaten sind die Investitions- und Betriebskosten deutlich günstiger als sie es unter den Bedingungen einer Datenhaltung in den Kultureinrichtungen selbst sind.

Zu klären ist auch noch das Betreibermodell einer eCulture Cloud. Neben einer staatlichen Organisation, angesiedelt bei kommunalen Rechenzentren oder sonstigen städtischen Dienstleistern [4] sind auch private Betreiber im Gespräch, also ein Public-Privat-Partnership-Modell. Hier sind die Würfel noch nicht gefallen.

### 3. SCHLUSS

Den Herausforderungen aber auch den faszinierenden Möglichkeiten digitaler Medien müssen sich sowohl Kultureinrichtungen aber auch die Kulturverwaltungen stellen. Da sich die Frage nach dem Ob eines Einsatzes digitaler Medien bei der Vermittlung kultureller Inhalte inzwischen nicht mehr stellt, ist die Einsicht in die Notwendigkeit eines gemeinsamen strategischen Vorgehens weitgehend Konsens. Kulturverwaltung hat die Aufgabe, die Einrichtungen auf ihrem Weg zu begleiten und Rahmenbedingungen zu schaffen, die dies ermöglichen.

### 4. DANKSAGUNG

Die Arbeit an der Erstellung der eCulture Agenda 2020 und der IT-Strategieplanung der Kulturbehörde war und ist Teamarbeit. Neben dem Kernteam bestehend aus Dirk Petrat, Dirk Börnsen und dem Autor haben inzwischen eine Reihe von Mitarbeitern Beiträge geliefert. Erwähnt sei hier für den Bereich der Gedanken zur eCulture Cloud noch Christoph Wienberg.

### 5. LITERATURHINWEIS

- [1] Sievers, Norbert: netz.macht.kultur, Kulturpolitik in der digitalen Gesellschaft – 6. Kulturpolitischer Bundeskongress 2011 in Berlin
- [2] zitiert aus einer internen Konzeptstudie von Christoph Meister und Mareike Höckendorff, 2013
- [3] copyright der Abbildungen 1 und 4: Agentur Nordpol - Interpol, Hamburg
- [4] zur Problematik von Cloudtechnologie und öffentlicher Verwaltung siehe: Deussen, Peter H. u.a.: Cloud Fahrplan für die öffentliche Verwaltung, Herausgeber: Kompetenzzentrum Öffentliche IT - Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme FOKUS, Berlin 2014