



# Strategie Kulturerbe digital Digitaler Aktionsplan Austria

Ergebnisse der Online-Konsultation

# Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	2
Executive Summary .....	3
Zielsetzung.....	4
Methode.....	4
Stichprobe .....	5
Ergebnisse .....	9
Status quo.....	9
a) Digitale Aktivitäten .....	9
b) Digitale Strategie .....	11
c) Datenqualität.....	15
d) Herausforderungen und Barrieren.....	17
Ausblick .....	20
Zusammenfassung & Diskussion .....	26
Referenzen .....	27
Anhang - Fragebogen .....	28
Impressum.....	37

# Zusammenfassung

Dieser Bericht fasst die Ergebnisse der Online-Erhebung zum Status quo hinsichtlich der digitalen Transformation in österreichischen Kulturerbeeinrichtungen zusammen, die im April 2022 stattfand. Diese Erhebung stellte den ersten Schritt auf dem Weg zur Erarbeitung einer nationalen Digitalisierungsstrategie für das Kulturerbe Österreichs dar (siehe Zielsetzung). Sie erweitert frühere Erhebungen<sup>1</sup> um ein Bild der Situation *nach* der Covid-19-Pandemie und richtete sich nicht nur an Museen, sondern auch an Archive und andere Institutionen, die sich mit Österreichs Kulturerbe beschäftigen. Mit der Corona-Krise ab 2020 wurden die Entwicklungen im Bereich Digitalisierung in den Kulturerbeeinrichtungen nochmals beschleunigt. So sorgen Prozesse der Digitalisierung und eine zunehmende Kultur der Digitalität<sup>2</sup> für beständige Verschiebungen von vormals analogen Inhalten, Anwendungen und Aktivitäten in den digitalen Raum. Ziel der Online-Befragung war es, diese Aktivitäten zu erfassen, aber auch in Richtung Zukunft zu blicken. Dieser Zukunftsblick beinhaltet einerseits konkret geplante Aktivitäten in den jeweiligen Institutionen und andererseits eine Einschätzung der Potenziale von digitalen Technologien für die Institutionen und speziell die Sammlungen.

Die Ergebnisse sind vor dem Hintergrund einer starken Heterogenität zu lesen – die Institutionen unterscheiden sich in vielerlei Hinsicht: in Art und Umfang der Sammlungen, hinsichtlich finanzieller und somit auch personeller Ressourcen, aber auch das Know-how und die Erfahrung betreffend. Trotz dieser unterschiedlichen Voraussetzungen und Möglichkeiten, die sich in den jeweiligen digitalen Aktivitäten widerspiegeln, zeigen die Ergebnisse, dass die Kulturerbeeinrichtungen im postdigitalen Zeitalter<sup>3</sup> angekommen sind und sich insbesondere durch eine kritische Reflexion und den Wunsch nach einem sinnhaften und nachhaltigen Einsatz digitaler Technologien auszeichnen.

Ein Vergleich der vorliegenden Ergebnisse mit den Statistiken der Erhebung des österreichischen Museumsbundes im Jahr 2019 zeigt einen Digitalisierungsschub in Kulturerbeeinrichtungen. Dieser massive Anstieg in den digitalen Aktivitäten von Kulturerbeeinrichtungen vor allem bei der internen Kommunikation, dem digitalen Arbeitsplatz und der Inventarisierung ist zu einem Teil auf die Corona-Pandemie zurückzuführen, hat aber in vielen Institutionen zu einer nachhaltigen digitalen Transformation geführt, die auch eine strategische Verankerung erfahren hat und viele Bereiche durchdringt. So zeigt sich, dass das Vorhandensein einer digitalen Strategie in einem großen Ausmaß mit den digitalen Aktivitäten der Kulturerbeeinrichtungen zusammenhängt: Institutionen mit schriftlich fixierter digitaler Strategie nutzen digitale Technologien in mehr Bereichen, sie digitalisieren mehr und achten stärker auf Qualität und Nachhaltigkeit. In Bezug auf die digitale Transformation sehen sich die Kulturerbeeinrichtungen jedoch mit einer Vielzahl von Barrieren konfrontiert. Für deren Überwindung bedarf es Strategien und Ressourcen (intern innerhalb der Institution, aber auch extern durch die Politik und Netzwerke), um bereits erfolgreiche Projekte in einen analog-digitalen („postdigitalen“) Regelbetrieb überführen zu können – denn Digitalisierung ist kein Projekt, sondern ein langfristiger Prozess.

---

<sup>1</sup> Museumsbund Österreich (2019). *Das Museum im digitalen Raum. Zum Status quo in Österreich.*

<sup>2</sup> Stalder, F. (2016). *Kultur der Digitalität.* Suhrkamp Verlag, Berlin. Siehe auch Eisenegger, M. et al., Hg. (2021). *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen.* Springer VS, Wiesbaden.

<sup>3</sup> Cramer, F. (2015). *What is 'Post-digital'? Postdigital aesthetics.* Palgrave Macmillan, London.

## Executive Summary

This report summarizes the results of the status quo survey regarding digital transformation in Austrian cultural heritage institutions, which took place in April 2022. This survey represented the first step on the way to developing a national digitization strategy for Austria's cultural heritage (see Objectives). It extends previous surveys<sup>4</sup> to provide a picture of the post-Corona situation and is aimed not only at museums but also at archives and other institutions dealing with Austria's cultural heritage. With the Corona crisis starting in 2020, developments in the area of digitization were accelerated once again. Processes of digitization and an increasing culture of digitality<sup>5</sup> provide for constant shifts of formerly analog content, applications, and activities into the digital space. The aim of the online survey was to record these activities, but also to look toward the future. This outlook includes, on the one hand, concretely planned activities in the respective institutions and, on the other hand, an assessment of the potential of digital technologies.

The results are to be read against the background of a high degree of heterogeneity - the institutions differ in many respects: in the type and scope of the collections, in terms of financial and thus also human resources, but also in terms of know-how and experience. Despite these different conditions and possibilities, which are reflected in the digital activities, the results show that the cultural heritage institutions have arrived in the post-digital age<sup>6</sup> and are characterized in particular by a critical reflection and the desire for a meaningful and sustainable use of digital technologies.

A comparison of the present results with the statistics of the Austrian Museums Association survey in 2019 shows a massive surge in digitalization in cultural heritage institutions. This massive increase in the digitization activities of cultural heritage institutions, particularly in internal communication, the digital workplace, and inventories, is partially due to the Corona pandemic, but has led to a sustained digital transformation in many institutions that has also become strategically embedded and permeates many areas. Thus, it appears that the existence of a digital strategy is to a large extent related to the digital activities of heritage institutions: Institutions with a digital strategy use digital technologies in more areas, they digitize more, and they pay more attention to quality and sustainability.

In this digital transformation, however, cultural heritage institutions face a variety of barriers. Overcoming them requires strategies and resources (internally within the institution, but also externally through policy and networks) to transform already successful projects into regular analog-digital operations - because digitization is not a project, but a long-term process.

---

<sup>4</sup> Museumsbund Österreich (2019). *Das Museum im digitalen Raum. Zum Status quo in Österreich.*

<sup>5</sup> Stalder, F. (2016). *Kultur der Digitalität.* Suhrkamp Verlag, Berlin. Eisenegger, M. et al., ed. (2021). *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen.* Springer VS, Wiesbaden.

<sup>6</sup> Cramer, F. (2015). *What is 'Post-digital'? Postdigital aesthetics.* Palgrave Macmillan, London.

# Zielsetzung

Der Prozess zur Erarbeitung einer nationalen Digitalisierungsstrategie für das Kulturerbe Österreichs des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) erfolgte in mehreren Schritten und gliederte sich in eine Recherche- und Konsultationsphase, eine Entwicklungsphase sowie eine Redaktionsphase, die weitgehend das Jahr 2022 umfassten. Die Online-Befragung markierte den Start der Konsultationsphase und wurde von der Universität für Weiterbildung Krets (UWK) inhaltlich in Rücksprache mit dem BMKÖS erarbeitet. Die technische Umsetzung wurde von der Unternehmensberatung Repuco durchgeführt.

Die Umfrage richtete sich an Museen, Archive und Institutionen mit Schwerpunkt materielles Kulturerbe und zielte auf die Erhebung des Status quo hinsichtlich des Standes der Digitalisierung des kulturellen Erbes und des Umgangs mit den Daten in Österreich ab. Dabei ging es insbesondere um die **Erfassung der Digitalisierungsaktivitäten und Digitalisierungsstrategien der einzelnen Kunst- und Kultureinrichtungen in Österreich sowie deren zukünftige Perspektiven und Strategien**. Im Hinblick auf die Formulierung eines Visionspapiers und die hierzu von der Universität für Weiterbildung Krets durchgeführten Expert:innen-Workshops liegt der Fokus der folgenden Auswertung neben einer Erhebung des **Status quo** auch auf den **Herausforderungen und Barrieren** bei der Digitalisierung des kulturellen Erbes in Österreich sowie den **Potenzialen**, welche von den befragten Institutionen in der (zukünftigen) digitalen Transformation gesehen werden.

Diese Umfrage erweitert frühere Erhebungen, wie etwa die des österreichischen Museumsbundes von 2019<sup>7</sup>, um ein Bild der Situation *nach* der Corona-Pandemie zu zeichnen. Mit der Corona-Krise ab 2020 wurden die Entwicklungen im Bereich Digitalisierung nochmals beschleunigt. Prozesse der Digitalisierung und eine zunehmende Kultur der Digitalität<sup>8</sup> sorgen für beständige Verschiebungen von vormals analogen Inhalten, Anwendungen und Aktivitäten in den digitalen Raum.

# Methode

Die Konsultation erfolgte als Online-Umfrage, welche durch das BMKÖS an die in Frage kommenden Institutionen verschickt wurde, aber über die Website auch weiteren Personen bzw. Institutionen aus dem Kulturerbebereich zugänglich war. Insgesamt umfasste die Konsultation 53 Fragen in sechs Blöcken (siehe Anhang):

- Allgemeines und Angaben zur Institution (5 Fragen)
- Digitale Aktivitäten und Digitale Strategie (11 Fragen)
- Digitale Archivierung und Inventarisierung (13 Fragen)

---

<sup>7</sup> Museumsbund Österreich (2019). *Das Museum im digitalen Raum. Zum Status quo in Österreich*.

<sup>8</sup> Stalder, F. (2016). *Kultur der Digitalität*. Suhrkamp Verlag, Berlin. Siehe auch Eisenegger, M. et al., Hg. (2021). *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Springer VS, Wiesbaden.

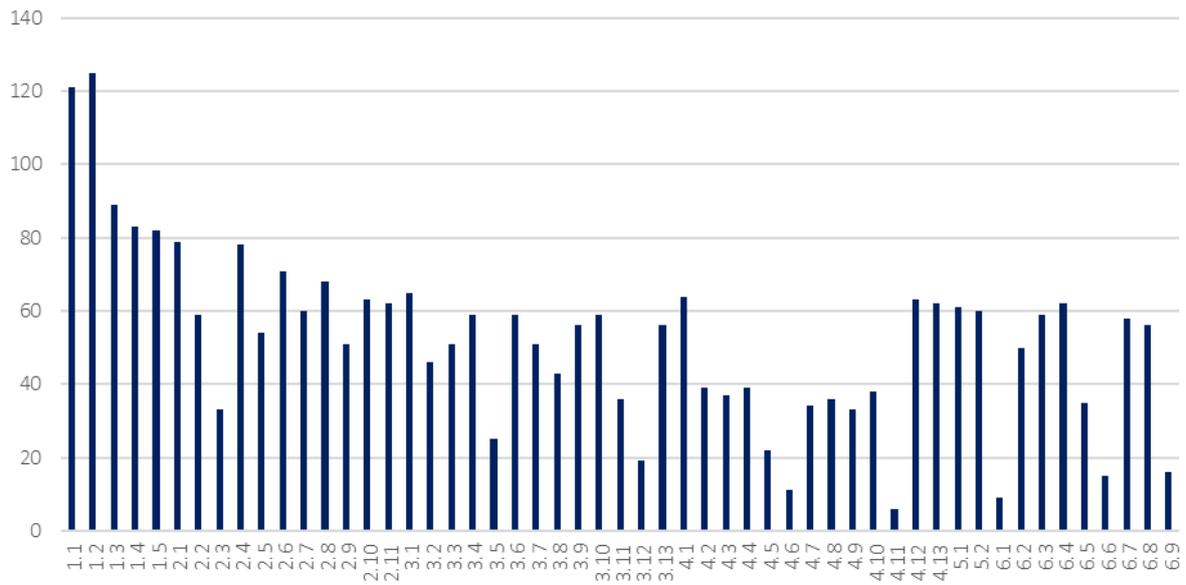
- Online-Sammlung (13 Fragen)
- Rechtliches (2 Fragen)
- Digitale Präsentation und Vermittlung (9 Fragen)

Die Dauer der Beantwortung betrug in dem durch die UWK-Mitarbeiter:innen durchgeführten Pre-Test ca. 25-30 Minuten. Die Wahl des Umfragetools wurde vom Ministerium getroffen und fiel auf Foresight Strategy (4strat) aus Berlin. Der Befragungszeitraum wurde auf einen Monat angesetzt (01.04.-30.04.2022).

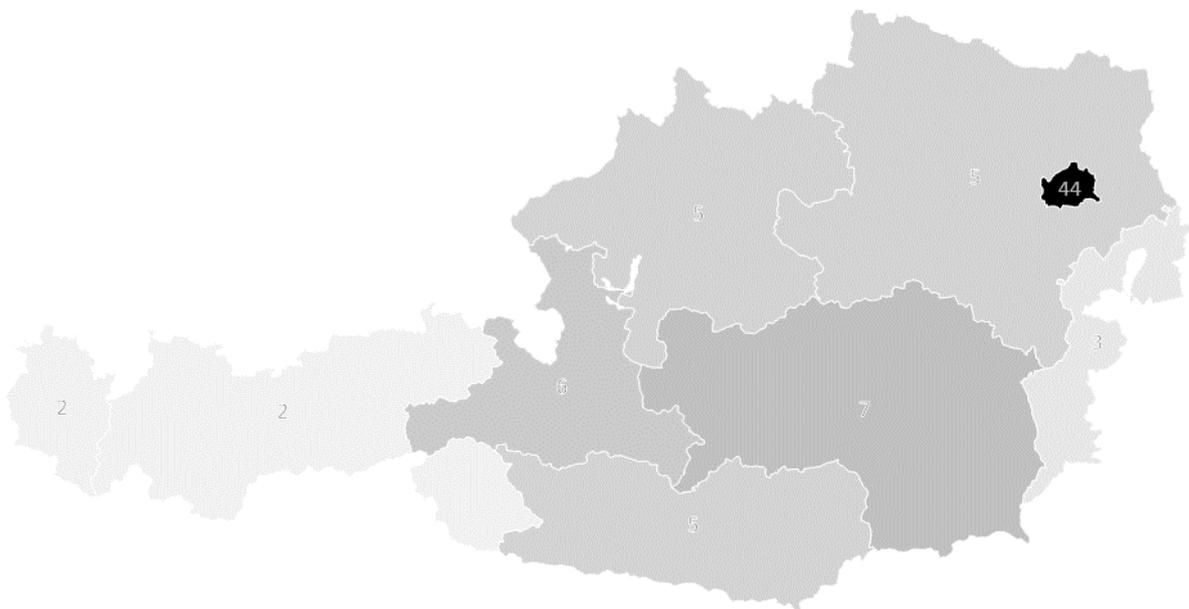
## Stichprobe

Die Umfrage wurde vom BMKÖS per E-Mail an 1337 Institutionen verschickt. Von den Empfänger:innen öffneten 1146 Personen den Umfrage-Link, 149 begannen den Fragebogen zu beantworten und 60 füllten ihn vollständig aus. Durch den vorzeitigen Abbruch des Fragebogens finden sich mehr Antworten auf die ersten als auf die letzten Fragen. Abbildung 1 gibt einen Überblick über die Anzahl der Antworten pro Frage, die großen Schwankungen unterlegen ist und daher in der Folge auch bei jeder Ergebnisdarstellung explizit angeführt wird (N=x). Teilweise sind die Schwankungen in der Anzahl der Antworten durch Filterfragen bedingt, es bestand aber auch die Möglichkeit Fragen zu überspringen. Bei einigen Fragen dürfte es jedoch auch zu Fehlern bei der technischen Umsetzung des Online-Fragebogens gekommen sein, so wurde etwa die Frage 6.1 „Welche Kanäle werden an Ihrer Institution für den Zugang zur Online-Sammlung genutzt?“ nur von neun Befragten beantwortet. Für die Auswertungen wurden die Antworten von jenen 83 Personen herangezogen, die auch inhaltliche Fragen über die deskriptiven Informationen hinaus (1.1 bis 1.3) beantwortet haben.

Abbildung 2 gibt einen Überblick über die Verteilung der Teilnehmenden nach Bundesländern auf Basis der Selbstausskunft. Ein Vergleich dieser Verteilung mit der regionalen Verteilung von Museen in der österreichischen Kulturstatistik 2020 (Statistik Austria, 2022) zeigt, dass in Wien mehr Institutionen den Fragebogen beantworteten, während es in Niederösterreich, Oberösterreich, der Steiermark, Tirol und Vorarlberg weniger waren als laut Referenzstatistik zu erwarten gewesen wäre (siehe Tabelle 1).



**Abbildung 1.** Anzahl der Antworten pro Frage in absoluten Zahlen.



**Abbildung 2.** Geographische Verteilung der Antworten (N=83, 4 k.A.).

**Tabelle 1.** Geographische Verteilung der Stichprobe im Vergleich zur Anzahl der Museen laut österreichischer Kulturstatistik 2020 (Statistik Austria, 2022).

	Online-Konsultation	Kulturstatistik 2020	Prozent
GESAMT	79	762	10%
Wien	44	121	36%
Niederösterreich	5	142	4%
Oberösterreich	5	146	3%
Steiermark	7	111	6%
Kärnten	5	45	11%
Salzburg	6	61	10%
Tirol	2	77	3%
Vorarlberg	2	37	5%
Burgenland	3	22	14%
k.A.	4		

Als weiteren Faktor für die Bewertung der Repräsentativität der Stichprobe wurde das Ausmaß der Digitalisierung betrachtet: Während in der Stichprobe 86 % der Institutionen angaben, digital zu inventarisieren und 62 % eine Online-Sammlung haben, inventarisieren laut Kulturstatistik 2020 nur 63 % der Museen und 44 % haben eine Online-Sammlung (siehe Tabelle 2). Auch wenn die Digitalisierung seit 2020 weiter vorangeschritten ist und die Corona-Pandemie für einen zusätzlichen Digitalisierungsschub verantwortlich war, weist diese Differenz auf einen Bias in der Stichprobe hin: Eher jene Institutionen haben die Umfrage beantwortet, die in Ihren Digitalisierungsaktivitäten bereits weiter fortgeschritten sind.

*Eine Generalisierung der Ergebnisse auf alle Kultureinrichtungen ist daher nur eingeschränkt möglich, jedoch erlauben sie aus den Erfahrungen jener Institutionen zu lernen, deren Digitalisierungsinitiativen bereits weiter fortgeschritten sind.*

**Tabelle 2.** Vergleich der digitalen Inventarisierung und der Online-Sammlung in der Stichprobe der Online-Konsultation (N=78) und in der Kulturstatistik 2020 (N=379).

	Online-Konsultation		Kulturstatistik 2020	
Digitales Inventar	67	86%	239	63%
Online-Sammlung	48	62%	167	44%

Da Digitalisierungsinitiativen auch von den vorhandenen Ressourcen abhängen, wurden die Institutionen gebeten, die Anzahl ihrer Mitarbeiter:innen insgesamt und separat ihrer wissenschaftlich / kuratorisch Beschäftigten anzugeben (siehe Abbildung 3). Die Sammlungen der jeweiligen Institutionen wurden unterschiedlich detailliert beschrieben. Der Aufforderung „Bitte machen Sie Angaben zu Ihrer Sammlung“ folgten 80 Teilnehmende (T), manche davon gaben an, dass ihre Institution keine eigene Sammlung habe, so wurde z.B. kommentiert: „Keine. Unsere Organisation



# Ergebnisse

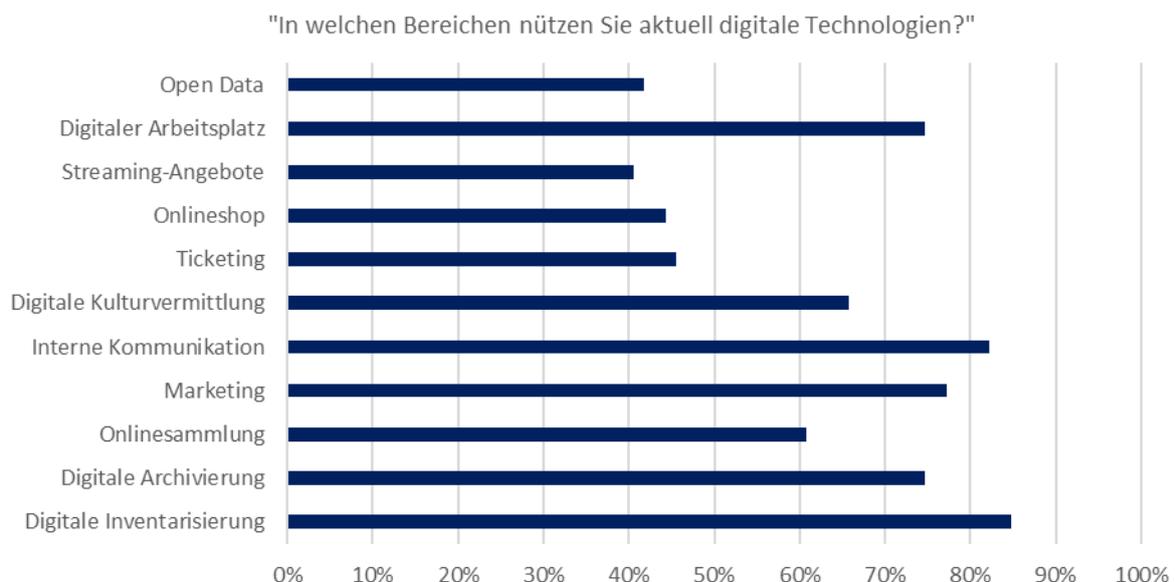
Die deskriptive Auswertung der Daten erfolgte hinsichtlich der oben genannten Schwerpunkte auf den **Status quo**, die **Herausforderungen und Barrieren** bei der Digitalisierung des kulturellen Erbes in Österreich und zukünftigen **Potenziale**. Neben einer quantitativen Analyse wurden die offenen Fragen qualitativ ausgewertet. Wie erwähnt, gab es pro Frage unterschiedlich viele Teilnehmende, weshalb immer die Stichprobengröße (N=x) pro Auswertung angegeben ist.

## Status quo

Um dem Status quo der Digitalisierung im Kulturerbebereich auf den Grund zu gehen, werden im Folgenden drei Fragen zur Digitalisierung genauer betrachtet: Welche digitalen Aktivitäten führen die Kultureinrichtungen bereits durch? Welche Rolle spielt dabei das Vorhandensein einer digitalen Strategie? Welche Maßnahmen zur Sicherung der Datenqualität werden gesetzt?

### a) Digitale Aktivitäten

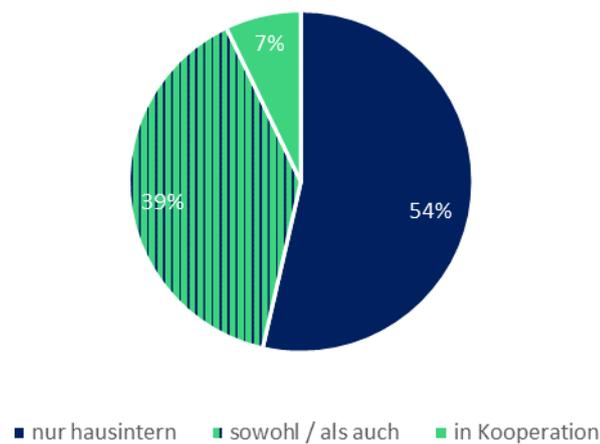
Der Status quo hinsichtlich der bereits durchgeführten digitalen Aktivitäten der Institutionen wurde mittels vorgegebener Bereiche erfasst (siehe Abbildung 5). Neben der digitalen Inventarisierung, die bereits in 85 % der Institutionen durchgeführt wird, werden digitale Technologien vor allem für die interne Kommunikation und in Form eines digitalen Arbeitsplatzes großflächig eingesetzt. Am wenigsten häufig werden derzeit Streaming-Angebote (41 %) und Open Data (42 %) genutzt.



**Abbildung 5.** Prozentuale Verteilung der Bereiche, in denen bereits digitale Technologien genutzt werden (N=79).

Wenn wir uns die digitale Inventarisierung, die bereits von 85 % der befragten Institutionen durchgeführt wird, genauer ansehen, so zeigt sich, dass diese Digitalisierung in 54 % der Fälle ausschließlich hausintern durchgeführt wird (siehe Abbildung 6).

"Erfolgt die Digitalisierung hausintern oder (auch) in Kooperation mit externen Partnern?"



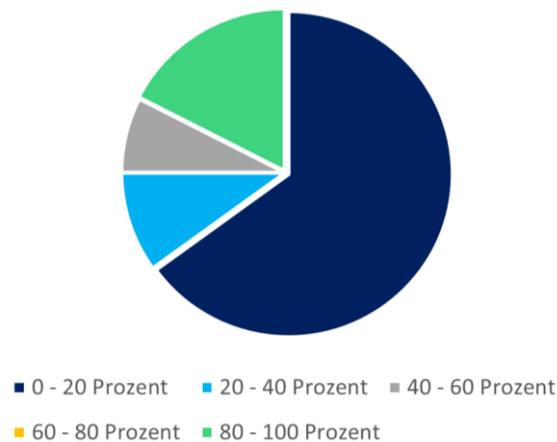
**Abbildung 6.** Prozentuale Verteilung der Digitalisierung hinsichtlich externer und interner Partner (N = 56).

Sieben Prozent greifen auf externe (Kooperations-)Partner oder Dienstleister zurück und 39 % nutzen sowohl interne als auch externe Möglichkeiten zur Digitalisierung, je nach Anlass, wie dies etwa folgende Kommentare ausführen: *„überwiegend hausintern, bei Digitalisierung von großformatigen Plänen oder Karten mit Unterstützung einer anderen Abteilung oder fallweise im Zuge der Amtshilfe mit dem Wiener Stadt- und Landesarchiv“* (T341); *„Partner sind u.a. die Ludwig Boltzmann Gesellschaft (LBI for Digital History), die TU Wien sowie externe Dienstleister. Mittlerweile sind wir aber bereits selbst ein Kompetenzzentrum für Digitalisierungsleistungen auf unserem Fachgebiet, und führen Leistungen für Dritte (Partner) durch.“* (T1420).

Eine **Online-Sammlung** ist in 62 % der Kulturerbeinstitutionen über das Internet nutzbar (siehe Tabelle 2). In den meisten dieser Sammlungen sind bis zu 20 % der Sammlungsobjekte bereits zugänglich und in immerhin 18 % der Fälle sind bis zu 100 % online (siehe Abbildung 7).

Die Beschäftigung mit den Besucher:innen ihrer Online-Sammlung und deren Nutzungsverhalten (z.B. meistbesuchte Seiten, Verweildauer) erachten 29 % der Befragten (N=59) als „sehr wichtig“ und 25 % als „wichtig“. Wenn es um die Erhebung von **Nutzer:innendaten** (z.B. Online-Besucher:innen) geht, so gaben 60 % (N=62) der Institutionen, die diese Frage beantworteten, an, dass bei ihnen regelmäßig Nutzer:innendaten analysiert werden.

"Wie viel Prozent der Sammlungsobjekte sind bereits online zugänglich?"



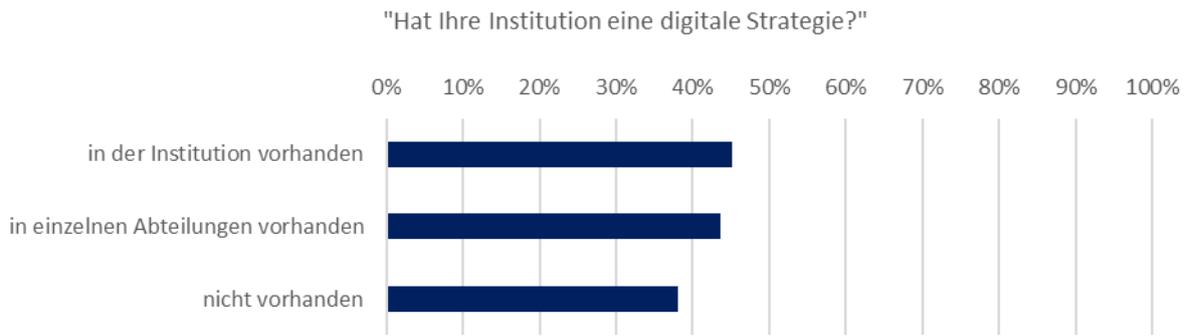
**Abbildung 7.** Anteile der Sammlungsobjekte, die bereits online zugänglich sind (N=40).

Neben dem vorgegebenen Auswahlkatalog (Abbildung 5) wurde in einer offenen Frage nach weiteren Bereichen gefragt, in denen digitale Technologien bereits eingesetzt werden oder als relevant erachtet werden. Beispielfhaft werden hier einige Themen gebündelt genannt, welche sich so oder ähnlich mehrfach in den Antworten gefunden haben:

- Digitale Dokumentation (z.B. von Ausgrabungen)
- Energieverbrauchsmessungen und -analyse
- KI/AI (OCR, automatische Text- und Bilderkennung, automatische Beschlagwortung)
- Vermittlungsbereich (App, Podcast, digitale Besucher:innenbücher, Social Media als Community Outreach - nicht als Marketing Tool)
- Online-Ausstellungen (Standort im Metaverse, Interface zwischen virtuellem und materiellem Ausstellungsraum)

## b) Digitale Strategie

Für eine zielgerichtete Digitalisierung haben gut zwei Drittel (62 %) der befragten Kulturinstitutionen eine (verschriftlichte) digitale Strategie entwickelt (siehe Abbildung 8). Diese ist entweder in den Institutionen (45 %) oder in einzelnen Abteilungen (43 %) oder sogar in beiden (27 %) vorhanden. Von jenen Institutionen, die keine digitale Strategie besitzen (38 %), ist die Entwicklung einer solchen jedoch bei gut zwei Drittel in der Planung begriffen (siehe Abbildung 9). Manche planen jedoch bewusst keine digitale Strategie, zum Beispiel mit der Begründung „*Es gibt keine gesonderte digitale Strategie, sondern digitale Umsetzungen sind Teil der Gesamtstrategie des Museums. Kann in der heutigen Zeit nicht mehr gesondert gedacht werden*“ (T1543). Von jenen Kultureinrichtungen, die bereits eine institutionelle digitale Strategie besitzen, hat etwa ein Drittel diese auch veröffentlicht (siehe Abbildung 10).



**Abbildung 8.** Vorhandensein einer digitalen Strategie in den befragten Kultureinrichtungen (N=71).

"Wenn nein: Ist eine Strategie geplant?"



■ geplant ■ nicht geplant ■ nicht zutreffend

**Abbildung 9.** Pläne zur Entwicklung einer digitalen Strategie (N=34).

"Wenn ja: Ist die Strategie veröffentlicht?"



■ veröffentlicht ■ nicht veröffentlicht ■ nicht zutreffend

**Abbildung 10.** Veröffentlichung der digitalen Strategie durch Institutionen (N=32).

Die Hypothese, dass das Vorhandensein einer digitalen Strategie mit der Größe der Institution und den vorhandenen Ressourcen zusammenhängen könnte, lässt sich aufgrund der Daten nicht bestätigen (siehe Abbildung 11). Nur bei zwei Drittel der Institutionen war die Leitung bzw. das Management an der Erstellung der digitalen Strategie beteiligt (siehe Abbildung 12). Weitere In-house-Beteiligte sind interne Expert:innen (59 %), Kurator:innen oder die künstlerische Leitung (48 %) oder andere Abteilungen im Haus (48 %).



**Abbildung 11.** Digitale Strategie in Abhängigkeit von der Anzahl der Mitarbeiter:innen (N=68).

Außerhalb der Institution wurden externe Expert:innen (39 %), institutionenübergreifende Interessensgemeinschaften (27 %), Entwickler:innen (16 %) und andere Kultureinrichtungen/“Peers“ (14 %) zu Rate gezogen, wenn auch seltener. Keinen Einfluss auf die digitalen Strategien hatten bisher Ministerien. Der Mehrwert von externer Unterstützung und dem Austausch mit anderen Kultur(erbe)einrichtungen wird teilweise auch erst im Prozess erkannt, wie folgende Antwort beispielhaft zeigt: „Bisher alles intern 'Home-Made' begonnen, aber erkannt, dass wir in Zukunft Unterstützung für ein professionelles Aufsetzen, Betreiben und Entwickeln benötigen. v.a. Dingen Institutionenübergreifend“ (T1389).



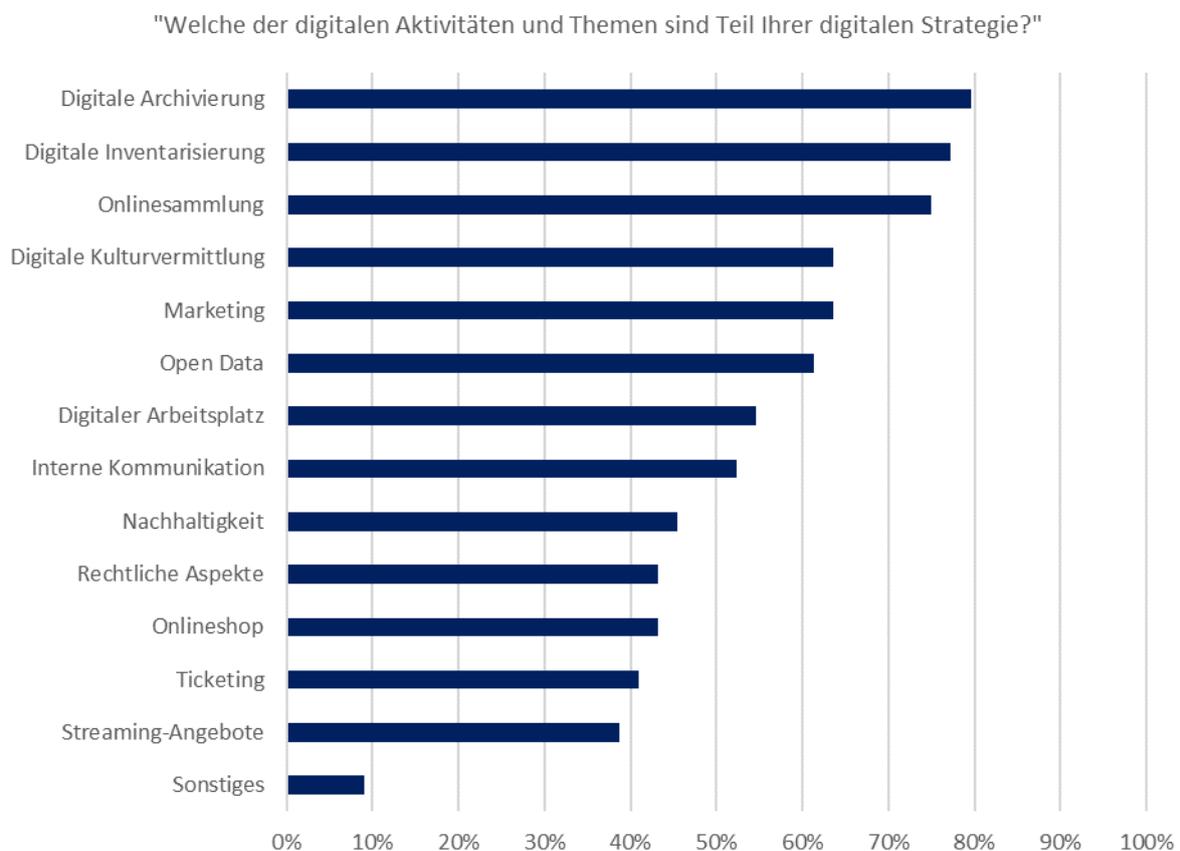
**Abbildung 12.** Beteiligte an der Erstellung einer digitalen Strategie (N=44).

Institutionen, die eine digitale Strategie entwickelt haben, messen einer digitalen Strategie tendenziell eine höhere Bedeutung bei als jene, die keine digitale Strategie entwickelt haben (siehe Abbildung 13). Beide Gruppen schätzen jedoch eine digitale Strategie als sehr wichtig, wichtig oder zumindest eher wichtig ein.



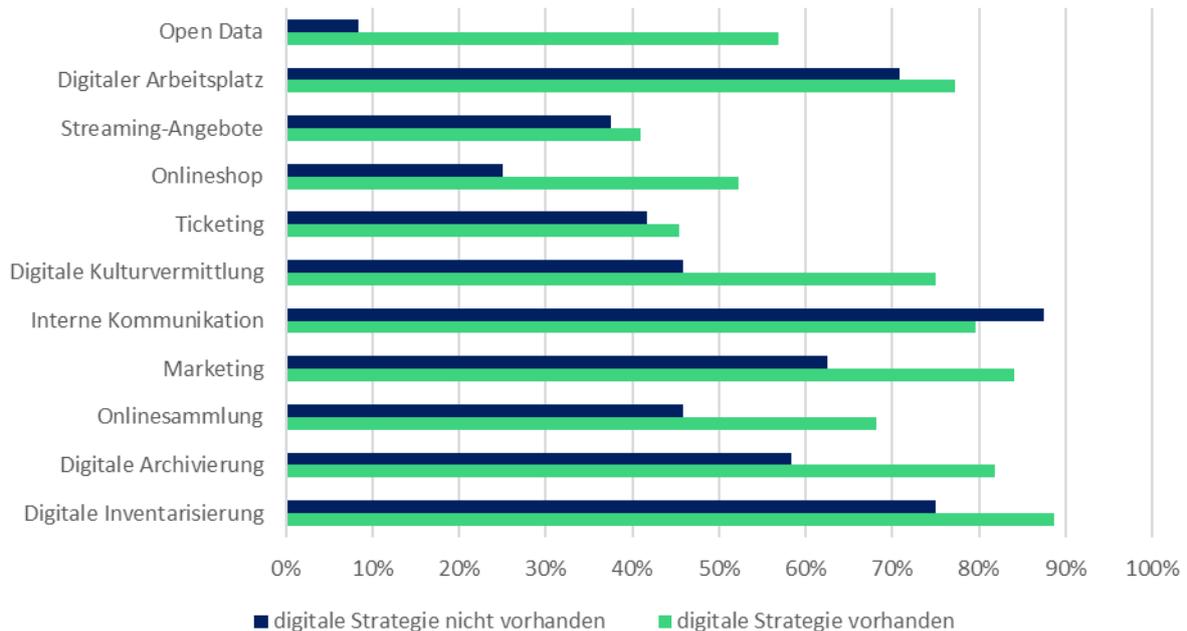
**Abbildung 13.** Bedeutung einer digitalen Strategie für die Institution aus der Sicht von Institutionen mit (N=44) und ohne digitale Strategie (N=24).

Welche Themenbereiche bzw. Aktivitäten umfassen nun die jeweiligen digitalen Strategien (siehe Abbildung 14)? Acht von zehn Kultureinrichtungen befassen sich in ihrer digitalen Strategie mit der digitalen Archivierung, der digitalen Inventarisierung und der Online-Sammlung. Zwei Drittel thematisieren darin die digitale Kulturvermittlung, Marketingaktivitäten und Open Data. Knapp mehr als die Hälfte beschäftigen sich mit Themen der internen Kommunikation und des digitalen Arbeitsplatzes. Nur in etwa vier von zehn Kultureinrichtungen beschäftigt sich die digitale Strategie mit Aspekten der Nachhaltigkeit, mit rechtlichen Aspekten, dem Onlineshop, Ticketing oder Streaming-Angeboten. Sonstige Aktivitäten, die genannt wurden, umfassen z.B. Digitalisierung, OCR, Digitale Geisteswissenschaften, Data Science, Digitale Portale (User Experience), Zielgruppen, Agilität, Personalentwicklung im digitalen Bereich, Sammelrichtlinien im Digitalbereich, Erschließung, Open Access, Forschungsdaten, Datenschnittstellen (APIs), Crowdsourcing, Citizen Science, Teaching Library (Informationskompetenz).



**Abbildung 14.** Digitale Aktivitäten und Themen als Teil der digitalen Strategie (N=44).

Die Bedeutung einer digitalen Strategie zeichnet sich auch im Umfang der digitalen Aktivitäten in den Kultureinrichtungen ab: In allen Bereichen sind jene Institutionen, die eine digitale Strategie entwickelt haben, aktiver als jene ohne digitale Strategie. Besonders deutlich ist der Unterschied bei Aktivitäten im Bereich von Open Data, Onlineshops, digitaler Kulturvermittlung, Marketing, Online-Sammlungen, digitaler Archivierung und digitaler Inventarisierung (siehe Abbildung 15).

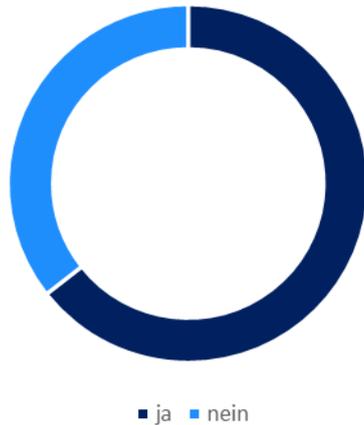


**Abbildung 15.** Digitale Aktivitäten von Institutionen mit (N=44) und ohne digitale Strategie (N=24).

*Es muss hier jedoch einschränkend angemerkt werden, dass diese Zusammenhänge aufgrund der Art der Befragung nicht kausal interpretiert werden können. Es wäre z.B. auch möglich, dass durch die digitale Strategie mehr digitale Aktivitäten angestoßen wurden. Genauso wäre es aber denkbar, dass jene Institutionen, die mehr digitale Aktivitäten setzen, einen größeren Bedarf für eine digitale Strategie hatten und daher eher eine solche entwickelt haben.*

### c) Datenqualität

Um einen besseren Eindruck hinsichtlich des Qualitätsanspruches der Digitalisierungsaktivitäten, insbesondere der Inventarisierung, zu bekommen, wurden die Befragten gebeten, Angaben zu den genutzten **Datenstandards** und zur Datenprüfung zu machen. Insgesamt nutzen ca. zwei Drittel der an der Befragung beteiligten Kultureinrichtungen etablierte Datenstandards (64 %, siehe Abbildung 16); die offenen Antworten zu den konkret genutzten Standards zeigen jedoch eine große Varianz (siehe Wortwolke in Abbildung 17): Häufig wurden GND (6), Thesauri (6), Normdaten (5), Dublincore (4), ISAD (3) und EDM (3) genannt, ebenso wurde jedoch auch auf eigene oder regionale Standards verwiesen. Datenstandards werden eher von Institutionen genutzt, die eine digitale Strategie haben (68 %, N=38), als von jenen, die keine haben (55 %, N=20).

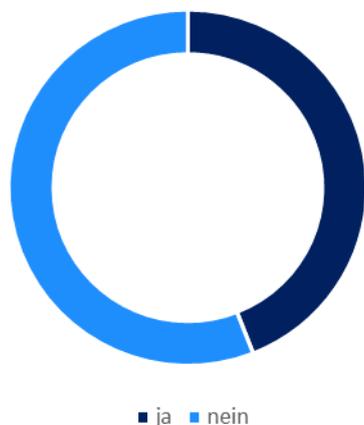


**Abbildung 16.** Vorhandensein von Datenstandards (N=59).

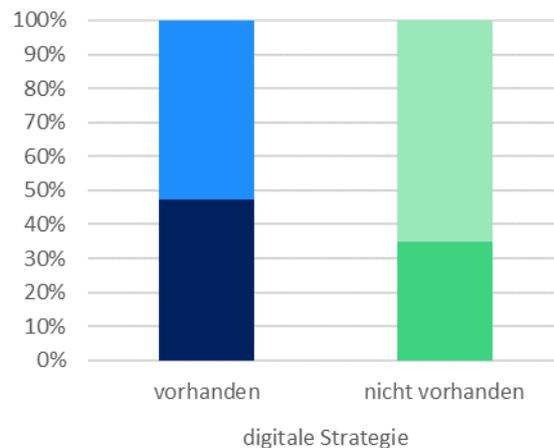


**Abbildung 17.** Überblick über genutzte Datenstandards (N=38).

Neben der Nutzung von Datenstandards, kann auch eine **systematische Überprüfung der (Meta-)Daten** zur Steigerung und Sicherung der Datenqualität beitragen. Eine solche Überprüfung erfolgt jedoch nur in 44 % der Kultureinrichtungen (siehe Abbildung 18). Bei jenen mit digitaler Strategie sind es immerhin 47 %, bei jenen ohne 35 % (siehe Abbildung 19).



**Abbildung 18.** Systematische Überprüfung der (Meta)Daten (N=59).

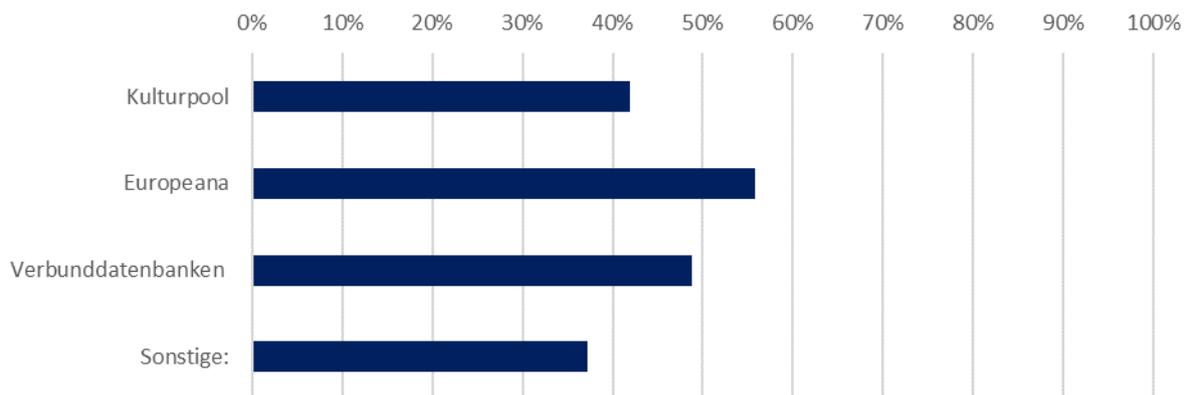


**Abbildung 19.** Systematische Überprüfung der (Meta)Daten von Institutionen mit (N=38) und ohne digitale Strategie (N=20).

Datenstandards sind insbesondere dann wichtig, wenn mit anderen Institutionen und Aggregatoren zusammengearbeitet wird. Auf die Frage, mit welchen **Aggregatoren** die Kultureinrichtungen zusammenarbeiten, zeigt sich eine große Heterogenität (siehe Abbildung 20): Die meisten, jedoch nur etwas mehr als die Hälfte, arbeiten mit dem Online-Portal Europeana zusammen (62 %), gefolgt von Verbunddatenbanken (54 %). Erst an dritter Stelle folgt Kulturpool (46 %), danach andere Aggregatoren (33 %), nämlich Google Arts & Culture (2x), DDB, GND, MuseumWithNoFrontiers,

European Film Gateway, Europäisches Archivportal, MOM - Urkundenportal (ICARUS), Kulturgüterkatalog Südtirol, Open Data Plattform Südtirol, Salzburg Museum, zahlreiche fachspezifische Portale und Aggregatoren, MUKO Museumskollektor Land OÖ und DISMARC.

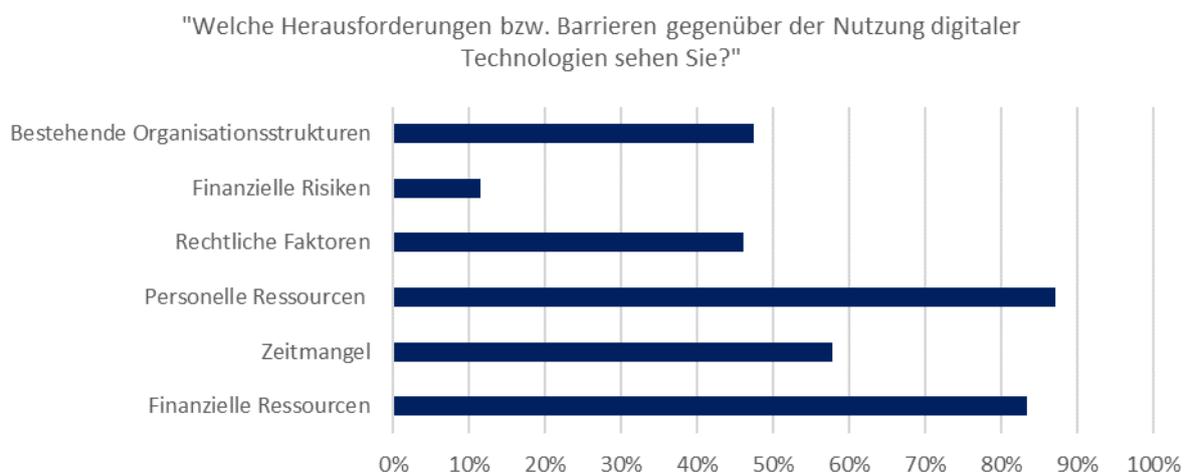
Auch bei der Zusammenarbeit mit Aggregatoren ist ein positiver Zusammenhang mit dem Vorhandensein einer digitalen Strategie zu beobachten: Jene Institutionen mit digitaler Strategie arbeiten eher mit Aggregatoren zusammen als jene ohne digitale Strategie.



**Abbildung 20.** Zusammenarbeit mit Aggregatoren (N=39).

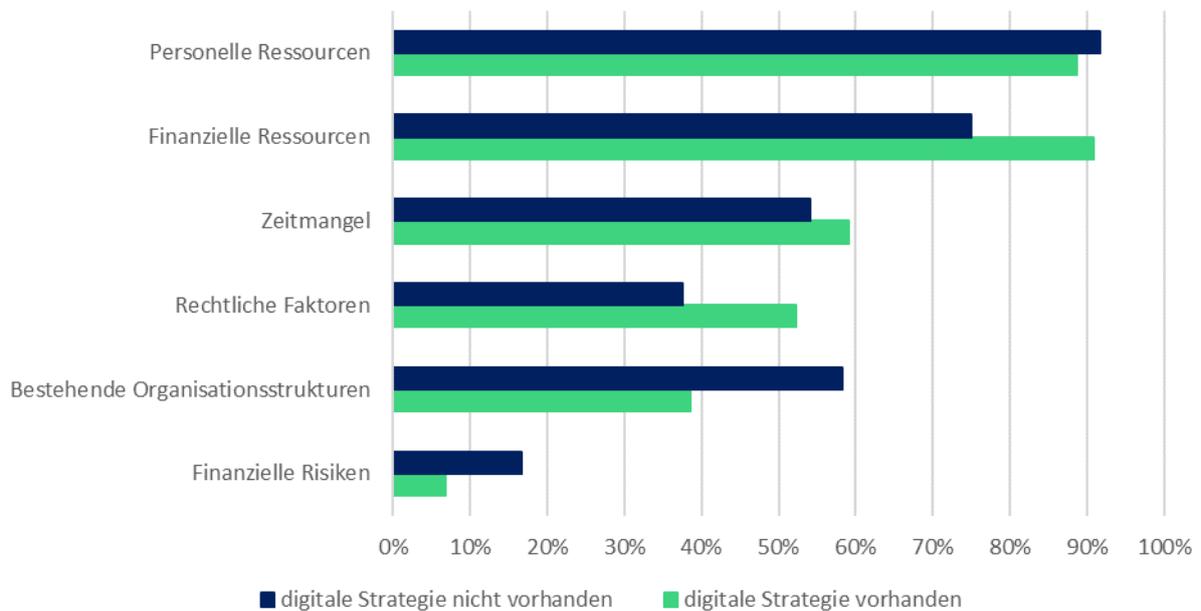
#### d) Herausforderungen und Barrieren

Verschiedene Faktoren können bei der Nutzung digitaler Technologien hinderlich sein. An vorderster Stelle wurden hier personelle und finanzielle Ressourcen genannt, gefolgt von zeitlichen Ressourcen (siehe Abbildung 21). Gerade die digitale Inventarisierung ist sehr ressourcenintensiv und kleinere Institutionen können diese daher ohne externe Unterstützung kaum bewältigen.



**Abbildung 21.** Herausforderungen bzw. Barrieren gegenüber der Nutzung digitaler Technologien (N=77).

Für diejenigen Institutionen mit einer digitalen Strategie stellten sich die Herausforderungen und Barrieren erwartungsgemäß anders dar als für diejenigen, die (noch) keine digitale Strategie erarbeitet hatten (siehe Abbildung 22). So wurden die bestehenden Organisationsstrukturen und finanzielle Risiken bei Institutionen mit einer digitalen Strategie als weit weniger hinderlich empfunden als bei den Institutionen ohne digitale Strategie. Personelle Faktoren wurden zwar auch als die größte Hürde eingestuft, jedoch mit 88 % im Vergleich zu 92 % etwas niedriger. Interessanterweise wurden die finanziellen Ressourcen von Institutionen mit einer digitalen Strategie als viel höher eingestuft als in der Vergleichsgruppe (91 % zu 75 %). Ebenso wurden rechtliche Faktoren als größere Barriere wahrgenommen (52 % zu 38 %).



**Abbildung 22.** Barrieren in Abhängigkeit des Vorhandenseins einer digitalen Strategie (vorhanden: N=44, nicht vorhanden: N=24).

Erklärungen für diese wahrgenommenen Barrieren finden sich in den Antworten auf die offene Frage nach Möglichkeiten der **Bewältigung dieser Herausforderungen und Barrieren**, zu denen interne und externe Faktoren beitragen (siehe Abbildung 23). Als besonders hilfreich wurde die Aufstockung personeller („*Extrem wichtig: personelle Kontinuität*“ (T406); „*weniger Ehrenamt, mehr Beschäftigte*“ (T358); „*adäquat ausgebildetes und bezahltes Personal in ausreichend hoher Anzahl*“) (T1458)) und finanzieller Ressourcen („*Erhöhung der finanziellen Mittel für die Ausstattung und für die Schulungen der Mitarbeiter\*innen*“ (T1376)) eingeschätzt, unter anderem durch weitere Fördermöglichkeiten („*Gezielte Förderprogramme*“ (T137)). So sahen 39 % der Befragten die Einstellung von mehr Personal als wichtigsten Faktor an. Aber auch Bewusstseinsbildung („*Digitales Museum als Bildungsort wahrnehmen*“ (T450); „*differenzierterer Wahrnehmung von Kulturerbe*“ (T1320)), Weiterbildungsmaßnahmen („*Schulungen zur Optimierung und Weiterentwicklung der Präsentation, Produktion, Arbeit mit und Teilhabe an Kulturerbe in digitaler Form*“ (T1320)), Vernetzungsmöglichkeiten („*gemeinsame Tools und Plattformen initiieren*“ (T450); „*Kooperationsprojekte*“ (T1524)), und Strukturreformen („*Empowerment statt Hierarchie*“ (T450); „*Innovative organisatorische Strukturen in denen Konzeptentwicklung im digitalen Bereich als*

*prioritäre, vor allem inhaltliche, Aufgabe betrachtet wird und nicht als sekundäre Aufgabe im Bereich Kommunikation“ (T1217))* wurden als mögliche Lösungsansätze genannt.



**Abbildung 23.** Mögliche Lösungsansätze für die Bewältigung vorhandener Barrieren (N=53).

Als potenzielle externe Unterstützungen durch die Politik wurden neben dem Wunsch nach Fördermöglichkeiten auch folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

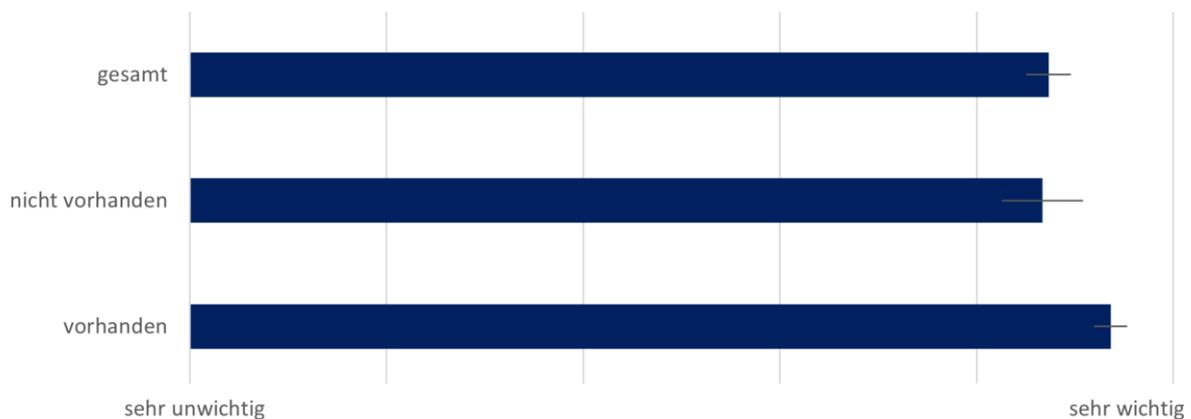
- *„Schaffung einer zentralen digitalen kulturellen Anlaufstelle in Österreich“ (T507)*
- *„Ausbildung und Workshops von ausländischen Expert:innen wichtig, vom Ministerium finanziert und organisiert“ (T507)*
- *„Unterstützung durch die Landesstrukturen, Einbindung der öffentlichen Hand in Form der Gemeinden“ (T290)*
- *„Unterstützung von obersten Etagen auch in der Politik wichtig. Vernetzung durch Ministerium und strategisches Vorgehen, was man wie erreichen will“ (T507)*
- *„Verständnis in Politik und Administration für die Notwendigkeit nachhaltiger Digitalisierung“ (T1420)*

Speziell im Zusammenhang mit dem letzten Punkt finden sich sehr konkrete Vorschläge in den offenen Antworten der Teilnehmer:innen, wie die Nachhaltigkeit von Digitalisierungsaktivitäten sichergestellt werden kann: *„dauerhafte Stellen statt Projektarbeit“ (T450); „Es werden meistens nur Technologien und einzelne Anwendungen und Geräte finanziert, aber kein Personal, keine Fortbildungen, keine Zeit*

für das Einarbeiten in die Technologien“ (T1456) und „Gefördert werden Technologien, Material etc. aber für das Personal ist das zusätzliche Arbeit und Zeit. Auch die Langzeitbetreuung, Wartung, Adaption und Nachhaltigkeit von technischen Apps etc. ist bezüglich des raschen technologischen Fortschritts eine Herausforderung für kleine Museen.“ (T1430).

## Ausblick

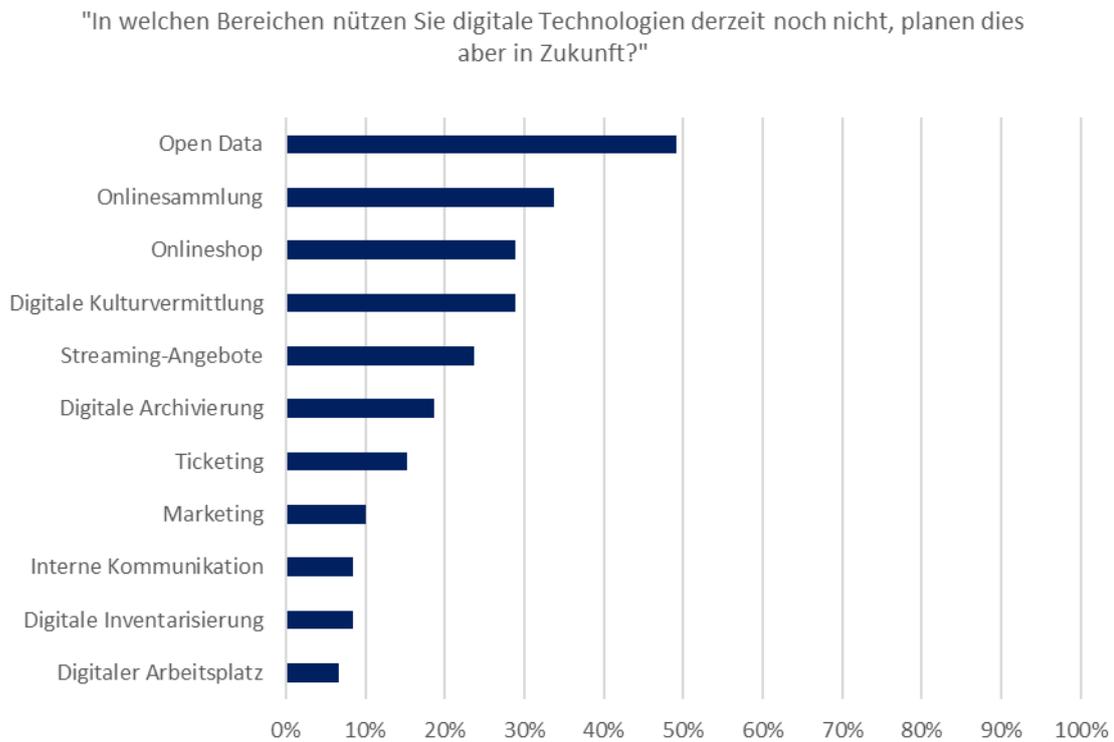
Die Frage nach dem Potenzial digitaler Technologien wurde allgemein im Hinblick auf deren Bedeutung für die **Zukunft** im Bereich Kulturerbe gestellt. Hier zeigen die Mittelwerte in Abbildung 24, dass diesen insgesamt eine sehr hohe Bedeutung zugeschrieben wird, unabhängig davon, ob in der jeweiligen Institution eine digitale Strategie vorhanden ist oder nicht. Einen Ausblick geben auch die Antworten auf die Frage nach den Bereichen, in denen digitale Technologien derzeit noch nicht genutzt werden, deren Einsatz aber in der Zukunft geplant ist. Insbesondere sollen Open Data an Bedeutung gewinnen, wie 49 % der Befragten angaben, aber auch die Online-Sammlungen werden zukünftig in vielen Institutionen eine noch größere Rolle spielen. Damit einher geht die digitale Kulturvermittlung, die genauso wie der Onlineshop von 28 % der befragten Institutionen zukünftig geplant ist (siehe Abbildung 25).



**Abbildung 24.** Die Einschätzung der zukünftigen Bedeutung digitaler Technologien für die Zukunft im Bereich Kulturerbe insgesamt (N=82), ohne (N=24) bzw. mit digitaler Strategie (N=44).

Wenn es um die digitale Präsentation und Vermittlung, also den Außenauftritt der Institutionen geht, sind digitale Sammlungen besonders relevant. Hier wurde um eine Einschätzung hinsichtlich der Potenziale verschiedener digitaler Technologien gefragt und erhoben, ob die Sammlung „**born digital media**“ enthält. Die Befragten wurden gebeten anzugeben, ob sie auch genuin digitale kulturelle Objekte („born digital“) sammeln. Bei zwei Drittel der Kulturerbeeinrichtungen ist dies der Fall (68 %), wenn auch bisher eher nur in geringem Ausmaß (siehe Abbildung 26). In der letzten Status quo-Erhebung aus dem Jahr 2019, die jedoch nur Museen und nicht alle Kulturerbeeinrichtungen

einschloss, gab knapp die Hälfte der teilnehmenden Museen an, dass sich keine „born digitals“ in ihren Sammlungen befinden.<sup>10</sup>



**Abbildung 25.** Bereiche, in denen der Einsatz digitaler Technologien in Zukunft von den Befragten geplant ist (N=59).

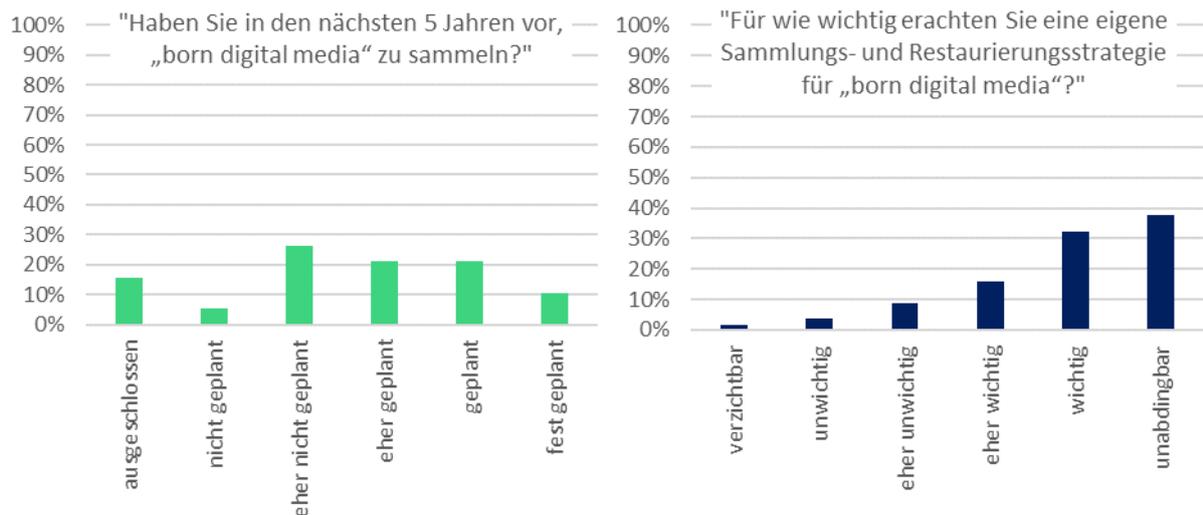
Für diejenigen Kulturerbeinrichtungen, die derzeit noch keine genuin digitalen Objekte sammeln, zeichnet sich kein homogener Trend für die Zukunft ab (siehe Abbildung 27, links). Jedoch sind sich die Befragten großteils einig, dass für solche genuin digitalen Objekte eine eigene Sammlungs- und Restaurierungsstrategie notwendig wäre (siehe Abbildung 27, rechts).

"Umfasst Ihre Sammlung auch genuin digitale Objekte oder Medien?"

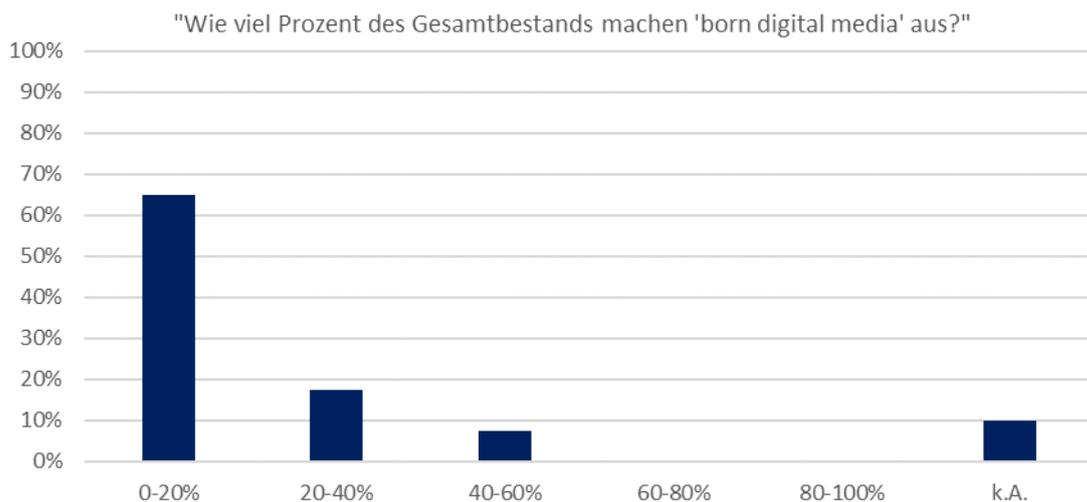


**Abbildung 26.** Sammlung von genuin digitalen Objekten (N=59).

<sup>10</sup> Museumsbund Österreich (2019). *Das Museum im digitalen Raum. Zum Status quo in Österreich*, S. 13.



**Abbildung 27.** Geplante Sammlung genuin digitaler Objekte in Zukunft (links, N=19); Bedeutung einer eigenen Sammlungs- und Restaurierungsstrategie für „born digital media“ (rechts, N=56).



**Abbildung 28.** Umfang der Sammlung an „born digital media“ (N=40).

Die Einschätzung hinsichtlich der Potenziale in Bezug auf die digitale Nutzung der Sammlung – unabhängig davon, ob diese „born digitals“ enthält oder nicht – wurde im Hinblick auf folgende **Technologien** abgefragt: Künstliche Intelligenz (KI), Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), Gaming-Elemente, Digital Storytelling und Sammlungs(daten)visualisierung. Die Frage nach den Nutzer:innen wurde hier bewusst offen gehalten, so kann sie sich ebenso auf die Mitarbeiter:innen der Kulturinstitution, wie zum Beispiel Kurator:innen, beziehen wie auch auf Forscher:innen oder Besucher:innen. Das größte Potenzial wurde hierbei der Sammlungs(daten)visualisierung und dem Digital Storytelling zugeschrieben, wohingegen die Potenziale von Gaming Elementen eher als gering eingestuft wurden (siehe Abbildung 29).

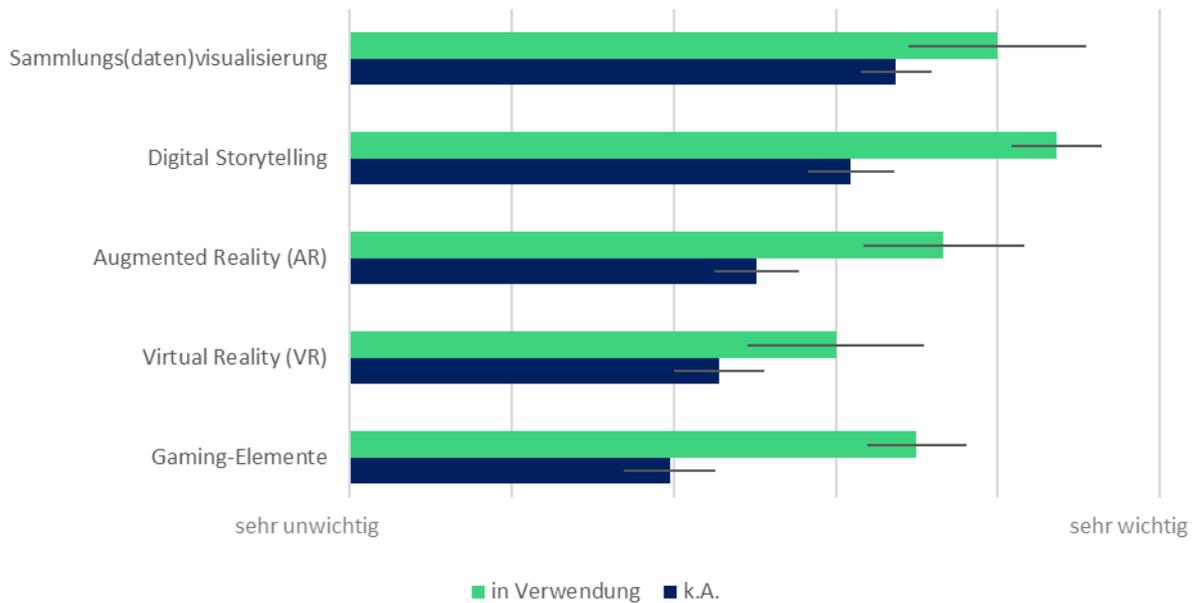


**Abbildung 29.** Mittelwerte hinsichtlich der erwarteten Potenziale digitaler Technologien (N=58).

In einer separaten Frage wurde erhoben, welche Technologien in den jeweiligen Institutionen in Bezug auf die digitale Nutzung der Sammlung Online **bereits in Verwendung** sind. Es liegen von lediglich 15 Personen, die auch die Frage nach dem Potenzial der Technologien in Bezug auf die digitale Nutzung der Sammlung beantwortet haben (siehe Abbildung 30)<sup>11</sup>, folgende Angaben vor: Künstliche Intelligenz wird in einer Institution bereits eingesetzt, Sammlungs(daten)visualisierung in fünf, Virtual Reality in fünf, Augmented Reality in sechs, Gaming-Elemente in zehn und Digital Storytelling in elf Institutionen. Ein Vergleich der Institutionen, die diese Technologien bereits im Einsatz haben, mit jener Gruppe, die diese Frage nicht beantwortet hat, zeigt, dass das Potenzial der Technologien von dem relativ kleinen Anteil an Personen, deren Institutionen bereits Erfahrung mit diesen Technologien sammeln konnten, höher eingeschätzt wird als von der Vergleichsgruppe.

*Hier muss kritisch angemerkt werden, dass in der Befragung nicht erhoben wurde, ob und wenn ja, wie gut sich die Befragten selbst mit den jeweiligen Technologien auskennen und welche Erfahrungen sie damit bereits gemacht haben. Es wurde lediglich nach dem Einsatz in der Institution gefragt. So kann es z.B. sein, dass Personen, die den Nutzen von KI sehr hoch eingeschätzt haben, bereits sehr gute Erfahrung mit dieser Technologie machen konnten, oder dass Personen, die den Nutzen von AR als gering angegeben haben, diese Technologie selbst noch gar nicht genutzt haben oder kein Wissen darüber besitzen.*

<sup>11</sup> Für künstliche Intelligenz wurde kein Vergleich durchgeführt, da nur ein:e Befragte:r angab, diese einzusetzen.



**Abbildung 30.** Die Einschätzung zukünftiger Potenziale digitaler Technologien im Vergleich von Institutionen, die diese Technologien bereits einsetzen, zur Gesamtgruppe.

Neben Angaben zur eigenen digitalen Strategie, wurden die Teilnehmenden der Befragung gebeten, Angaben dazu zu machen, welche Aspekte sie für eine potenzielle **nationale Digitalisierungsstrategie** im Kulturerbe-Bereich für bedeutsam erachten (siehe Abbildung 31). Die meisten Punkte wurden von den Teilnehmenden als sehr wichtig empfunden (mit Mittelwerten zwischen 5.25 und 4.62), nur drei Punkte wurden als etwas weniger bedeutsam, aber immer noch wichtig beurteilt: die Zusammenführung bestehender Plattformen, die Gründung eines nationalen, überinstitutionellen Kompetenzzentrums zur Bündelung der Expertise für Digitalisierung im Kulturbereich und eine nationale Kompetenzstelle für Digitales im Kulturerbebereich.

"Für wie wichtig erachten Sie die folgenden Punkte im Rahmen einer nationalen Digitalisierungsstrategie für den Kulturerbebereich?"



**Abbildung 31.** Mittlere Bedeutung verschiedener Digitalisierungsaspekte für eine nationale Digitalisierungsstrategie (N=62).

## Zusammenfassung & Diskussion

Ein Vergleich der vorliegenden Ergebnisse mit den Statistiken der Erhebung des österreichischen Museumsbundes im Jahr 2019 deutet auf einen massiven Digitalisierungsschub in den Kulturerbeeinrichtungen hin: Beispielsweise hatten damals 66 % der teilnehmenden Museen ein digitales Inventar, in der aktuellen Befragung waren es 86 % der Kulturerbeeinrichtungen, die an der vorliegenden Befragung teilgenommen haben. 2019 besaßen 18 % der (hauptamtlichen) Museen eine digitale Strategie, in der vorliegenden Befragung sind es 45 % der Einrichtungen und weitere 17 % in Teilbereichen der Institution. Damals hatten 1.5 % der Museen eine digitale Strategie veröffentlicht, von den Kulturerbeeinrichtungen, die an der vorliegenden Umfrage teilgenommen haben, ist es ein Drittel. Besonders stark stieg die Anzahl der Institutionen mit Online-Sammlung, von 18 % der Museen im Jahr 2019 auf 62 % im Bereich Kulturerbeeinrichtungen im Jahr 2022.

Dieser massive Anstieg in den digitalen Aktivitäten von Kulturerbeeinrichtungen ist zu einem Teil auf die Corona-Pandemie zurückzuführen (vgl. Zuanni, 2020), welche in vielen Institutionen eine nachhaltige digitale Transformation beschleunigt hat, die zudem eine deutliche strategische Verankerung erfahren hat und viele Bereiche durchdringt. So zeigt sich, dass das Vorhandensein einer digitalen Strategie in einem großen Ausmaß mit den digitalen Aktivitäten der Kulturerbeeinrichtungen zusammenhängt: Institutionen mit digitaler Strategie nutzen digitale Technologien in mehr Bereichen, sie digitalisieren mehr und achten stärker auf die Qualität. Sie nutzen eher Datenstandards, überprüfen ihre Daten eher und arbeiten häufiger mit Aggregatoren zusammen. Hier ist jedoch, wie oben bereits kritisch und einschränkend angemerkt, unklar, ob die Strategie einen verstärkten Einsatz fördert, oder ob durch die ausgeprägten digitalen Aktivitäten einer Institution die Erarbeitung einer digitalen Strategie begünstigt wird.

In dieser digitalen Transformation sehen sich die Kulturerbeeinrichtungen jedoch mit einer Vielzahl von Barrieren konfrontiert: Für deren Überwindung bedarf es interner wie übergeordneter Strategien und Ressourcen, um bereits erfolgreiche Projekte in einen analog-digitalen Regelbetrieb zu überführen – denn, und dies wurde bereits an vielen verschiedenen anderen Stellen betont, Digitalisierung ist kein Projekt, sondern ein langfristiger Prozess. Auf nationaler Ebene wünschen sich die Kulturerbeeinrichtungen mehr Rechtssicherheit, Fördermöglichkeiten, definierte Datenstandards, Infrastrukturaufbau, Austauschmöglichkeiten, Unterstützung bei der Langzeitspeicherung und Ausbildungsangebote. Gerade Möglichkeiten zur Vernetzung und zum Austausch ermöglichen den Wissenstransfer von jenen Institutionen, die schon weit in ihrer Digitalisierung fortgeschritten sind und sich wertvolle Lösungen, Strategien und Methoden erarbeitet haben, hin zu jenen Institutionen, die in ihrer digitalen Transformation noch weniger weit fortgeschritten sind.

Mit der Ausweitung der Digitalisierung in Kulturerbeeinrichtungen ändert sich auch deren Stellenwert: Digitalisierung wird nicht mehr isoliert als periphere Aktivität betrachtet, sondern wird zunehmend in allen Prozessen des Bewahrens, Sammelns und Vermittelns, genauso wie in organisatorischen Belangen ein wichtiges Medium. Daher spielen auch Fragen der Qualität und Nachhaltigkeit, des langfristigen Aufbaus von Know-How, ebenso wie eine kritische Reflexion digitaler Technologien im postdigitalen Zeitalter (vgl. Cramer, 2015; Schmitt, 2021) eine bedeutende Rolle. Das Hinterfragen digitaler Technologien und die Einstellung, dass diese nicht rein um der Digitalisierung willen verwendet werden sollten, sondern dass nur ein sinnvoller, kreativer und bewusster Einsatz einen Mehrwert bringt, zeigen sich gerade in den Antworten auf die offenen Fragen, die eine im positiven

Sinne kritische Haltung der Kulturerbeinstitutionen widerspiegeln, die eine wertvolle Ressource darstellt.

Abschließend möchten wir noch einmal darauf hinweisen, dass die vorliegende Befragung einigen methodischen Einschränkungen unterliegt, die die Interpretierbarkeit der Ergebnisse beeinflussen:

- Ein Vergleich der Gruppe der Befragten mit der Kulturstatistik 2020 (Statistik Austria, 2022) weist einige Biases auf, die darauf hindeuten, dass die Repräsentativität der Stichprobe nicht gegeben ist. Neben einem regionalen Bias dürften an der Befragung eher jene Institutionen teilgenommen haben, die in ihrer Digitalisierung schon weiter fortgeschritten sind. Eine andere Erklärung könnte sein, dass die Digitalisierung seit der Datenerhebung der Statistik Austria stark zugenommen hat (worauf auch der Vergleich mit der Befragung des Museumsbundes (2019) hindeutet).
- Technische Probleme in der Umfragesoftware haben dazu geführt, dass nicht zu allen Fragen vollständige Daten vorliegen, sodass sich die Auswertung der Ergebnisse nur auf einen Teil der Fragen beschränkt.
- Bei der vorliegenden Konsultation handelt es sich um eine einmalige Befragung, daher dürfen die identifizierten Zusammenhänge nicht kausal interpretiert werden.
- Vergleiche mit vorhergehenden Befragungen, wie jener des Museumsbundes Österreich (2019) können zwar Tendenzen abbilden, haben aber aufgrund der unterschiedlichen Methoden und Stichproben nur eine eingeschränkte Aussagekraft.

## Referenzen

Cramer, F. (2015). *What is 'Post-digital'? Postdigital aesthetics*. Palgrave Macmillan, London.

Eisenegger, M., Prinzing, M., Ettinger, P. & Blum, R., Hg. (2021). *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Springer VS, Wiesbaden.

Museumsbund Österreich (2019). *Das Museum im digitalen Raum. Zum Status quo in Österreich*.

Schmitt, P. (2021). *Postdigital. Medienkritik im 21. Jahrhundert*. Meiner Verlag, Hamburg.

Stalder, F. (2016). *Kultur der Digitalität*. Suhrkamp Verlag, Berlin.

Statistik Austria (2022). *Kulturstatistik 2020*.

<https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Kulturstatistik-2020.pdf>

Zuanni, C. (2020). *Museum connections during the COVID-19 pandemic*. *Archeostorie. Journal of Public Archaeology*. 4: S. 63-72.

## Anhang - Fragebogen

Nr.	Frage	Beschreibung
1.	Allgemeines und Angaben zu Ihrer Institution	
1.1	In welchem Bundesland befindet sich der Hauptsitz Ihrer Institution? <input type="checkbox"/> Wien <input type="checkbox"/> Niederösterreich <input type="checkbox"/> Oberösterreich <input type="checkbox"/> Salzburg <input type="checkbox"/> Tirol <input type="checkbox"/> Vorarlberg <input type="checkbox"/> Burgenland <input type="checkbox"/> Steiermark <input type="checkbox"/> Kärnten	Name und Website Ihrer Institution können im Kommentarfeld angegeben werden.
1.2	Bitte machen Sie Angaben zur Anzahl der Beschäftigten Ihrer Institution: <input type="checkbox"/> 1 - 10 <input type="checkbox"/> 10 – 50 <input type="checkbox"/> 50 – 100 <input type="checkbox"/> 100 – 200 <input type="checkbox"/> 200 – 500 <input type="checkbox"/> 500 - 1.000 <input type="checkbox"/> über 1.000	Sie können die genaue Anzahl auch im Kommentarfeld angeben.
1.3	Bitte machen Sie Angaben zu Ihrer Sammlung:	- Art der Sammlung(en) (z.B. Kunstwerke, archäologische Objekte, Graphik, naturwissenschaftliche Objekte) - Umfang der Sammlung(en)/ungefähre Anzahl der Objekte (ggf. je Sammlungsgebiet)
1.4	Bitte machen Sie Angaben zu Ihrer Institution: Wie viel Prozent der Sammlungsobjekte werden dauerhaft öffentlich präsentiert? <input type="checkbox"/> 0 - 20 Prozent <input type="checkbox"/> 20 - 40 Prozent <input type="checkbox"/> 40 - 60 Prozent <input type="checkbox"/> 60 - 80 Prozent <input type="checkbox"/> 80 - 100 Prozent	
1.5	Für wie wichtig erachten Sie digitale Technologien für die Zukunft im Bereich Kulturerbe? <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig	Bewegen Sie zum Beantworten den Slider nach rechts.

2. Digitale Aktivitäten und Digitale Strategie		
		Im folgenden Abschnitt geht es um die digitalen Aktivitäten Ihres Hauses und wie diese möglicherweise mit einer digitalen Strategie zusammenhängen. Unter einer digitalen Strategie verstehen wir die Entwicklung, Formulierung und Umsetzung einer Strategie, die alle Strukturen und Prozesse in Bezug auf die digitale Transformation berücksichtigt und zusammendenkt.
2.1	<p>In welchen Bereichen nützen Sie aktuell digitale Technologien?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Digitale Inventarisierung</li> <li><input type="checkbox"/> Digitale Archivierung</li> <li><input type="checkbox"/> Onlinesammlung</li> <li><input type="checkbox"/> Marketing</li> <li><input type="checkbox"/> Interne Kommunikation</li> <li><input type="checkbox"/> Digitale Kulturvermittlung</li> <li><input type="checkbox"/> Ticketing</li> <li><input type="checkbox"/> Onlineshop</li> <li><input type="checkbox"/> Streaming-Angebote</li> <li><input type="checkbox"/> Digitaler Arbeitsplatz</li> <li><input type="checkbox"/> Open Data</li> </ul>	
2.2	<p>In welchen Bereichen nützen Sie digitale Technologien derzeit noch nicht, planen dies aber in Zukunft?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Digitale Inventarisierung</li> <li><input type="checkbox"/> Digitale Archivierung</li> <li><input type="checkbox"/> Onlinesammlung</li> <li><input type="checkbox"/> Marketing</li> <li><input type="checkbox"/> Interne Kommunikation</li> <li><input type="checkbox"/> Digitale Kulturvermittlung</li> <li><input type="checkbox"/> Ticketing</li> <li><input type="checkbox"/> Onlineshop</li> <li><input type="checkbox"/> Streaming-Angebote</li> <li><input type="checkbox"/> Digitaler Arbeitsplatz</li> <li><input type="checkbox"/> Open Data</li> </ul>	
2.3	Gibt es weitere Bereiche, in denen Sie digitale Technologien bereits einsetzen oder als relevant erachten?	offene Antwortmöglichkeit
2.4	<p>Welche Herausforderungen bzw. Barrieren gegenüber der Nutzung digitaler Technologien sehen Sie?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Finanzielle Ressourcen</li> <li><input type="checkbox"/> Zeitmangel</li> <li><input type="checkbox"/> Personelle Ressourcen</li> <li><input type="checkbox"/> Rechtliche Faktoren</li> <li><input type="checkbox"/> Finanzielle Risiken</li> <li><input type="checkbox"/> Bestehende Organisationsstrukturen</li> </ul>	
2.5	Welche Faktoren (intern/extern) sehen Sie für die Bewältigung dieser Herausforderungen bzw. Barrieren als hilfreich an?	offene Antwortmöglichkeit
2.6	<p>Hat Ihre Institution eine digitale Strategie?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Es gibt eine digitale Strategie im Rahmen der Institution <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> wenn ja: Ist die Strategie veröffentlicht?</li> <li><input type="checkbox"/> wenn nein: Ist eine Strategie geplant?</li> </ul> </li> </ul>	Wenn eine digitale Strategie veröffentlicht wurde, können Sie den Link im Kommentarfeld unten eingeben (optional).

	<input type="checkbox"/> Es gibt eine digitale Strategie im Rahmen einzelner Abteilungen <input type="checkbox"/> wenn ja: Ist die Strategie veröffentlicht? <input type="checkbox"/> wenn nein: Ist eine Strategie geplant?	
2.7	<p>Welche der digitalen Aktivitäten und Themen sind Teil Ihrer digitalen Strategie?</p> <input type="checkbox"/> Digitale Inventarisierung <input type="checkbox"/> Digitale Archivierung <input type="checkbox"/> Onlinesammlung <input type="checkbox"/> Marketing <input type="checkbox"/> Interne Kommunikation <input type="checkbox"/> Digitale Kulturvermittlung <input type="checkbox"/> Ticketing <input type="checkbox"/> Onlineshop <input type="checkbox"/> Streaming-Angebote <input type="checkbox"/> Digitaler Arbeitsplatz <input type="checkbox"/> Open Data <input type="checkbox"/> Rechtliche Aspekte <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit <input type="checkbox"/> Sonstiges	Bei Auswahl Sonstiges: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.
2.8	<p>Für wie wichtig erachten Sie das Vorhandensein einer digitalen Strategie für Ihre Institution?</p> <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig	
2.9	<p>Wer war in die Erstellung der digitalen Strategie involviert?</p> <input type="checkbox"/> Management <input type="checkbox"/> Kurator*innen / künstlerische Leitung <input type="checkbox"/> andere Abteilungen im Haus <input type="checkbox"/> interne Expert*innen <input type="checkbox"/> externe Expert*innen <input type="checkbox"/> Entwickler*innen (z.B. Programmierer*innen) <input type="checkbox"/> Ministerien <input type="checkbox"/> Institutionenübergreifende Interessensgemeinschaften <input type="checkbox"/> andere Kultureinrichtungen/"Peers" <input type="checkbox"/> Sonstige	Bei Auswahl Sonstige: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.
2.10	<p>Für wie wichtig erachten Sie die folgenden Punkte im Rahmen einer nationalen Digitalisierungsstrategie für den Kulturerbebereich? 1/2</p> <input type="checkbox"/> Vernetzung von Kultur-/Gedächtnis- und Forschungsinstitutionen in Bezug auf die digitale Transformation <input type="checkbox"/> Bekenntnis zu Open Source, Open Data, FAIR Data-Prinzipien	

	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Rechtssicherheit für faire Öffnung der Daten in Bezug auf Datenschutz, Urheberrecht etc.</li> <li><input type="checkbox"/> Verpflichtende Langzeitspeicher- und Datenmanagementpläne</li> <li><input type="checkbox"/> Langfristiger Infrastrukturaufbau über Institutionen- und Bundesländergrenzen hinweg</li> <li><input type="checkbox"/> Steigerung der Digitalkompetenz durch Verankerung in der universitären Lehre</li> <li><input type="checkbox"/> Förderung der Aus- und Weiterbildung</li> <li><input type="checkbox"/> Vermehrung von personellen Ressourcen im Bereich strategische Entwicklung und digitale Transformation in den Institutionen</li> <li><input type="checkbox"/> Gründung eines nationalen, überinstitutionellen Kompetenzzentrums zur Bündelung der Expertise für Digitalisierung im Kulturbereich</li> </ul>	
2.11	<p>Für wie wichtig erachten Sie die folgenden Punkte im Rahmen einer nationalen Digitalisierungsstrategie für den Kulturerbebereich? 2/2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Klare Definition von Datenstandards und Austauschformaten</li> <li><input type="checkbox"/> Zusammenführung bestehender Plattformen</li> <li><input type="checkbox"/> Vorrang für niederschwellige und nutzer:innenorientierte Zugänge zu digitalen Kulturdaten</li> <li><input type="checkbox"/> Nationale Stelle für EU-Förderungen inklusive Beratung</li> <li><input type="checkbox"/> Basis-Förderprogramme</li> <li><input type="checkbox"/> Ideen-Förderprogramme</li> <li><input type="checkbox"/> Programme zur Förderung des institutionenübergreifenden Aufbaus von Know-how und Digital Literacy</li> <li><input type="checkbox"/> Programme zur Förderung von inter- und transdisziplinären Projekten</li> <li><input type="checkbox"/> Sonstiges</li> </ul>	Bei Auswahl Sonstiges: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.

<b>3. Digitale Archivierung und Inventarisierung</b>		
		In diesem Abschnitt interessieren wir uns für die digitale Inventarisierung und Archivierung in Ihrem Haus. Damit ist nicht die Präsentation nach außen gemeint, diese wird in Abschnitt IV und VI abgefragt.
3.1	<p>Arbeitet Ihre Institution mit einem eigenen digitalen Inventar / Katalog / Archiv?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>	
3.2	<p>Wie viel Prozent der Sammlungsbestände sind bislang im digitalen Katalog erfasst?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Sammlungsobjekte</li> <li><input type="checkbox"/> Digitale Surrogate (z.B. Digitalisate)</li> <li><input type="checkbox"/> Metadaten</li> </ul>	<p>Antwortmöglichkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 1 - 20 Prozent</li> <li><input type="checkbox"/> 20 - 40 Prozent</li> <li><input type="checkbox"/> 40 - 60 Prozent</li> <li><input type="checkbox"/> 60 - 80 Prozent</li> <li><input type="checkbox"/> 80 - 100 Prozent</li> </ul>
3.3	Welches Datenbanksystem nutzen Sie?	offene Antwortmöglichkeit
3.4	<p>Haben Sie in Ihrer Institution definierte Datenstandards?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ja</li> </ul>	

	<input type="checkbox"/> Nein	
3.5	Welche Datenstandards (Normdaten, Thesauri, Ontologien) werden in ihrem digitalen Inventar / Katalog / Archiv eingesetzt?	offene Antwortmöglichkeit
3.6	Erfolgt eine systematische Überprüfung der eingegebenen Daten/Metadaten? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
3.7	Wie wichtig ist Ihnen die Datenqualität in Bezug auf: <input type="checkbox"/> Digitale Surrogate (z.B. Digitalisate) <input type="checkbox"/> Metadaten	Antwortmöglichkeiten: <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig
3.8	Mit welchen Aggregatoren arbeiten Sie zusammen oder haben Sie in der Vergangenheit zusammengearbeitet? <input type="checkbox"/> Kulturpool <input type="checkbox"/> Europeana <input type="checkbox"/> Verbunddatenbanken <input type="checkbox"/> Sonstige:	Bei Auswahl Sonstiges: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.
3.9	Erfolgt die Digitalisierung hausintern oder (auch) in Kooperation mit externen Partnern? <input type="checkbox"/> Hausintern <input type="checkbox"/> In Kooperation	Bei Auswahl "In Kooperation": Bitte im Kommentarfeld unten angeben, welcher Partner.
3.10	Umfasst Ihre Sammlung auch genuin digitale Objekte oder Medien („born digital media“, z.B. Digitalvideos, Medien, Mails/digitaler Akt)? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
3.11	Wie viel Prozent des Gesamtbestands machen „born digital media“ aus? <input type="checkbox"/> 0 - 20 Prozent <input type="checkbox"/> 20 - 40 Prozent <input type="checkbox"/> 40 - 60 Prozent <input type="checkbox"/> 60 - 80 Prozent <input type="checkbox"/> 80 - 100 Prozent	
3.12	Haben Sie in den nächsten 5 Jahren vor, „born digital media“ zu sammeln? <input type="checkbox"/> ausgeschlossen <input type="checkbox"/> nicht geplant <input type="checkbox"/> eher nicht geplant <input type="checkbox"/> eher geplant <input type="checkbox"/> geplant <input type="checkbox"/> fest geplant	
3.13	Für wie wichtig erachten Sie eine eigene Sammlungs- und Restaurierungsstrategie für „born digital media“? <input type="checkbox"/> verzichtbar <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> unabdingbar	

4. Online-Sammlung		
		In diesem Abschnitt geht es um Ihren Online-Auftritt nach außen in Bezug auf Sammlungen, Kataloge und Archive sowie die Nutzungsmöglichkeiten für die Öffentlichkeit.
4.1	Haben Sie eine Onlinesammlung (über Internet zugängliche Sammlung)? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	Wenn ja: Bitte im Kommentarfeld unten den Link eingeben.
4.2	Wie viel Prozent der Sammlungsobjekte/Aufzeichnungen sind bereits online zugänglich? <input type="checkbox"/> 0 - 20 Prozent <input type="checkbox"/> 20 - 40 Prozent <input type="checkbox"/> 40 - 60 Prozent <input type="checkbox"/> 60 - 80 Prozent <input type="checkbox"/> 80 - 100 Prozent	
4.3	Für wie wichtig erachten Sie Open Access, um Ihre Zielgruppe zu erreichen? <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig	
4.4	Sind Daten/Objekte in der Online-Sammlung als Open Access zugänglich und frei downloadbar? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	
4.5	Wie viel Prozent der Daten/Objekte sind als Open Access zugänglich? <input type="checkbox"/> 0 - 20 Prozent <input type="checkbox"/> 20 - 40 Prozent <input type="checkbox"/> 40 - 60 Prozent <input type="checkbox"/> 60 - 80 Prozent <input type="checkbox"/> 80 - 100 Prozent	
4.6	Bitte nennen Sie die Gründe, warum die Daten/Objekte in der Online-Sammlung nicht als Open Access zugänglich und frei downloadbar sind.	offene Antwortmöglichkeit
4.7	Zu welchen Aspekte Ihrer Online-Sammlung wurden bereits Maßnahmen gesetzt? <input type="checkbox"/> Qualität der Bilder/Digitalisate (z.B. Auflösung) <input type="checkbox"/> Qualität der Metadaten (z.B. Vollständigkeit) <input type="checkbox"/> Verlinkungen (z.B. Normdateien, andere Datenbanken und Online-Sammlungen) <input type="checkbox"/> Barrierefreiheit <input type="checkbox"/> Mehrsprachigkeit <input type="checkbox"/> Interaktive Tools (z.B. 3D-Touren) <input type="checkbox"/> Zielgruppenspezifische Angebote / Filter <input type="checkbox"/> Spezielle Seiten / Zugänge zu ausgewählten Themen (z.B. Touren) <input type="checkbox"/> BesucherInnen-Feedback	Bei Auswahl Sonstiges: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.

	<input type="checkbox"/> Alternative Darstellungsmöglichkeiten (z.B. Visualisierungen) <input type="checkbox"/> Sonstiges	
4.8	Welche der folgenden Aspekte werden in Zukunft wichtig sein? <input type="checkbox"/> [s. Frage 4.7]	Bei Auswahl Sonstiges: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.
4.9	Für wie wichtig erachten Sie die folgenden Aspekte in Bezug auf die Online-Sammlung? <input type="checkbox"/> [s. Frage 4.7 ohne Sonstiges]	Antwortmöglichkeiten: <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig
4.10	Setzen Sie eigenes Fachpersonal oder eine eigene Fachabteilung für die Betreuung der Online-Sammlung/des Online-Archivs ein? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	
4.11	Welche Abteilung betreut die Online-Sammlung/das Online-Archiv?	offene Antwortmöglichkeit
4.12	Für wie groß erachten Sie den Nutzen eines zentralen und öffentlich zugänglichen Portals für digitalisiertes Kulturerbe in Österreich? <input type="checkbox"/> sehr gering <input type="checkbox"/> gering <input type="checkbox"/> eher gering <input type="checkbox"/> eher groß <input type="checkbox"/> groß <input type="checkbox"/> sehr groß	
4.13	Wie wichtig ist Ihnen eine digitale Vernetzung der Online-Sammlungen/der Online-Archive innerhalb Österreichs? <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig	

<b>5.</b>	<b>Rechtliches</b>	
		Im digitalen Bereich spielen rechtliche Fragen wie das Urheberrecht, Lizenzen und der Datenschutz eine große Rolle.
5.1	Für wie wichtig erachten sie Kenntnisse in den folgenden rechtlichen Materien? <input type="checkbox"/> Urheberrecht <input type="checkbox"/> Datenschutzrecht	Antwortmöglichkeiten: <input type="checkbox"/> sehr unwichtig <input type="checkbox"/> unwichtig <input type="checkbox"/> eher unwichtig <input type="checkbox"/> eher wichtig <input type="checkbox"/> wichtig <input type="checkbox"/> sehr wichtig

5.2	<p>Wie schätzen Sie die aktuell in Ihrer Institution vorhandene Kenntnis dieser Materien ein?</p> <p><input type="checkbox"/> Urheberrecht</p> <p><input type="checkbox"/> Datenschutzrecht</p>	<p>Antwortmöglichkeiten:</p> <p><input type="checkbox"/> sehr gering</p> <p><input type="checkbox"/> gering</p> <p><input type="checkbox"/> eher gering</p> <p><input type="checkbox"/> eher hoch</p> <p><input type="checkbox"/> hoch</p> <p><input type="checkbox"/> sehr hoch</p>
-----	---	--

6. Digitale Präsentation und Vermittlung		
		Die Online-Sammlung bildet das Herzstück der digitalen Präsentation einer Kulturerbe-Institution. Sie kann zudem für Vermittlungsangebote, aber auch zum besseren Verständnis von Nutzer:inneninteressen (Tagging, Werkauswahl usw.) und -verhalten (Zugriffsdaten, Verweildauer auf der Webseite usw.) verwendet werden.
6.1	<p>Welche Kanäle werden an Ihrer Institution für den Zugang zur Online-Sammlung genutzt?</p> <p><input type="checkbox"/> Auf welchen Kanälen ist Ihre Online-Sammlung zugänglich?</p> <p><input type="checkbox"/> Welche dieser Kanäle sind kostenfrei zugänglich?</p> <p><input type="checkbox"/> Welche Kanäle werden derzeit nicht genutzt, sind zukünftig aber geplant?</p>	<p>Antwortmöglichkeiten:</p> <p><input type="checkbox"/> Websites (z.B. digitale Ausstellungen)</p> <p><input type="checkbox"/> Anwendungen für Mobilgeräte (z.B. Apps)</p> <p><input type="checkbox"/> Social Media (z.B. Instagram)</p> <p><input type="checkbox"/> Weitere (Bitte im Kommentarfeld spezifizieren)</p>
6.2	<p>Ist nur ein Katalogeintrag oder auch das Objekt online zugänglich?</p> <p><input type="checkbox"/> Katalogeintrag</p> <p><input type="checkbox"/> Objekt</p>	(Mehrfachnennung möglich)
6.3	<p>Für wie wichtig erachten Sie die Beschäftigung mit den Nutzer:innen Ihrer Online-Sammlung und deren Nutzungsverhalten (z.B. meistbesuchte Seiten, Verweildauer)?</p> <p><input type="checkbox"/> sehr unwichtig</p> <p><input type="checkbox"/> unwichtig</p> <p><input type="checkbox"/> eher unwichtig</p> <p><input type="checkbox"/> eher wichtig</p> <p><input type="checkbox"/> wichtig</p> <p><input type="checkbox"/> sehr wichtig</p>	
6.4	<p>Analysieren Sie aktuell regelmäßig Nutzer:innendaten?</p> <p><input type="checkbox"/> ja</p> <p><input type="checkbox"/> nein</p>	
6.5	<p>Welche Nutzer:innendaten liegen Ihnen vor?</p> <p>Zugriffszahlen</p> <p><input type="checkbox"/> Sitzungsdauer (Verweildauer)</p> <p><input type="checkbox"/> Absprungrate</p> <p><input type="checkbox"/> Ansehen von bestimmten Inhalten/Seiten</p> <p><input type="checkbox"/> Nutzung von Medien/Apps/bestimmten Angeboten</p> <p><input type="checkbox"/> Hinzufügen zu Favoriten</p> <p><input type="checkbox"/> Teilen von Content (z.B. über Soziale Medien)</p> <p><input type="checkbox"/> Analyse der Herkunft der Nutzer:innen</p> <p><input type="checkbox"/> Weitere</p>	Bei Auswahl Weitere: Bitte im Kommentarfeld unten spezifizieren.
6.6	<p>Welche der folgenden Technologien sind in Bezug auf die digitale Nutzung Ihrer Sammlung relevant?</p> <p><input type="checkbox"/> Künstliche Intelligenz (KI)</p> <p><input type="checkbox"/> Virtual Reality (VR)</p>	<p>Antwortmöglichkeiten:</p> <p><input type="checkbox"/> Was ist in Ihrer Institution bereits in Verwendung?</p>

	<input type="checkbox"/> Augmented Reality (AR) <input type="checkbox"/> Gaming-Elemente <input type="checkbox"/> Digital Storytelling <input type="checkbox"/> Sammlungs(daten)visualisierung	<input type="checkbox"/> Was ist noch nicht in Verwendung, aber in Zukunft geplant?
6.7	Für wie groß erachten Sie die Potenziale der folgenden Technologien in Bezug auf die digitale Nutzung Ihrer Sammlung? <input type="checkbox"/> Künstliche Intelligenz (KI) <input type="checkbox"/> Virtual Reality (VR) <input type="checkbox"/> Augmented Reality (AR) <input type="checkbox"/> Gaming-Elemente <input type="checkbox"/> Digital Storytelling <input type="checkbox"/> Sammlungs(daten)visualisierung	Antwortmöglichkeiten: <input type="checkbox"/> sehr gering <input type="checkbox"/> gering <input type="checkbox"/> eher gering <input type="checkbox"/> eher hoch <input type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> sehr hoch
6.8	Für wie groß erachten Sie mittelfristig die Bedeutung von eigenem Fachpersonal für die folgenden Bereiche? <input type="checkbox"/> Digitales Kuratieren (Online-Sammlung, Digitale Ausstellungen, zielgruppenspezifische Formate etc.) <input type="checkbox"/> Digitale Kulturvermittlung (Vermittlungsformate online/hybrid zu Objekten des Kulturellen Erbes, zielgruppenspezifische Angebote)	Antwortmöglichkeiten: <input type="checkbox"/> sehr gering <input type="checkbox"/> gering <input type="checkbox"/> eher gering <input type="checkbox"/> eher groß <input type="checkbox"/> groß <input type="checkbox"/> sehr groß
6.9	Haben Sie sonstige Anmerkungen, Ideen, Überlegungen etc.?	offene Antwortmöglichkeit

# Impressum

## *Autorinnen*

Hanna Brinkmann & Eva Mayr

[hanna.brinkmann@donau-uni.ac.at](mailto:hanna.brinkmann@donau-uni.ac.at)

[eva.mayr@donau-uni.ac.at](mailto:eva.mayr@donau-uni.ac.at)

## *Konzeption des Fragebogens*

Hanna Brinkmann

Anja Grebe

Nicole High-Steskal

Eva Mayr

Florian Windhager

Universität für Weiterbildung Krems

Zentrum für Kulturen & Technologien des Sammelns

Dr. Karl Dorrek Str. 30

3500 Krems

## *Auftraggeber*

 Bundesministerium  
Finanzen

Johannesgasse 5  
1010 Wien

## *Für den Inhalt verantwortlich*

 Bundesministerium  
Kunst, Kultur,  
öffentlicher Dienst und Sport

Radetzkystraße 2  
1030 Wien

Universität für  
Weiterbildung  
Krems



Finanziert von der  
Europäischen Union  
NextGenerationEU