

# Digitalisierung und Demokratisierung: Die Neuerfindung der Kultur

Der unser Land kulturell so bereichernde Föderalismus bedarf eines zeitgemäßen Updates – durch eine digitale Kreativitätsoffensive. Nur so lässt sich diese historisch gewachsene und weltweit fast einmalige Vielfalt bewahren – und demokratisieren!

11/2021

## Von Markus Hilgert



Markus Hilgert  
Generalsekretär  
der Kulturstiftung  
der Länder, Berlin

Kontakt:  
info@globalideascenter.org

Deutschland hat eines der reichhaltigsten und vielfältigsten Kulturangebote der Welt. Nach wie vor ist häufig die Rede davon, dass diese Kulturlandschaft aufgrund der Corona-Pandemie und ihrer Nachwehen in ihrem Bestand gefährdet ist. Diese Feststellung ist einerseits wahr. Andererseits verkürzt die Fokussierung auf die Pandemie die Perspektive in einer Weise, die den eigentlichen Herausforderungen für unsere Kulturlandschaft nicht gerecht wird.

Letztlich gilt für unsere Bühnen, Museen und auch die Welterbestätten nichts anderes als für die Schulen und Universitäten: **Wir haben in der Kultur die Relevanz und transformative Kraft der Digitalisierung bisher in unverantwortlicher Weise verschlafen und geglaubt, uns am Status Quo festklammern zu können.**

Dabei meint Digitalisierung hier weitaus mehr als die digitale Reproduktion von Kunstwerken. Tatsächlich geht es um die konsequente Einbeziehung von digitalen Technologien und Anwendungen in alle Prozesse der Produktion, der Dokumentation und der Vermittlung von Kultur und kultureller Praxis. Längst ist klar: Digitalisierung bedingt nicht nur einen Wandel der Instrumente. Digitalisierung fordert eine andere Art des Handelns und des Denkens. Die Kultur ist hier keine Ausnahme, es bedarf vielmehr neuer kultureller Praktiken.

Ein Festklammern am Status quo ante Corona ist schon deshalb unverantwortlich, weil – zumindest was die Vermittlung der „klassischen“ Kultur anbelangt – es schon seit geraumer Zeit erhebliche Probleme gibt, diese Angebote in einer attraktiven, also sie „anziehenden“ Form auch an jüngere Menschen heranzutragen.

Ähnlich verhält es sich mit Menschen, die sich aus verschiedenen Gründen schwer damit tun, Kulturinstitutionen wie Museen aufzusuchen. Auch hier gilt es, neue Wege und Formate der Ansprache zu finden, die dabei helfen, solche Barrieren abzubauen. Nur so können mehr Teilhabe, eine größere Vielfalt der Perspektiven und aktives Mitwirken in kreativen Prozessen gerade auch des jüngeren Publikumsermöglich werden.

## Wozu mehr Teilhabe?

Mehr Teilhabe brauchen wir, weil uns ernsthaft daran gelegen sein muss, dass **gerade die aus öffentlichen Mitteln – also aus Steuergeldern – finanzierten kulturellen Angebote möglichst vielen Menschen mit möglichst unterschiedlichen Lebenswegen zugutekommen.** Dabei geht es keineswegs darum, den Geist der „Kultur für Alle“-Utopie weiter zu beschwören, sondern darum, Vielstimmigkeit zu erreichen. Kultur darf nicht zur Echokammer einiger weniger werden. Denn dann ist sie keine Kultur mehr, sondern das gegenseitige Zelebrieren von selbstreferentiellen Eilten.

Besonders wichtige Kanäle einer möglichst breiten Ansprache durch die Kultur sind Soziale Medien und Videoportale. Hier sind es vor allem schnell erfassbare, audiovisuell attraktiv gestaltete digitale Inhalte – meist in Form von Videos – welche tendenziell besonders erfolgreich sind – „snackable content“ sagt man im Marketing dazu. Aber

## Inhalt

- 1 Digitalisierung und Demokratisierung:  
Die Neuerfindung der Kultur
- 1 Wozu mehr Teilhabe?
- 2 Das Primat der Video-Orientierung
- 2 Kultur demokratisieren
- 3 Neue Geschäftsmodelle
- 4 Große Herausforderungen erfordern  
digitale Kreativität
- 4 Offensive zur digitalen Grunderfassung  
öffentlicher Sammlungen
- 4 Klimaneutrale Kulturproduktion
- 5 Ein europäisches Projekt für die Welt?
- 6 Fazit: Grund zur Zuversicht
- 7 Über den Autor
- 8 Kernpunkte/Executive Summary

auch längere Videoproduktionen und Livestreams im Internet gewinnen an Bedeutung und treten damit in Konkurrenz zu herkömmlichen Film- und TV-Produktionen.

### Das Primat der Video-Orientierung

Wer jüngere Menschen begeistern will, muss also bei ihrer „Video-Orientierung“ ansetzen und bereit sein, „Hochkultur“ in „snackable content“ zu übersetzen, längst Bekanntes digital-kreativ zu transformieren und – vor allem – neue Geschichten zu erzählen. Es ist sicher keine Übertreibung, wenn man feststellt, dass weder die kulturpolitischen Förderinstrumente noch die diversen Kulturinstitutionen unseres Landes und ihre Stellenpläne dieser Tatsache bisher auch nur annähernd Rechnung getragen haben.

#### Redaktioneller Hinweis:

Aus diesem „Strategic Intervention Paper“ (SIP) des Global Ideas Center können Zitate des Autors direkt übernommen werden, solange in geeigneter Form darauf hingewiesen wird, dass diese Studie Teil des „Deutschland in Europa“-Projektes des Global Ideas Center in Berlin ist, das von der Stiftung Mercator gefördert wird.

Obendrein gilt, dass es ja längst nicht mehr nur die „junge“ Generation ist, die videoorientiert ist. Insofern ist die „Post-Corona-Krise“ unserer Kulturwelt, richtig verstanden – so wie im Schul- und Hochschulwesen – eine große Chance, um bisher Versäumtes endlich nachzuholen.

Damit dies in ansprechender Form gelingt, bedarf es aber eines viel tiefergreifenderen Umdenkens über die Art und vor allem die Präsentation des künstlerischen Schaffens und kultureller Inhalte, als dies weithin angenommen wird. Dabei geht es nicht um einen Notnagel, eine Art visuellen Reparaturbetriebs, um dem Kultursektor eine Überlebenshilfe anzubieten. Auch wenn ein solcher Ansatz angesichts der pandemischen Herausforderungen für den Kultursektor naheliegen mag, wäre er viel zu kurz gegriffen und würde wohl nur die nächste Krise der Kultur heraufbeschwören.

### Kultur demokratisieren

Um es klipp und klar zu sagen: **Wer jetzt nicht dynamisch mit Blick auf neue Seh-, Besuchs- und Kulturkonsum- sowie Kulturverarbeitungsgewohnheiten umdenkt und neue Wege beschreitet, den bestraft nicht etwa nur die Geschichte.** Wer das tut, könnte sehr wohl zum Totengräber unserer Kulturlandschaft werden – und damit genau das erreichen, was er vorgeblich zu verhindern sucht.

Damit dies nicht passiert, müssen wir auf vielen Ebenen umdenken. Die Pandemieerfahrung ist dazu lediglich der dringende Anlass, nicht der Grund. Tatsächlich waren Verbreitung und Nutzung der beeindruckenden föderalen Vielfalt unserer Kulturangebote auch schon vor Corona nicht mehr zeitgemäß.

Überall in der Republik gibt es tolle Konzerte, Theateraufführungen und Ausstellungen. Aber das etablierte Modell – vornehmlich Rezensionen in Zeitungen mit der impliziten Aufforderung, an den Ort der jeweiligen Aufführung oder Ausstellung zu reisen – erscheint längst nicht mehr zeitgemäß. Wer kann und sollte sich schon aufmachen, wenn man von einer neuen Inszenierung in Karlsruhe, Leipzig oder Zürich liest? Und selbst wenn man die Zeit und das Geld hat, das zu tun, ist eine solche Reise aus ökologischer Sicht nicht ohne Folgekosten.

Dieser Modus der Verbreitung von Kulturangeboten ist zudem tendenziell latent elitär und eher undemokratisch, weil er vielfach selbst dem interessierten Publikum ob des Präsenzerfordernisses effektiv den Zugang versagt. Hinzu kommt, dass die digitale Transformation nicht nur das jüngere Publikum zunehmend von Kulturrezipienten zu Kulturproduzenten werden lässt, die demgemäß mehr Teilhabe und Teilnahme auch an der Kulturproduktion selbst erwarten.

Auch für Künstlerinnen und Künstler ist es schmerzlich, wenn ihre Performance nicht digital ansprechend dokumentiert und damit weder bundesweit noch international zugänglich und nachnutzbar ist.

Wie oft denke ich bei den kurzen Werbeclips auf YouTube, die auf eine Opernaufführung mit großartiger Besetzung und brillanter Regie hinweisen, dass die Aufführungen selbst wohl auf ewig verloren sind, unwiederbringlich, weil sie eben

nicht digital dokumentiert worden sind. Dieser Verlust trifft nicht nur Opernbegeisterte wie mich, sondern auch die musikwissenschaftliche Forschung sowie den Bereich der kulturellen Bildung, in dem entsprechende Videos flexibel weiterverwendet und in eine multimediale, kreative Vermittlungsarbeit integriert werden könnten. In einer Welt von „snackable content“-Videos ist damit auch die Chance vertan, über ansprechend kuratierte Ausschnitte aus einer Produktion erste Zugänge zu dieser Kunstform einem neuen Publikum zu bahnen, das daran bislang nicht teilhaben konnte oder wollte.

### Neue Geschäftsmodelle

Führt man das Gedankenspiel der universellen Verfügbarkeit von digital aufgezeichneten Kulturproduktionen im Internet weiter, muss man natürlich auch über Geld sprechen. Ist ein bloßer Videomitschnitt eines Konzerts allein attraktiv genug, um für dessen Ansicht eine Gebühr nach dem pay per view-Modell erheben zu können? Anders gesagt: Kann die Kultur ohne weiteres mit Netflix, Amazon und Co. mithalten?

Müsste nicht vielleicht viel eher ein besonderer, eigens für dieses Video kuratierter Inhalt, als zusätzlicher Stimulus mitgeliefert werden – z.B. eine Werkinterpretation, ein Interview mit den Interpret:innen oder Angebote zur Teilnahme an laufenden kuratorischen oder dramaturgischen Prozessen –, damit das digitale Produkt sich von der unüberschaubaren Masse der kostenlos verfügbaren Internet-Videos abhebt und eine Ansichtsgebühr rechtfertigt? Und welche personellen und materiellen Ressourcen müssten aufgewendet werden, um eine solche kuratorische „Veredelung“ des Videos zu erreichen?

Umgekehrt wird man fragen müssen, ob nicht auch das ein oder andere herkömmliche, analoge Kulturangebot in diesem Sinne „veredelt“ werden müsste, um gerade das jüngere, zunehmend von professionellen Digitalproduktionen verwöhnte Publikum aus dem Wohnzimmer in das Museum, das Theater oder den Konzertsaal zu locken und ihm vergleichsweise hohe Eintrittspreise abzuverlangen.

Und müssten Kultureinrichtungen nach der Pandemie nicht sehr viel deutlicher machen als bisher, worin der Mehrwert des teuer erkauften, physischen Opernbesuchs außer Haus besteht, wenn etwa der digitale Mitschnitt der Premiere kostenlos im Internet abrufbar ist?

Mit anderen Worten: Wer Digitalisierung der Kultur als digitale Transformation des Kultursektors begreift, muss zwangsläufig auch die Frage nach den zukünftigen Geschäftsmodellen und Einnahmequellen von Kultureinrichtungen beantworten. Dies ist nicht zuletzt auch deswegen geboten, weil es wenig wahrscheinlich ist, dass die staatliche Förderung und Subventionierung von Kultureinrichtungen in den kommenden Jahrzehnten weiterhin stetig steigen wird. Gleichzeitig ist es notwendig, darüber nachzudenken, wie es gelingen kann, aus Steuermitteln ermöglichte Kulturproduktionen etwa über gemeinwohlorientierte Kulturplattformen auch kostenfrei zur Verfügung zu stellen.

Der Kulturwandel, der in dieser Hinsicht dem gesamten **Kultursektor** ins Haus steht, ist ohne jede Frage enorm. Er **erfordert ein ebenso radikales Umdenken wie etwa im Zeitungssektor**, wo die **Ertragsmodelle** in den letzten Jahrzehnten, wenn nicht komplett weggebrochen, so **doch zunehmend eingebrochen** sind bzw. durch Pay-Walls und crossmediale Online-Distribution ersetzt wurden.

Dort wird mittlerweile Digitalität nicht mehr als Fremdkörper betrachtet, dem es sich zu widersetzen gilt, sondern zu Recht als die Grundlage und Plattform allen Schaffens. So fiel es den Redaktionen von Tageszeitungen gleich zu Beginn der Pandemie auch nicht schwer, die Produktion von einem Tag auf den anderen auf eine Produktion aus dem Homeoffice umzustellen, ein wichtiger Payoff des digitalen Wandels. Die öffentliche Verwaltung sowie Schulen und Universitäten taten sich damit wesentlich schwerer.

Ohnehin kann der Kultursektor bei der Konzeption und Erprobung digitaler Geschäftsmodelle vom Blick auf andere Branchen und deren Erfahrungen nur profitieren. Interessant wäre in diesem Zusammenhang beispielsweise, wie sich die

Funktion und das Angebot von Ladengeschäften im Einzelhandel mit gehobenem Sortiment mit der Zunahme des Onlinehandels gerade auch in und nach der Pandemie verändert haben. Auf jeden Fall scheint es ratsam, das Zusammenspiel von analogen und virtuellen Räumen der Kulturproduktion, -präsentation und -vermarktung neu zu denken, ganz im Sinne des postdigitalen Paradigmas.

### **Große Herausforderungen erfordern digitale Kreativität**

Doch der Kulturbereich bedarf digitaler Kreativität nicht nur, um die künstlerische und kulturelle Praxis attraktiv zu dokumentieren, zu vermitteln und zu vermarkten. Auch die gesamtgesellschaftlichen Anforderungen, die heute vermehrt an die Art und Weise der Kulturproduktion gerichtet werden – Transparenz und Ethik, Nachhaltigkeit und Resilienz, Diversität und Gleichheit der Teilhabechancen – erfordern dies. Sie bedürfen eines kreativen Einsatzes gerade auch digitaler Technologien und Anwendungen. Erst so lassen sich die Limitierungen analoger Medien und physischer Räume in sachdienlicher und kulturpolitisch effektiver Weise durchbrechen.

### **So erwartet man in einer modernen demokratischen Gesellschaft zu Recht von öffentlich finanzierten Kultureinrichtungen wie Museen, dass sie öffentlich Rechenschaft ablegen über ihre Sammlungsbestände, ihre Aufbewahrung und ihren Zustand sowie die Umstände ihres Erwerbs.**

Die inzwischen gesamtgesellschaftlich geführte Debatte über die Aufarbeitung der deutschen Kolonialgeschichte und den Umgang mit Sammlungsgütern aus kolonialen Kontexten etwa im Berliner Humboldt Forum führen uns diesen Bedarf an Transparenz in der Kultur eindrucksvoll vor Augen. Realistisch betrachtet, kann dies nur auf digitalem Wege geschehen.

Dies gilt umso mehr, als Dauer- und Sonderausstellungen in Museen ja meist nur einen winzigen Bruchteil der Sammlungen zeigen. Wer also wirklich Transparenz in diesem Bereich anstrebt, muss dazu bereit sein, die digitale Grunderfassung von Millionen und Abermillionen Objekten in Angriff zu nehmen – und dies auch zu finanzieren.

Zumal gilt, dass – wenn sich Deutschland auf diesem Gebiet stärker engagierte – dies im Weltmaßstab betrachtet auch zu einer immensen Demokratisierung – im Sinne einer weltweiten Zugänglichkeit – dieser Kulturgüter führen würde.

### **Offensive zur digitalen Grunderfassung öffentlicher Sammlungen**

Eine derartige nationale Offensive zur digitalen Grunderfassung von Museumsbeständen könnte außerdem dazu beitragen, die über Jahrzehnte angewachsenen, eklatanten Versäumnisse bei der Inventarisierung und Erschließung öffentlicher Sammlungen in Deutschland auszugleichen. Besonders betroffen hiervon sind Einrichtungen mit üblicherweise großen Objektzahlen wie etwa naturkundliche, archäologische, historische und ethnologische Sammlungen.

Niemand kann derzeit zuverlässig abschätzen, wie groß tatsächlich die Zahl der Objekte in öffentlich finanzierten Museen ist, die bis heute weder inventarisiert noch erschlossen sind. Das ist ein ebenso unverständlicher wie unhaltbarer Zustand. Woher sollen die kulturellen Inhalte in Sozialen Medien kommen und wie kann eine transparente Sammlungspflege gelingen, wenn unklar ist, wieviel und was genau in den Magazinen unserer Museen schlummert?

### **Klimaneutrale Kulturproduktion**

Auch mit Blick auf eine möglichst klimaneutrale Kulturproduktion und krisenfesten Kulturinstitutionen sind digitale Anwendungen als Instrumente der Wahl anzusehen. So müssen wir uns schon heute fragen, ob für sogenannte „Blockbuster“-Ausstellungen wirklich Dutzende von Objekten um die halbe Welt reisen müssen.

Darf es bisweilen nicht auch eine hochauflösende digitale Reproduktion sein? Zumal ein Kunstwerk durch den Einsatz digitaler Präsentationsmöglichkeiten wie etwa

Virtual Reality oder Augmented Reality auch ganz anders vermittelt und „erfahrbar“ gemacht werden kann, als dies mit einem Original aus konservatorischen und versicherungstechnischen Gründen je möglich wäre. Hierin liegt außerdem die große Chance, eine neue, postdigitale „Ausstellungssprache“ zu schaffen, die digitale und analoge Erfahrungswelten harmonisch integriert.

Die digitale Reproduktion – sei sie zweidimensional oder dreidimensional – ist außerdem ein wichtiger Baustein in zwei anderen Zusammenhängen, deren hohe Relevanz oft erst nach dem Eintreten des womöglich irreparablen Schadens eintritt. Erstens bei der Bekämpfung von Kulturgutkriminalität sowie zweitens bei Restaurierungs- und Rehabilitationsmaßnahmen nach Naturkatastrophen oder bewaffneten Konflikten. Denn das digitale Modell kann dabei helfen, Gestohlenes zu identifizieren oder Zerstücktes zu restaurieren. Als Kämpfer des sogenannten Islamischen Staats im syrischen Palmyra antike Tempel sprengten, sang man nicht nur hierzulande das Loblied auf das Potential von 3D-Modellen für die Rekonstruktion beschädigter oder zerstörter Architekturen.

Wie steht es also, sehr viel unmittelbarer, um die 3D-Dokumentation und digitale Modellierung der zahlreichen UNESCO-Welterbestätten in Deutschland oder auch nur um digitale Reproduktionen aller Kunstwerke, die nach dem Kulturgutschutzgesetz in Deutschland als national wertvoll gelten und einen besonderen Schutzstatus genießen?

Wäre es nicht das Mindeste, wenigstens diese herausragenden und zu gesamtgesellschaftlich relevantem Kulturgut erklärten Ensembles und Objekte so zu dokumentieren, dass man im Schadens- oder Verlustfall wenigstens auf ihre Digitalversion zurückgreifen kann? Und wo würde man die entsprechenden Daten krisensicher speichern?

**Gerade der Aspekt der Notfallvorsorge und des Kulturgutschutzes zeigt eindrucksvoll, dass der geforderte Digitalisierungsschub in der Kultur kein Luxus ist.** Angesichts zunehmender gesellschaftlicher und politischer Instabilitäten sowie geopolitischer Rivalitäten ist er vielmehr eine zentrale Voraussetzung für den Schutz unseres kulturellen Erbes und den Erhalt kulturelle Vielfalt. Wer dies ignoriert, handelt grob fahrlässig.

### Ein europäisches Projekt für die Welt?

Auf diesem Gebiet kommt gerade den europäischen Ländern eine besondere Bedeutung zu. Wir sind in der glücklichen Lage, über ein dichtes Netz an kulturbewahrenden Traditionen und Institutionen sowie über vergleichsweise gut finanzierte kulturelle Infrastrukturen und eine starke Kreativwirtschaft zu verfügen. Dies sind beste Voraussetzungen, um den digitalen Wandel der Kultur auch über die Grenzen unseres Kontinents hinaus gestaltend voranzutreiben.

Dazu gehört nicht zuletzt, dass wir uns für die Überwindung der global bestehenden Ungleichheiten im Zugang zu und der Teilhabe an digitalen Kulturangeboten einsetzen und einen Beitrag zur Überbrückung der „digital divide“ zwischen Nord und Süd leisten. Dies sollte gerade auch Teil des kulturaußenpolitischen Anspruchs sein, den unser Land aus seinem Selbstverständnis als Kulturnation ableitet.

Damit wir mit dieser Mission und Aufgabe aber erfolgreich sein können, bedarf es eines fundamentalen Updates der operativen Strukturen und Zielsetzungen unserer Kulturinstitutionen.

Vielfalt und Teilhabegerechtigkeit in der Kultur – dies dürfte aus dem Vorhergehenden deutlich geworden sein – hängen eng vom Umfang und der Qualität digitaler Kulturangebote ab. In dem Maße, in dem die Mobilität von Menschen und Dingen etwa durch Konflikte, Pandemien oder klimagerechtes Handeln eingeschränkt wird, sind grenzenlos verfügbare, barrierefreie und attraktive digitale Inhalte ein wesentlicher Schlüssel zu verbesserter Bildung, Gesundheit, Gleichberechtigung, gesellschaftlichen Aufstiegschancen und Demokratiebereitschaft.

Es geht also um nichts weniger als die Zukunft des Zusammenlebens in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft – und längst nicht nur in der unseren. Schließlich finden die Angriffe auf den freiheitlich-demokratischen Grundkonsens vieler Staaten ebenfalls und vor allem in digitalen Räumen statt.

### **Fazit: Grund zur Zuversicht**

Im Hinblick auf die Dichte und Qualität analoger Kulturangebote steht Deutschland im internationalen Vergleich sehr gut da. In den kommenden Jahren wird die Herausforderung darin bestehen, die Breite dieser Angebote flächendeckend um digitale Formate zu ergänzen, neue, noch stärker als bisher digital gestützte Formen der Kulturproduktion und Kulturvermittlung zu entwickeln und die digitale Präsenz der Kultureinrichtungen im Internet und den sozialen Medien zu erhöhen.

Dies erfordert zunächst den Mut zur Transformation in den Institutionen selbst.

Notwendig ist jedoch auch kulturpolitisches Handeln, das digitale Transformationsprozesse unterstützt und begleitet, Anreize für die institutionelle Weiterentwicklung schafft, digital gestützte, agile Methoden fördert, entsprechende Qualifikations- und Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter\*innen auf allen Ebenen ermöglicht und großflächig die Produktion attraktiver digitaler Inhalte vorantreibt. Wie bei jeder technologischen Revolution bedarf es jedoch vor allem zweierlei: Offenheit und Kreativität. Dieser hohe Einsatz ist es wert, denn es geht um die Schönheit und Vielfalt unserer Kulturlandschaft.



**Diese Kurzstudie Teil des „Deutschland in Europa“-Projektes des Global Ideas Center in Berlin ist, das von der Stiftung Mercator gefördert wird.**

#### **Über den Global Ideas Center (GIC)**

Der Global Ideas Center (GIC) gGmbH ist ein virtueller und unabhängiger Think Tank. Er koordiniert ein weltweites, vorwiegend aus Praktikern bestehendes Autorennetzwerk. Wir sind bestrebt, Nationen und Gesellschaften bei der Lösung ihrer Probleme durch die Betonung der Dimension des grenzüberschreitenden Lernens zu helfen.

#### **Über die Strategic Intervention Papers (SIPs)**

Das Ziel unserer “Strategic Intervention Papers” (SIPs) ist, jeweils ein in einer Nation bestehendes spezifisches Problem aufzugreifen und eine breitere öffentliche Debatte zu diesem Thema auszulösen, um es so einer konstruktiven Lösung zuzuführen.

#### **Über unser „Deutschland in Europa“-Projekt**

Das erste Projekt des Global Ideas Center (GIC) ist auf Deutschland fokussiert. Es lotet vorrangig Perspektiven und Ideen aus dem Umfeld seiner europäischen Partner aus, die Deutschland helfen können, seine eigenen politischen Probleme zu lösen. Das Projekt wird von der Stiftung Mercator gefördert.

#### **Kontakt**

[info@globalideascenter.org](mailto:info@globalideascenter.org)

#### **Über den Autor**

Prof. Dr. Markus Hilgert ist Altorientalist und seit 1. Juni 2018 Generalsekretär und Vorstand der Kulturstiftung der Länder. Von 2014 bis 2018 war Hilgert Direktor des Vorderasiatischen Museums im Pergamonmuseum der Stiftung Preußischer Kulturbesitz. Von 2007 bis 2014 lehrte Hilgert als Professor (W3) für Altorientalistik an der Universität Heidelberg.

Markus Hilgert übt zahlreiche ehrenamtliche Funktionen auf nationaler und internationaler Ebene aus, darunter als Mitglied im Vorstand der Deutschen UNESCO-Kommission e. V., im Culture Advisory Council des NFDI4Culture Konsortiums, im Stiftungsrat der International Alliance for the Protection of Heritage in Conflict Areas (ALIPH), in der Advisory Group des Cultural Protection Fund des British Council sowie im Finance and Resources Committee of the International Council of Museums (ICOM).

Hilgert hatte zahlreiche Gastprofessuren im In- und Ausland inne und lehrt derzeit als Honorarprofessor an der Universität Heidelberg, der Universität Marburg sowie der Freien Universität Berlin.

## **Kernpunkte:**

### **Digitalisierung und Demokratisierung: Die Neuerfindung der Kultur**

1. Wir haben in der Kultur die Relevanz und transformative Kraft der Digitalisierung bisher in unverantwortlicher Weise verschlafen und geglaubt, uns am Status Quo festklammern zu können.
2. Digitalisierung bedingt nicht nur einen Wandel der Instrumente. Digitalisierung fordert eine andere Art des Handelns und des Denkens. Die Kultur ist hier keine Ausnahme, es bedarf vielmehr neuer kultureller Praktiken.
3. Es muss uns daran gelegen sein, dass gerade die aus öffentlichen Mitteln – also aus Steuergeldern – finanzierten kulturellen Angebote möglichst vielen Menschen mit möglichst unterschiedlichen Lebenswegen zugutekommen.
4. Wer jüngere Menschen begeistern will, muss bei ihrer „Video-Orientierung“ ansetzen und bereit sein, „Hochkultur“ in „snackable content“ zu übersetzen, längst Bekanntes digital-kreativ zu transformieren und – vor allem – neue Geschichten zu erzählen.
5. Wer nicht dynamisch mit Blick auf neue Seh-, Besuchs- und Kulturkonsum- sowie Kulturverarbeitungsgewohnheiten umdenkt und neue Wege beschreitet, den bestraft nicht etwa nur die Geschichte.
6. Wer Digitalisierung der Kultur als digitale Transformation des Kultursektors begreift, muss zwangsläufig auch die Frage nach den zukünftigen Geschäftsmodellen und Einnahmequellen von Kultureinrichtungen beantworten.
7. Es ist notwendig, darüber nachzudenken, wie es gelingen kann, aus Steuermitteln ermöglichte Kulturproduktionen etwa über gemeinwohlorientierte Kulturplattformen auch kostenfrei zur Verfügung zu stellen.
8. So erwartet man in einer modernen demokratischen Gesellschaft zu Recht von öffentlich finanzierten Kultureinrichtungen wie Museen, dass sie öffentlich Rechenschaft ablegen über ihre Sammlungsbestände, ihre Aufbewahrung und ihren Zustand sowie die Umstände ihres Erwerbs.
9. Niemand kann derzeit zuverlässig abschätzen, wie groß tatsächlich die Zahl der Objekte in öffentlich finanzierten Museen ist, die bis heute weder inventarisiert noch erschlossen sind. Das ist ein ebenso unverständlicher wie unhaltbarer Zustand.
10. Gerade der Aspekt der Notfallvorsorge und des Kulturgutschutzes zeigt eindrucksvoll, dass der geforderte Digitalisierungsschub in der Kultur kein Luxus ist.
11. In dem Maße, in dem die Mobilität von Menschen und Dingen etwa durch Konflikte, Pandemien oder klimagerechtes Handeln eingeschränkt wird, sind grenzenlos verfügbare, barrierefreie und attraktive digitale Inhalte ein wesentlicher Schlüssel zu verbesserter Bildung, Gesundheit, Gleichberechtigung, gesellschaftlichen Aufstiegschancen und Demokratiebereitschaft.
12. Notwendig ist kulturpolitisches Handeln, das digitale Transformationsprozesse unterstützt und begleitet, Anreize für die institutionelle Weiterentwicklung schafft, digital gestützte, agile Methoden fördert, entsprechende Qualifikations- und Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter\*innen auf allen Ebenen ermöglicht und großflächig die Produktion attraktiver digitaler Inhalte vorantreibt.