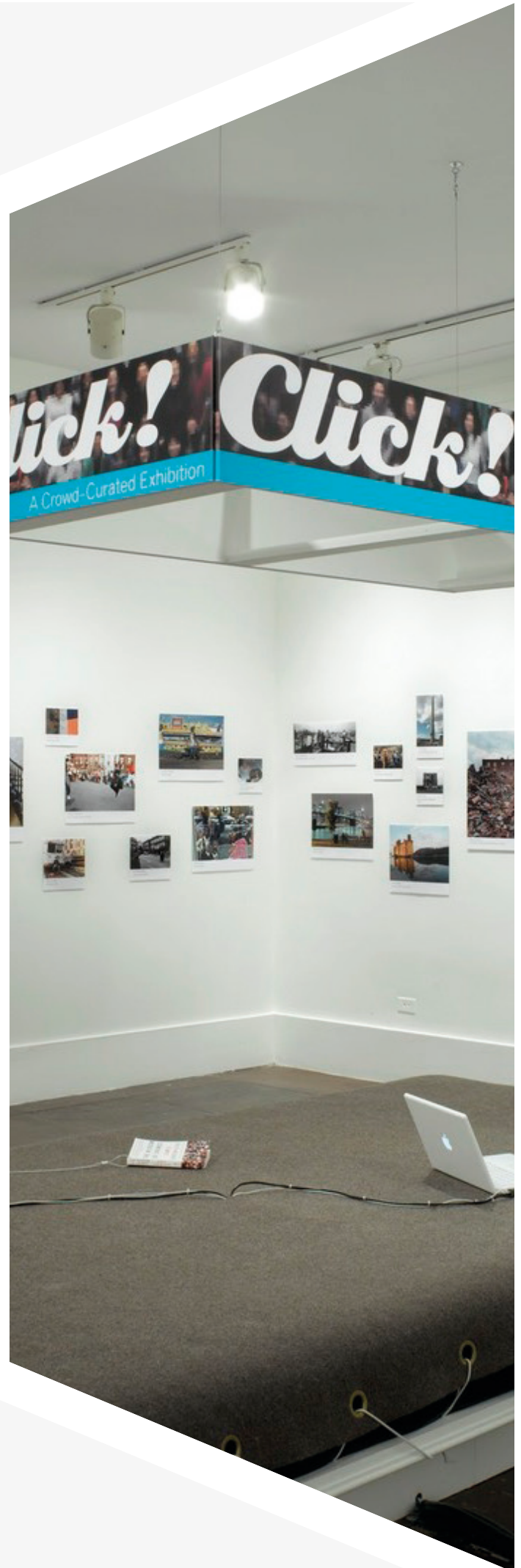


ACCESS
POINTS
#6

HUBERTUS KOHLE
**CROWD-
SOURCING
IN MUSEEN**
(UND ANDEREN KULTUR-
INSTITUTIONEN)

ACCESS
Kolleg-Forschungsgruppe
Zugang zu kulturellen Gütern
im digitalen Wandel
ZUGANG



ACCESS POINTS

Schriften der Kolleg-Forschungsgruppe
Zugang zu kulturellen Gütern im digitalen Wandel
an der Universität Münster

Herausgegeben von Ursula Frohne und Reinold Schmücker

Redaktion:
Eberhard Ortland, Bernadette Collenberg-Plotnikov, Nora Kluck, Daniel Schlageter

Gestaltung und Satz:
Stefan Klatt, Daniel Schlageter

www.accesspoints.eu

#6

Hubertus Kohle

Crowdsourcing in Museen (und anderen Kulturinstitutionen)

© 2026 Hubertus Kohle



Dieses Werk ist lizenziert unter einer
Creative Commons Namensnennung – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz

Umschlagabbildung: *Click! A Crowd-Curated Exhibition*, Brooklyn Museum (27.6. 2008–10.8.2008),
https://d1lfxha3ugu3d4.cloudfront.net/images/opencollection/exhibitions/size4/DIG_E2008_Click_001_PS2.jpg

Kolleg-Forschungsgruppe **Zugang zu kulturellen Gütern im digitalen Wandel**, Münster
Published in Germany 2026

ISSN: 3054-4092
ISBN: 978-3-69012-006-7
DOI: 10.17879/04908743753
URN: urn:nbn:de:hbz:6-04908770637

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.dnb.de> abrufbar.

Die Kolleg-Forschungsgruppe **Zugang zu kulturellen Gütern im digitalen Wandel** wird finanziell gefördert
von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (Projektnummer: 449836922).

Gefördert durch

DFG Deutsche
Forschungsgemeinschaft

ACCESS
Kolleg-Forschungsgruppe
Zugang zu kulturellen Gütern
im digitalen Wandel
ZUGANG

Inhalt

I.	Einführung	5
II.	Aktivierung der Nutzenden	6
III.	Die Weisheit der Menge	8
IV.	Laien als Datensammler	9
V.	Typologie des Crowdsourcing	9
VI.	Transkriptionsprojekte	10
VII.	Klassifizierungsprojekte	15
VIII.	Projekte zur Komplementierung / Kontextualisierung	19
IX.	Projekte zur Ko-Kuratierung	22
X.	Utopien der Ko-Kuratierung	25
XI.	Alles zusammen in <i>ArtUK</i>	26
XII.	Politische Bedeutung der Einbindung der Laien	28
	Literatur	29
	Abbildungen	31



Abb. 1: Robert SMIRKE, British Museum (1823–1852)

I. Einführung

Museen haben etwas Erhabenes und Achtung Einflößendes. Viele von ihnen, vor allem ältere, bringen dies auch in ihrer architektonischen Gestalt zum Ausdruck. Von Beginn an, und den Beginn kann man wohl ins spätere 18. Jahrhundert datieren, kommen sie in den erlauchtesten architektonischen Formen daher und gebieten: Bürger (oder Untertan), verneige dich vor der Heiligkeit kultureller Traditionen, knie nieder vor den Werken der größten Genies! Einiges davon ist dem Museum geradezu wesentlich eingeschrieben, und selbst dort, wo in der Moderne Museumsgebäude auf Transparenz und Zugänglichkeit schon in ihrer äußeren Erscheinung Wert legen, bleibt beim Besucher doch immer ein Gefühl der Hochachtung und bescheidenen Distanz.¹

Die Mitarbeitenden dieser Museen, welche Otto Normalverbraucher im Übrigen selten zu Gesicht bekommt, verstanden sich lange Zeit als Gralshüter dieser Schätze; was sie machten, wusste niemand so genau. Die Sammlungsbestände zu erforschen und sie dem Publikum zu präsentieren, war ein Teil ihrer Aufgaben, aber noch wichtiger war es, ihnen einen wohlbehüteten Aufenthaltsort zu bieten. Nicht umsonst hat der Philosoph Theodor W. Adorno einmal die eben nicht nur phonetische Nähe von Museum und Mausoleum

¹ Für Diskussionen zum Thema danke ich den Mitgliedern der Kolleg-Forschungsgruppe „Zugang zu kulturellen Gütern im digitalen Wandel“ an der Universität Münster und hier insbesondere Eberhard Ortland für seine besonders aufmerksame Lektüre.

betont.² Ausstellungen mit Fremdbeständen zu organisieren, war im Übrigen etwas ganz Außergewöhnliches. Das Museum war eben nicht so sehr Schauplatz eines kulturellen Verkehrs, sondern vielmehr Schatz- und Grabkammer.

Zugegeben, diese Darstellung ist eine Karikatur, eine Karikatur allerdings, die erst im letzten halben Jahrhundert zu einer solchen geworden ist. Seit den 1970er Jahren nämlich bemüht man sich um die Humanisierung der Museen, erhöht ihre Zugänglichkeit (und bringt das häufig durch transparente Glasarchitektur zum Ausdruck), macht sich Gedanken darum, wie auch bildungsfernere Schichten für das Museum interessiert werden könnten, und organisiert verstärkt publikumswirksame Ausstellungen. Theoretisch begleitet wurde diese Entwicklung von der sogenannten ‚New Museology‘, die ihre Durchschlagskraft aus der Politisierung der 1968er-Bewegung bezog und die Besucher gegenüber den Werken stärker in den Mittelpunkt des Interesses rückte. Erst seit dieser Zeit, in der im Übrigen auch die Museumspädagogik stark expandierte, steigen auch die Besucherzahlen deutlich an. Alleine in Deutschland sind es weit mehr als 100 Millionen Menschen im Jahr, die eines von 7.000 Museen besuchen. Immerhin: Selbst wenn man ausländische Touristen abzieht, geht damit durchschnittlich jede:r Deutsche einmal im Jahr ins Museum. Zuletzt hat diese Entwicklung noch einmal einen Push bekommen: In der Neudefinition der Funktionen des Museums, vorgenommen vom International Council of Museums (ICOM), ist die Kommunikation mit dem Publikum entschieden gestärkt worden. „Öffentlich zugänglich, barrierefrei und inklusiv“, heißt es dort, „fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communities. Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen hinsichtlich Bildung, Freude, Reflexion und Wissensaustausch.“³

II. Aktivierung der Nutzenden

Zu diesen Öffnungsbemühungen gehört auch eine vor allem seit der im letzten Vierteljahrhundert immer stärker um sich greifenden Computerisierung der Kommunikation wachsende Tendenz, den bislang passiven Besucher in einen aktiven zu verwandeln. Damit wurde und wird ein weiteres Charakteristikum des Museums modifiziert, das Adorno (übrigens im Anschluss an die im frühen 19. Jahrhundert geäußerte Auffassung von Georg

2 Theodor W. ADORNO: „Valéry Proust Museum“, in: ders.: *Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 1955, 215–231, hier 215.

3 Auf ihrer Versammlung in Prag hat die Außerordentliche Generalversammlung des International Council of Museums (ICOM) am 24. August 2022 folgende Definition als für den Verband maßgeblich angenommen: „A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.“ <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> [11.7.2026], deutsche Übersetzung: <https://icom-deutschland.de/netzwerk/museumsdefinition/> [11.7.2026]; vgl. auch Patrick BAHNERS: „Was macht man im Museum?“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 5. Juni 2023.

Wilhelm Friedrich Hegel) so beschrieben hat: Das Museum nimmt dem Objekt seinen lebenspraktischen Kontext, indem es den Gegenstand (etwa im Kunstmuseum) ästhetisiert und ihn damit gleichsam stillstellt. Mit der Computerisierung ergibt sich eine Möglichkeit, dem entgegenzuwirken, vielleicht und hoffentlich auch, ohne das Gute des alten Museumskonzeptes über den Haufen zu werfen. Nicht dass diese Tendenz, die man als eine neue Art des Zugangs zu kulturellen Gütern bewerten kann, schon weit um sich gegriffen hätte – dazu ist sie wohl auch noch zu neu –, aber es scheint sich hier doch um ein zukunftsweisendes Modell zu handeln, auch wenn man in Zeiten der Künstlichen Intelligenz mit solchen Vorhersagen vorsichtig sein muss. Worum geht es?

Mit ‚Crowdsourcing‘ ist eine Verfahrensweise gemeint, die jeden in die Wissensgenerierung mit einbezieht, der über einen Internet-Anschluss verfügt und gewillt ist, gegen Geld oder ehrenamtlich seine Kenntnisse einzubringen.⁴ Dafür wird im Netz eine Webpräsenz zur Verfügung gestellt, über die Daten zu einem bestimmten Thema eingegeben werden können, durch Anklicken von Checkboxes etwa oder auch durch freie Eingabe von Text. Es wird dabei in vielen Fällen nicht nach der Qualifikation der Mitmachenden gefragt. Sicher, Laienwissenschaftler hat es immer schon gegeben, und vor der Institutionalisierung von Wissenschaft war die Trennlinie zwischen Profi und Amateur in der Wissenschaft lange nicht so scharf wie heute. Aber vor allem das Internet hat der Verbindung von Laien- und Expertentum einen deutlichen Antrieb gegeben, was wohl in erster Linie mit der durch und durch interaktiven Struktur des Netzes zu tun hat.⁵ Das berühmteste Beispiel für eine solche Form der Wissensgenerierung liegt in der *Wikipedia* vor. Das Lexikon entsteht unter der Beteiligung von mehr als einer Viertelmillion Laienforschern, die über ein komplexes redaktionelles System qualitativ abgesichert wird. Es erscheint in sage und schreibe 347 aktiven Sprachversionen, und allein die deutsche Version beinhaltet derzeit 3,13 Millionen Artikel (Stand: 21. Juli 2026). Die *Wikipedia* hat traditionelle Lexika inzwischen weitgehend verdrängt und kann mit dem wissenschaftlich abgesicherten Anspruch daherkommen, in vielen Bereichen höherwertige Informationen zu beinhalten als bislang verbreitete Publikationen. Beahlt werden die Verfasser:innen dafür nicht. Sie begnügen sich mit der Gewissheit, dass sie an einem Produkt mitarbeiten, von dessen Qualität sie selber vielleicht einmal profitieren werden. Gegen die Verächter des Internets wird man mit einem gewissen Recht sagen dürfen, dass die *Wikipedia* heute das am stärksten breitenwirksame kulturvermittelnde Produkt überhaupt ist. Auf jeden Fall erscheint die vor einigen Jahren aufgekommene Idee, die *Wikipedia* in das Weltkulturerbe aufzunehmen, nur auf den ersten Blick abstrus.

4 Vgl. unten, Abschnitt III; für die vor allem englischsprachige Diskussion siehe auch Mia RIDGE: *Crowdsourcing our Cultural Heritage*, Farnham 2014; Mia RIDGE, Samantha BLICKHAN & Meghan FERRITER: *The Collective Wisdom Handbook: Perspectives on Crowdsourcing in Cultural Heritage*, Digital Scholarship at the British Library (seit 21. April 2021), DOI: [10.21428/a5d7554f.1b80974b](https://doi.org/10.21428/a5d7554f.1b80974b).

5 Einflussreich für diese Idee im deutschen Sprachraum vor allem Peter WEIBEL: „Web 2.0 und das Museum“, in: Michael Mangold, Peter Weibel & Julie Woletz (Hgg.): *Vom Betrachter zum Gestalter: Neue Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung*, Baden-Baden 2007, 23–32.

III. Die Weisheit der Menge

Ohne das Internet sind auch zwei wichtige Veröffentlichungen nicht zu denken, die der Idee von der ‚Weisheit der Masse‘ Auftrieb gegeben haben. Sie stammen beide aus einer Zeit, in der die Schattenseiten des Internets und hier vor allem die (vermutete) zerstörerische Macht der Vielen noch nicht so sehr in den Vordergrund getreten waren wie heute. Einmal ist das James Surowiecki, der mit seinem 2005 auf Deutsch erschienenen Buch *Die Weisheit der Vielen: Warum Gruppen klüger sind als Einzelne und wie wir das kollektive Wissen für unser wirtschaftliches, soziales und politisches Handeln nutzen können* einen echten Bestseller verfasst hat.⁶ Die These dieses Buches: Große Mengen von Leuten können unter bestimmten Umständen bessere Urteile erzielen als kleinere. Das klingt vor allem dann paradox, wenn man das schlechte Image der großen Zahl in der Gesellschaftstheorie bedenkt und hinzunimmt, dass kleinere Gruppen in den Augen Surowieckis selbst dann noch häufig schlechter abschneiden, wenn in ihnen größeres fachliches Knowhow versammelt ist. Aus meiner Kindheit ist mir noch ein großes Glas im Schaufenster einer Düsseldorfer Bank in Erinnerung, das mit Zehnpfennigstücken gefüllt war. Aufgabe war, die Anzahl der Münzen darin zu raten. Der Durchschnitt (oder besser der Median, aber so genau wollen wir es an dieser Stelle nicht nehmen) aller abgegebenen Stimmen kommt hier gewöhnlich der Wahrheit am nächsten, und das war auch bei dem Geldbehälter der Bank der Fall. Das gilt freilich nur unter der Voraussetzung, dass jeder eigenständig votieren muss, ohne Kenntnis der Meinung anderer.

Aus dem Nebentitel von Surowieckis Buch geht hervor, dass ihn kulturelle Anwendungen eigentlich gar nicht interessierten. Aber warum sollte es hier nicht funktionieren? Wir werden das gleich sehen. Ein Hinweis darauf ergibt sich aus der Tatsache, dass Surowiecki auch schon im Museumskontext als Berater aufgetreten ist.

Konkreter und anwendungsbezogener ist dann das Buch von Jeff Howe: *Crowdsourcing. Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*.⁷ Auch hier stehen wirtschaftliche Aspekte im Vordergrund, und es werden positive wie negative Seiten dieser neuen Form ökonomischen Handelns beleuchtet. Ein schönes Beispiel ist die Fotografie: Früher gab es dort den Amateur- und den Profibereich. Für Bildveröffentlichungen (im Journalismus, in der Werbung usw.) waren Berufsfotografen zuständig, die man meistens an ihrer sündhaft teuren Ausrüstung und den abnorm langen Teleobjektiven erkannte. Mit dem Internet und seinen leicht zugänglichen Speicher- und Erschließungsmechanismen, vor allem aber mit dem Aufkommen des Smartphones, wurde diese scharfe Trennung aufgeweicht. In den letzten Jahren greifen Verwerter gerne auch auf Internetseiten zurück, die von Amateuren bedient werden. Erstens bekommen sie die Fotos da gewöhnlich billiger, und zweitens zeigt sich die ‚Weisheit‘ der Menge dort in einer schlichten Selbstverständlichkeit: In der Reportagefotografie bewährt sich die große Zahl schon alleine deswegen, weil die Chance

6 James SUROWIECKI: *Die Weisheit der Vielen: Warum Gruppen klüger sind als Einzelne und wie wir das kollektive Wissen für unser wirtschaftliches, soziales und politisches Handeln nutzen können*, München 2005 (zuerst englisch 2004).

7 Jeff HOWE: *Crowdsourcing. Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*, New York 2008.

größer ist, dass einer aus ihr sich am Ort des dokumentationswürdigen Geschehens befindet und ‚draufhält‘. Der Preis geht also runter. Damit wird ein ganzer Berufsstand gefährdet, der sich zumindest in seiner Organisationsform neu orientieren muss. Ganz allgemein aber definiert die moderne Wirtschaftstheorie den Kunden und die Kundin stärker als nicht nur zu Bedienenden, sondern als aktiven Teilnehmer am wirtschaftlichen Prozess. Schon der libertäre amerikanische Futurologe Alvin Toffler sprach in einem Buch von 1980 vom ‚prosumer‘, ein Kunstwort aus ‚producer‘ und ‚consumer‘, worin die neue Stellung des Kunden anschaulich wird.⁸ Der Passivität des Konsumierens wird die Aktivität des Produzierens entgegengesetzt. Der alte Konsument wird zum Co-Designer von Produkten (etwa über die von der Industrie intensiv genutzten elektronischen Kommunikationskanäle), wenn nicht zum Co-Produzenten. Letzteres z. B. dort, wo er nicht mehr nur Energie verbraucht, sondern sie mit Sonnenkollektoren auf dem Balkon selber herstellt.

IV. Laien als Datensammler

Vor allem bei der Datensammlung können Laien ausgesprochen hilfreich sein. Als sogenannte Bürgerwissenschaftler bewähren sie sich hierbei besonders im Naturraum, der so kleinteilig und dabei großräumig ist, dass er von professionellen Wissenschaftler:innen allein schon deswegen gar nicht umfassend bedient werden kann, weil es zu wenige von ihnen gibt. Wenn es darum geht, herauszufinden, ob an einem bestimmten Ort eine Vogelart vorhanden ist, dann können Spaziergänger gute Dienste leisten, indem sie deren Vorkommen über eine einfach zu bedienende Web-Plattform melden. Und sie werden dabei ein gutes Gefühl haben, weil ihnen ihr Hobby wie ein Dienst an der Wissenschaft vorkommt, wenn nicht wie einer an der Rettung der Welt. Beides ist ja auch nicht falsch. Aber auch im Museum, das teilweise und vor allem im naturkundlichen Bereich über Millionen von Objekten verfügt, können Laien geradezu unverzichtbar sein. Wenn man sich ansieht, wie stiefmütterlich daneben selbst im Kunstbereich die Objekte jenseits der anerkannten Spitzenwerke häufig erschlossen sind, dann dürfte auch hier einiges gehen. Man denke nur an die graphischen Sammlungen, die in den ganz großen Museen bis zu einer Million Holzschnitte, Kupferstiche, Radierungen und Lithographien aufbewahren.

V. Typologie des Crowdsourcing

Crowdsourcing-Projekte, also solche, bei denen man der Menge das Beschaffen zum Beispiel von Informationen zuweist, kann man in unterschiedliche Typen einteilen. Sehr erfolgreich wurden unter anderem Transkriptions- und Korrekturprojekte vor allem in Bibliotheken durchgeführt. Relativ einfach zu realisieren sind auch Unternehmungen zur Klassifizierung

8 Alvin TOFFLER: *The Third Wave*, New York 1980.

von Objekten. Unter Kontextualisierung und Komplementierung werden Aktivitäten gefasst, in denen von interessierten Laien Gegenstände durch Erzählungen oder Beschreibungen angereichert werden oder schlicht die Ergänzung einer Sammlung von Objekten durch zugehörige vorgenommen wird. Noch weiter geht die sogenannte Co-Kuratierung, in der sich dem professionellen Museums-Kurator Laienkuratoren beigesellen.⁹ Das klingt in dieser Form einigermaßen abstrakt, daher zähle ich einige Beispiele auf und beschreibe sie kurz. Die absteigende Länge der einzelnen Kategorien verweist auf deren absteigende Bedeutung in der bisherigen Crowdsourcing-Praxis.

VI. Transkriptionsprojekte

Gedruckte, vor allem aber handschriftlich verfasste Texte sind vielfach schwer lesbar, gedruckte zum Beispiel dort, wo die Trägermedien nach Jahrhunderten brüchig und auch die auf ihnen platzierten Textzeichen schlecht lesbar geworden sind. Das ist insbesondere bei säurehaltigen Papieren der Fall, die man seit dem frühen 19. Jahrhundert hergestellt hat. Wenn man sich nicht kümmert, kann das zum Verlust von historischem Erbe führen, auch wenn sicherlich nicht alle in den Bibliotheken aufbewahrten Kopien eines Druck-erzeugnisses gleichzeitig das Zeitliche segnen. Wünschenswert ist ihre elektronische Transkription auch deswegen, weil diese Texte erst in codierter Form maschinenlesbar werden, also auch vom Computer adressiert werden können. Will man zum Beispiel neuronale Netze einer Künstlichen Intelligenz (KI) trainieren, ist das ganz unverzichtbar. Die Vorteile dieser Erschließung reichen zudem viel basaler von der Suchmöglichkeit bis hin zur statistischen Untersuchung großer Textmengen. Zwar gibt es schon lange Programme, die sich der Optical Character Recognition (OCR) widmen, aber sie sind nicht zu 100 % zuverlässig, und selbst wenn sie eine 99,8-prozentige Zuverlässigkeit erreichen, dann klingt das imponierender, als es ist. Eine normale Druckseite hat 2.500 Zeichen, das heißt, dass bei automatischer Übertragung auf so einer Seite immer noch fünf Fehler anfallen, deren Identifikation länger dauern kann, als wenn man die Seite gleich händisch übertragen hätte. Die Fehlerrate erhöht sich naturgemäß bei handschriftlichen Texten. Schriften sind in der Frühen Neuzeit zuweilen derartig unleserlich und auch in altertümlichen Schriftformen abgefasst (etwa Kurrent), dass sie für das ungeübte Auge kaum entzifferbar sind, geschweige denn für die Maschine. Zwar kann man hier mit KI manche Verbesserung erreichen, aber schon vor Jahrzehnten, als die technischen Möglichkeiten noch begrenzter waren, ersannen digitalaffine Bibliothekare eine Möglichkeit, das Publikum bei der Aufgabe, große Textmengen zu übertragen, mit einzubeziehen.

⁹ Angelehnt ist diese Einteilung an Johan OOMEN & Lora AROYO: „Crowdsourcing in the Cultural Heritage Domain. Opportunities and Challenges“, in: *Proceedings of the 5th International Conference on Communities and Technologies*, New York 2011, DOI: [10.1145/2103354.2103373](https://doi.org/10.1145/2103354.2103373). Vgl. auch Mia RIDGE, Meghan FERRITER & Samantha BLICKHAN: *Recommendations, Challenges and Opportunities for the Future of Crowdsourcing in Cultural Heritage: a White Paper* (30. Juni 2023), <https://zenodo.org/records/8108024> [11.7.2026].



Abb. 2: *Digitalkoot*, Finnische Nationalbibliothek (2011–2012)

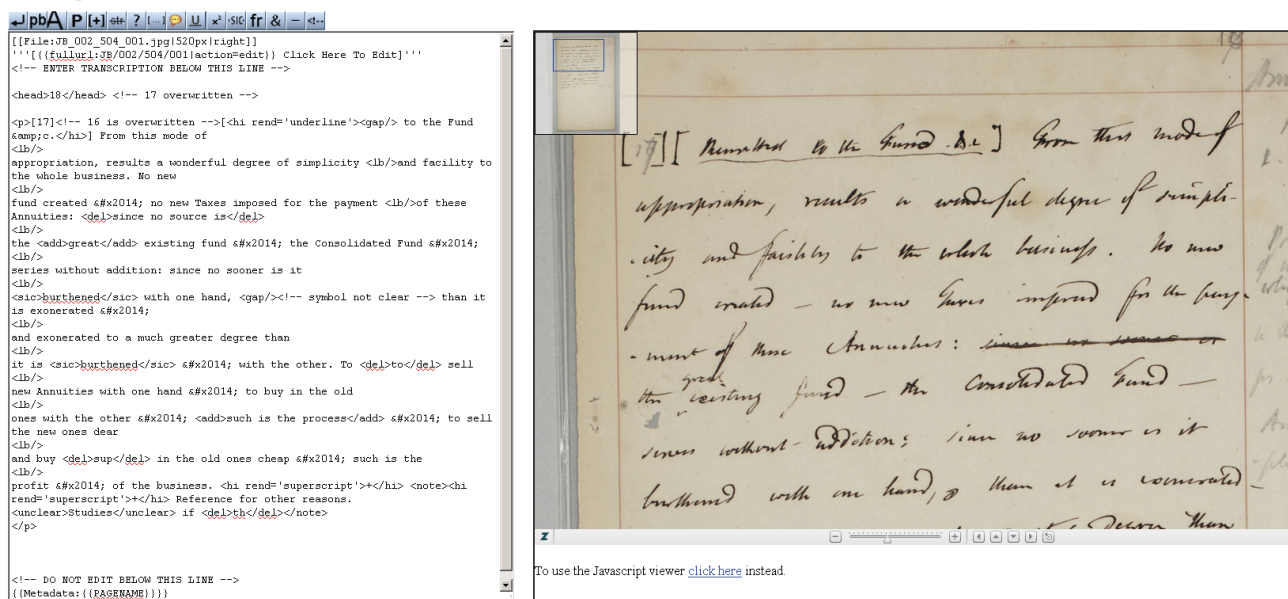
Schon älter ist ein Projekt der Finnischen Nationalbibliothek, das sich ‚digitalkoot‘ nannte, abgeleitet vom finnischen Ausdruck ‚talkoot‘, der gemeinschaftliche Unternehmungen zu gemeinnützigen Zwecken bezeichnet. Die richtige Ausgangsüberlegung der dortigen Bibliothekare war, dass man für eine Aufgabe vor allem dann Freiwillige gewinnen kann, wenn die Arbeit irgendwie Spaß macht. Und das hat ziemlich gut funktioniert. Die Bibliothek hatte vier Millionen Seiten aus finnischen Zeitungen digitalisiert und war dabei auf das beschriebene Phänomen gestoßen: Bei der Konvertierung in Text waren reichlich Fehler entstanden, was auch mit dem erwähnten teilweise mangelhaften Erhaltungszustand der Zeitungen zu tun hatte. Anstatt den Teilnehmenden jetzt eine langweilige Reihung von Texten vorzulegen, kam man auf die Idee, das Ganze als virtuelles Spiel zu gestalten: Mitspielende haben die Aufgabe, Maulwürfe

zu retten, was dadurch gelingt, dass sie ihnen Brücken bauen. Von diesen Brücken gibt es immer dann mehr, wenn vorgelegte Wörter – natürlich solche aus den gescannten Zeitungen – korrekt eingegeben und dabei eventuell korrigiert werden. In wenigen Jahren haben dabei weit über 100.000 Mitspielende (bei einer Sprachgemeinschaft von gerade einmal gut fünfeinhalb Millionen Köpfen eine umso beeindruckendere Zahl) ca. acht Millionen falsche Transkriptionen richtiggestellt.¹⁰ Neben der schlichten Menge des Geleisteten beeindruckt vor allem auch die Tatsache, dass sich hier gleichsam eine ganze Nation, oder doch ein substanzieller Teil davon, einer Aufgabe gewidmet hat und dabei offensichtlich auch ihre Gemeinschaftlichkeit erlebte. Bedeutsam ist der Spielgedanke. Ernst und Spiel werden normalerweise gegeneinandergestellt. Und da die Wissenschaft etwas Ernsthaftes ist, hatte sie mit dem Spiel nichts zu tun. Das sieht man heute nicht zuletzt im Anschluss an ältere Vorstellungen aus dem philosophisch-kulturkritischen Bereich anders. Man denke nur an Friedrich Schillers Diktum, dass der Mensch recht eigentlich erst im Spiel zum Menschen wird.¹¹ Vor allem in der Bildungssphäre entdecken wir immer mehr die Effizienz von spielerisch angelegten Bildungsunternehmungen, speziell dann, wenn diese digital gestützt sind.

10 Vgl. Andrea SCHILZ: „Anybody out there? Der Begriff der Masse im Crowdsourcing“, in: *Zeitschrift für digitale Geisteswissenschaften* 7 (2022), DOI: [10.17175/2022_003](https://doi.org/10.17175/2022_003) als Webseite sowie als PDF ohne Paginierung abrufbar unter DOI: [10.17175/2022_003](https://doi.org/10.17175/2022_003), hier Anm. 91.

11 Friedrich SCHILLER: „Ueber die ästhetische Erziehung des Menschen in einer Folge von Briefen“ (15. Brief), in: *Die Horen* 1, Heft 2 (1795), 88.

Editing JB/002/504/001

Abb. 3: Eingabefenster für *Transcribe Bentham* (2012)

Die ganz grundsätzliche Idee dabei ist, dass Lernwillige gerade dann ansprechbar sind, wenn man sie in dem Medium anspricht, in dem sie sich auch sonst vornehmlich bewegen. Und das ist inzwischen nun einmal das Internet.

Anspruchsvoller sind Unternehmungen wie *Transcribe Bentham*. Jeremy Bentham (1748–1832) war nicht nur der Begründer des Utilitarismus und ansonsten auf vielen Feldern politischer Theorie und Praxis engagiert, er hat auch ungeheuer viel geschrieben. Zuletzt hat das über das Internet zugreifende Publikum bei diesem von der Londoner Universität angestoßenen Projekt satte 30.000 Manuskriptseiten in eine maschinenlesbare Form gebracht,¹² was umso bewundernswerter ist, als Benthams Schrift nicht leicht zu entziffern ist. „Many hands make light work. Many hands together make merry work.“ Mit diesem Zitat aus einer Schrift Benthams aus dem Jahr 1793 werden Interessierte auf der Homepage des Projektes begrüßt (<https://blogs.ucl.ac.uk/transcribe-bentham/>). Damit betonen auch in diesem Fall die Editoren den gemeinschaftlichen Charakter des Unternehmens, auch wenn die mühsame Übertragungsarbeit letztlich natürlich individuell zu realisieren ist. Teilnehmer an *Transcribe Bentham* erwähnen immer wieder, dass sie Freude an der Aufgabe haben und dass sie dabei lernen. Was kann man mehr erwarten?

Wichtig bei solchen Unternehmungen ist die Einbindung in einen kommunikativen Kontext. Gar nicht gut kommt es an, wenn die Internetseite die Eingaben der Mitmachenden einfach so verschluckt, ohne dass daraus so etwas wie ein Austausch entsteht, wenn sie also in etwa den Charakter eines schwarzen Loches hat. Dankbare Reaktionen sind das Mindeste, daneben sind auch Belohnungen für Vielschreibende denkbar. Bei *Transcribe Bentham* gibt es ein Blog, wo über den Stand des Projektes berichtet wird und vielfältige Hinweise für

12 Chris RILEY: Transcription Update – June 2023, *Transcribe Bentham* (5. Juni 2023), <https://blogs.ucl.ac.uk/transcribe-bentham/2023/06/05/transcription-update-june-2023/> [11.7.2026].

Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich der Paläographie gegeben werden. Ganz selbstverständlich findet man ausführliche Hinweise und Leitfäden zum Transkriptionsvorgang, und natürlich gibt es auch eine Möglichkeit zur Kontaktaufnahme.

Ganz unproblematisch sind solche Verfahrensweisen allerdings nicht, beuten sie doch die Arbeitskraft von Tausenden aus, ohne dass diese dafür bezahlt würden. Offenbar reicht die Gewissheit, hier am nationalen finnischen und englischen Kulturerbe mitzuarbeiten, aus, um das Publikum zur Mitarbeit zu motivieren. Hart an die Grenze zur Ausbeutung heran kommen wir dort, wo solche fein granulierten Tätigkeiten, die ja eigentlich eine Perfektionierung des Fließbandsystems darstellen, in kapitalistische Produktionszusammenhänge eingebettet werden. Bei Amazons ‚mechanical turk‘ etwa wird das Prinzip perfektioniert und globalisiert. Leichte Zuordnungsarbeiten, die (noch) nicht an den Computer übergeben werden können, werden hier auf strikter Mengenbasis vorzugsweise an Arbeiter aus dem Globalen Süden vergeben, wodurch sich auch noch ohne Probleme die Sozialgesetze des eigenen Heimatlandes umgehen lassen – einmal abgesehen davon, dass die Entlohnung meistens nur einen Bruchteil von dem ausmacht, was am Standort des Unternehmens zu zahlen wäre. Aber man kann das natürlich auch andersherum sehen: Die Bezahlung ist eben auch höher als gewöhnlich an dem Ort, an dem sich der Mitarbeitende befindet.

Der – umstrittene – Ausbeutungscharakter von Verfahrensweisen wie derjenigen von Amazon ist zuletzt auch im Kontext der sehr intensiv diskutierten KI wieder aufgegriffen worden. Wenn eine KI funktionieren soll, muss sie trainiert werden, und Tausende weltweit widmen sich solchen ‚Bullshit-Jobs‘,¹³ indem sie etwa TikTok-Videos nach ihrem emotionalen Gehalt bewerten, anderen sogenannten ‚user-generated content‘ auf Angemessenheit und Einhaltung der Richtlinien überprüfen, Objekte in einem Bild identifizieren oder schlicht die Richtigkeit von Dateneingaben überprüfen. Übrigens mit riesigen Gewinnperspektiven – wenn auch nicht für sie selber, sondern für die Auftraggeber. Alexander Wang, der Besitzer von Scale, einer Firma, die sich solchen Dingen widmet, hat seit der Gründung 2016 bis zum Jahr 2021 fast acht Milliarden US-Dollar Gewinn erzielt.

Auch Museen haben mit solchen Transkriptionsprojekten Erfahrungen gesammelt, denn Museen sind ja nicht nur mit Objekten angefüllt, sondern diese sind im Laufe der Zeit auch mit mannigfaltigen (hand)schriftlichen Dokumentationen versehen worden. In Deutschland führend dürfte dabei das Museum für Naturkunde in Berlin sein, wo auch ein von der Bundesregierung gefördertes Programm namens „Bürger schaffen Wissen“ angesiedelt ist, in dem verschiedenste Teilhabe-Projekte entwickelt wurden.¹⁴ Das Museum, ursprünglich Teil der Berliner Humboldt-Universität und vor allem im frühen 20. Jahrhundert ein weltweit

13 David GRAEBER: *Bullshit Jobs: A Theory*, New York 2018.

14 Die Citizen-Science Plattform *Bürger schaffen Wissen* (<https://www.buergerschaffenwissen.de>) der Wissenschaft im Dialog gGmbH (Berlin) war von April 2014 bis April 2024 online (vgl. https://web.archive.org/web/20140315000000*/https://www.buergerschaffenwissen.de). Seit April 2024 werden Aufrufe der Seite umgeleitet auf ein Nachfolgeprojekt derselben Organisatoren unter <https://www.mitforschen.org/> [11.7.2026]. – Hier wie auch beim englischen Pendant *zooniverse* (<https://www.zooniverse.org/> [11.7.2026]) können Interessierte sich umsehen und eventuell für ein Projekt entscheiden, bei dem sie sich engagieren wollen, oder ggf. auch eigene Projekte initiieren.

renommierter Forschungsort, hat mit einer Eigenheit zu kämpfen, die es für die Weisheit der Menge besonders geeignet erscheinen lässt: Die Zahl der Objekte, die in diesem Museum gesammelt wurden, ist astronomisch hoch, es sind mehr als 30 Millionen.

Im Projekt *Bees and Bytes*, das eigentlich schon für seinen genialen Namen herauszuheben ist, werden historische Etiketten, also von Museumsmitarbeiter:innen erzeugte handschriftliche Beschreibungen, transkribiert. Insgesamt will man 2,3 Millionen Datensätze erfassen. Und dabei geht es nur um Bienen, Wespen und Ameisen. Es sollen keine originären Daten eingegeben werden, sondern vorhandene Metadaten zu den Sammlungsbeständen sollen ‚nur‘ in eine andere Form gebracht werden, was bei der häufig schlechten Lesbarkeit der Karteikarten aber schon durchaus anspruchsvoll ist. Die Kritik der Experten an solchen Verfahrensweisen richtet sich daher auch gewöhnlich gegen fehlerhafte Eingaben der Laien. Eine Möglichkeit, diese Kritik zu unterlaufen, würde darin bestehen, die Transkriptionen von zwei unterschiedlichen Laienwissenschaftlern eingeben zu lassen. Dadurch verzögerte sich das Verfahren natürlich, aber bei Abweichungen zwischen den Eingaben wäre klar, dass hier Fehler vorliegen, die zum Beispiel in einem redaktionellen Prozess zu beseitigen wären.

Die Vorgehensweise klingt faszinierend, aber es ist für Nachahmungswillige schon wichtig, sich klarzumachen, dass eine ganz wesentliche Grundvoraussetzung zu berücksichtigen ist: Die Programmierung bzw. Installierung des Vorgangs in einer digitalen Anwendung ist nicht trivial und mit Zeit und Kosten verbunden. Bei den anderen im Folgenden zu besprechenden Crowdsourcing-Typen gilt das genauso, eventuell sogar noch ausgeprägter. Auch die Anleitung und (soweit nötig) Ausbildung der Teilnehmenden, die man zum Beispiel über ansprechend gestaltete Videotutorials organisieren kann, wenn man nicht gleich ganze Workshops (online oder sogar vor Ort) ansetzt, kostet Zeit und erfordert spezifische Kompetenzen. Sinn macht das nur, wenn man mit umfangreichem Engagement rechnen kann, das wiederum durch intensive Werbemaßnahmen zu befördern ist. Dabei können in großen und berühmten Museen wie dem Berliner Naturkundemuseum die vorhandenen (elektronischen) Kommunikationskanäle von E-Mail bis Twitter bzw. X (oder jetzt Bluesky) und Instagram sehr effizient behilflich sein, indem man die Crowd darüber anspricht. Aber wenn die schlichte Implementierung mehr Zeit und Geld verschlingt, als sich dann durch das Crowdsourcing einsparen lässt, dann sollte man vielleicht doch lieber auf professionelle Verfahrensweisen zurückgreifen. Immerhin könnte man ja auch ein so erfolgreiches und mit Preisen ausgezeichnetes Unternehmen wie *Transcribe Bentham* kritisieren, denn es läuft jetzt seit 13 Jahren, was einer Zahl von 2.600 Arbeitstagen entspricht. Die in dieser Zeit erzielten 30.000 Seiten ergeben umgerechnet knapp zwölf Seiten am Tag, was auch eine Einzelkraft wohl in dieser Zeit hinkommen hätte, die im Übrigen vielleicht sogar billiger gewesen wäre, als der gesamte für das ungewöhnlich strukturierte Projekt notwendige Aufwand gekostet hat. Andererseits wird man den rein finanziellen Aspekt hier gar nicht ausschließlich berücksichtigen dürfen. Viel wichtiger ist die modellhafte und kulturpolitische Dimension.

Eine weitere Kritik kommt aus der informatisch avancierten Ecke, und sie betrifft das seit nicht allzu langer Zeit intensiv diskutierte Thema der KI. Wieso zur Transkription von Texten (und anderen Aufgaben, auf die zurückzukommen sein wird) die versammelte

Kraft der Laien organisieren, wenn man das Ganze doch auch mit einem leistungsfähigen neuronalen Netz bewerkstelligen kann? Da ist etwas dran. Niemand weiß, ob nicht auch noch entschieden anspruchsvollere Aufgaben in fünf oder zehn Jahren weitgehend automatisierbar sind. Aber es sind doch auch Einschränkungen gegenüber solchen radikalen Technoutopien denkbar. Erstens beruhen Künstliche Intelligenzen auf Trainingsvorgängen, die rein quantitativ sehr umfangreich sein müssen, wenn die Ergebnisse zufriedenstellend sein sollen. Und das Material für solche Trainingsvorgänge kann man genau diesen Crowdsourcing-Projekten entnehmen. Das geschieht etwa bei einer OCR-Software wie *Transkribus*. Zweitens ist der Gegenstand doch sehr komplex, was vor allem mit der Tatsache zu tun hat, dass Handschriften sehr unterschiedlich sind und das Trainingsmaterial daher auch durchaus divers zu sein hat. Aber die Kritik ist nicht unberechtigt. Möglicherweise wird man mittelfristig auf die Hilfestellung der Vielen verzichten können.

VII. Klassifizierungsprojekte

Transkriptionsprojekte gehören zu den für das Crowdsourcing am besten geeigneten, was wohl vor allem mit deren Regelmäßigkeit und feiner Granularität zu tun hat. In diesem Heft ist solchen Unternehmungen daher auch am meisten Platz gewidmet. Ein nicht ganz so lukrativer Bereich für das Crowdsourcing wird dort greifbar, wo sich Teilnehmende der Objektklassifizierung widmen, wobei sie hier erheblich freier agieren als bei den Transkriptionen, weil sie ja eigenständig Lösungen finden sollen und nicht nur Vorgegebenes umformen. Bei der Unzahl von Kunst- und anderen Werken, die in Museen aufbewahrt werden, ist schon deren stichwortartige Erschließung ausgesprochen sinnvoll, zumal diese über performante digitale Datenanalysen weitreichend valorisiert werden können. Beispiel: Schon die einfache Annotation mit ‚Christus‘ bei einer kunstbezogenen Anwendung zeigt an, dass es sich um ein gegenständliches Kunstwerk handeln muss, eines aus dem Bereich der christlichen Ikonographie und der Historienmalerei. Hier manifestiert sich gleichsam ein implizites Wissen, das den Gegenstand einer bestimmten ikonographischen Sphäre zuweist. ‚Social tagging‘ wird diese Aktivität genannt, und der Input beschränkt sich dabei meist auf ein Wort oder wenige Wörter. Was jetzt noch etwas kryptisch klingt, wird sich hoffentlich gleich klären. Auf jeden Fall lässt sich ein solches Verfahren auch hervorragend mit Expertenwissen kombinieren und erleichtert den Fachleuten den Zugang.

Früh angefangen damit haben Repräsentanten verschiedener amerikanischer Museen, die sich 2005 unter dem Projekt *Steve.Museum (Semantic Tags for Exploratory Vocabulary Enhancement)* zusammenfanden. Ausgangspunkt ihrer Überlegungen war es, die in ihren Museen versammelten Kunstwerke in einer Weise zu erschließen, die für die nicht aus Fachleuten bestehende Öffentlichkeit eine bessere Zugänglichkeit sicherte. Hinter dieser Absicht stand die Einsicht, dass eine fachliche Erschließung, wie sie in den Inventaren der Museen vorlag, meist in einer Sprache daherkam, die für die Öffentlichkeit eher abschreckend wirkte. Was also lag näher, als diese Öffentlichkeit selber um die Erschließung der Kunstwerke zu bitten?

INDIAN
POLIS
MUSEUM
OF ART
IMA

STEVE.MUSEUM

Exploring Applications of Social Tagging for Museums

Founded in 2005

2006 Institute for Museum and Library Services (IMLS) National Leadership Research Grant

2008 IMLS NLG Steve In Action

2008 IMLS NLG Research Grant
T3: Text, Tags, Trust

Open Source software supporting tagging in museums

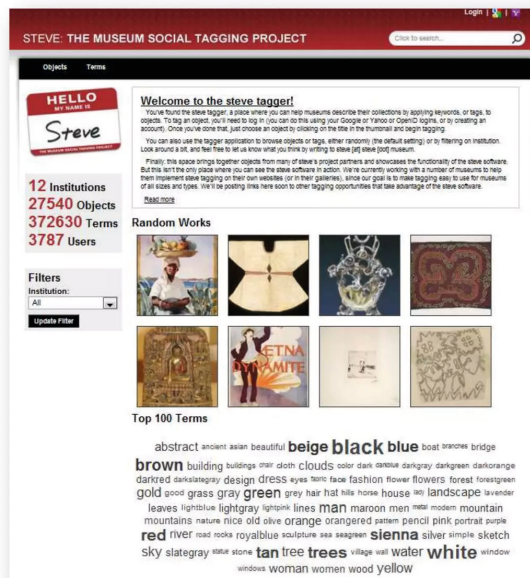


Abb. 4: *Steve.Museum* (2005–2011)

Gefragt waren einzelne deskriptive Begriffe, die das jeweilige Kunstwerk inhaltlich und künstlerisch charakterisierten und mit denen dann auf der Projektplattform gesucht werden konnte. ‚Mann‘, ‚Pferd‘, ‚Fachwerkhaus‘ war möglich, aber auch ‚blau‘, ‚dynamisch‘ oder ‚langweilig‘, und sogar ‚Michelangelo‘, ‚Rokoko‘ oder ‚expressiv‘. Das Problem ergab sich übrigens auch für andere Kulturinstitutionen, zum Beispiel für Bibliotheken, deren von Bibliothekaren geleistete Sacherschließung zwar auf hohem professionellem Niveau daherkommt, bei jungen Studierenden aber häufig auf wenig Gegenliebe stößt. Das zeigt sich an der einfachen Tatsache, dass nach den von den Fachleuten gesetzten Schlagworten nicht immer gesucht wird, nach den von Nutzenden selber vergebenen aber durchaus häufig. Auch wenn das natürlich auch mit dem mangelnden Bildungsniveau der jungen Leute zu tun haben könnte: Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Am besten ist wahrscheinlich eine Doppelstrategie, die Experten- und Laienerschließung kombiniert. Bei Kunstwerken ist dieser Vorgang allerdings leichter zu bewerkstelligen, da diese zumindest auf einer vordergründigen Ebene direkt zum Betrachtenden sprechen, während Bücher erst einmal gelesen werden müssen. Aber wie dem auch sei: Die Tendenz zur Arbeitsplatzeinsparung, die uns zu Beginn mit Blick auf die Prosumer-Gesellschaft unterkam, wartet auch hier schon hinter der Ecke.

Fast genauso lang wie *Steve* (seit 2008/2010) wird ein Projekt betrieben, das von der Universität München initiiert wurde und das Kunstwerke aus den unterschiedlichsten Museen annotieren lässt. Dabei handelt es sich um ein Gemeinschaftsprojekt der Lehr- und Forschungseinheit für Programmier- und Modellierungssprachen (François Bry) und des

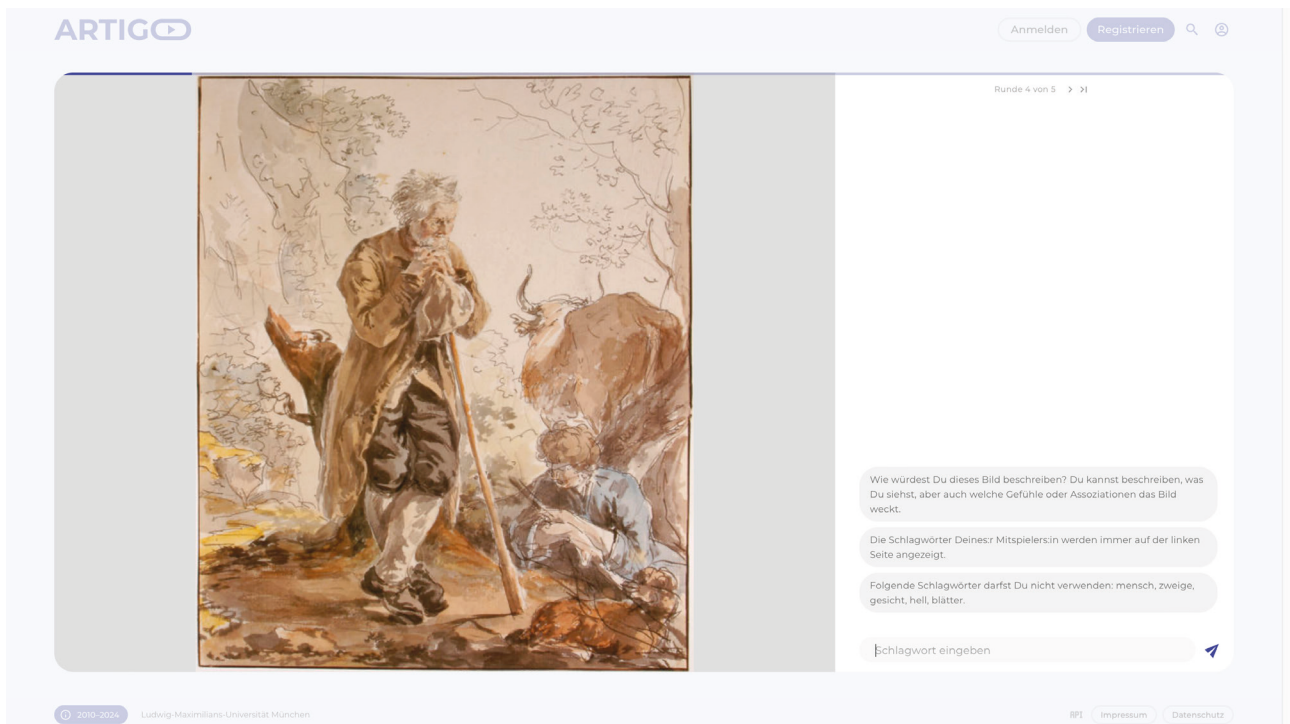


Abb. 5: www.artigo.org/de, Eingabemaske

Lehrstuhls für Kunstgeschichte (Hubertus Kohle). Zuletzt wurde es von Stefanie Schneider einer tiefgreifenden Erneuerung unterzogen. Es nennt sich *ARTigo*, und mit ihm wurden bisher über zehn Millionen Annotationen gesammelt. Bei der Organisation der Datensammlung hat man sich dort an den ingenüösen Ideen eines amerikanischen Informatikers namens Luis von Ahn orientiert, mit denen ein gravierendes Problem zu adressieren war, und zwar das der Datenqualität. Lässt man Laien Kunstwerke taggen, so darf man die Ansprüche an die Qualität der auf diesem Weg zusammengetragenen Informationen nicht allzu hoch ansetzen – vor allem dann, wenn man auch historisch adäquate Beschreibungen von komplexen, z. B. ikonographischen Sachverhalten erwartet. Hinzu kommt natürlich, dass dort, wo man die Tagger nicht unter Kontrolle hat, auch Missbrauch vorkommt. Und kontrolliert ist die Teilnehmerschaft bei *ARTigo* in keiner Weise. Jede:r kann mitmachen, er oder sie muss sich noch nicht einmal registrieren lassen. Es gibt auch keine Redaktion, die sich die Eingaben noch einmal ansieht. Dafür kommt eben auch eine geradezu astronomisch große Menge an Daten zusammen, siehe die erwähnten zehn Millionen Annotationen. Vor allem zur Vermeidung von Missbrauch kam man auf eine einfache, von Luis von Ahn angeregte Lösung: Ein Tag wurde nur akzeptiert und in die Datenbank aufgenommen, also auch für die Suche zur Verfügung gestellt, wenn er von zwei Personen in einer Spielrunde identisch eingegeben wurde. Dass jemand Adam in Michelangelos Sixtina-Decke mit ‚Elvis Presley‘ identifiziert, ist durchaus vorstellbar, und auch eine Annotation ‚Konrad Adenauer‘ ist bei einem Witzbold denkbar, aber dass beide den armen Adam mit Elvis identifizieren würden,

oder beide mit Adenauer, ist doch ausgesprochen unwahrscheinlich, viel wahrscheinlicher ist vielmehr, dass beide den richtigen Namen taggen werden.

Zwei Perspektiven ergeben sich durch eine Anwendung wie *ARTigo* oder *Steve*. Wie gesagt, mit den vom Publikum vergebenen Tags kann man nach Bildern suchen, und zwar auf eine durchaus subtile Weise. Wer nach ‚Napoleon‘ und ‚Schlacht‘ sucht, bekommt höchstwahrscheinlich Schlachtenbilder aus den napoleonischen Kriegen angezeigt, da beide Begriffe im Laufe der Zeit ziemlich sicher vergeben wurden. Wer ein Landschaftsbild mit wolkenlosem Himmel sucht, gibt eben ‚Landschaft‘ ein und dann ‚-Wolke‘, sodass nur Landschaften kommen, die nicht mit dem Begriff ‚Wolke‘ versehen wurden. Das Minus-Zeichen fungiert hier als Boole’scher Operator ‚nicht‘. Da bei bewölkten Himmeln wahrscheinlich die Annotation ‚Wolke‘ vergeben wurde, wird das Ergebnis ansprechend sein. Sicher, es kommen auch ein paar Himmel mit Wolken, weil sich hier kein Tagger gefunden hat, der Wolke eingegeben hat – aber was soll’s, das Ganze darf man nicht als Wahrheit, sondern nur als Empfehlung verstehen. Es ist Statistik, nicht mehr und nicht weniger.

Darüber hinaus allerdings kann man die vergebenen Begriffe auch zum Training von Künstlichen Intelligenzen nutzen. KI beruht ganz wesentlich auf Training mit Daten, davon war eben schon die Rede. Die Konjunktur der KI in den letzten Jahren beruht vor allem darauf, dass wir jetzt über große Mengen dieser Daten in maschinenlesbarer Form verfügen. Fünf Bilder von Hunden reichen nicht aus, um die Maschine zu einer generalisierten Idee von dem zu bringen, was ein Hund ist bzw. wie ein Hund aussieht (im Unterschied etwa zum menschlichen Kleinkind, das tatsächlich nur so viele Darstellungen braucht), auch 50 nicht. 500 wären schon besser, und noch besser 5.000. In *ARTigo* finden sich 3.214 Bilder mit Hunden (Stand: 21. Juli 2026), damit kann die KI etwas anfangen. Große Datensammlungen wie etwa *CLIP* beruhen auf mehreren hundert Millionen, ja Milliarden Bild-Text-Kombinationen, die die Informatiker im Internet ‚geerntet‘ haben. Die Frage aber, die sich stellt: Sollen wir den Computer durch unsere eigenen Eingaben ermächtigen, Dinge zu tun, für die bislang wir selber zuständig waren? Oder verschärft gefragt: Sollen wir an unserem eigenen Ast sägen und uns überflüssig machen? Ein weites Feld, das hier nicht weiter traktiert werden kann. Aber vielleicht ein Denkanstoß.

Auch eine andere Funktion des Spieles wäre denkbar. Obwohl deutsche Museen jährlich von weit über 100 Millionen Menschen besucht werden, mag man im Angesicht des Siegeszuges der elektronischen Medien die Befürchtung haben, dass der Run auf diese Museen zukünftig eher schwächer werden wird. Zu fragen wäre daher, ob nicht ebendiese elektronischen Medien auch zum Werbeinstrument für die Museen werden könnten. In diesem Sinne ließen sich Social-tagging-Anwendungen wie die beschriebenen verwenden – zum Beispiel, indem ich in *ARTigo* die Möglichkeit biete, nur mit den Bildern aus einem bestimmten Museum zu spielen, um so dann auch gleich herausfinden zu lassen, was für schöne Dinge sich in diesem Museum befinden. Wenn ich dann auch noch die besonders aktiven Annotierer mit einem Preis belohne – zum Beispiel mit einem Ausstellungskatalog, von denen in vielen Museen oft hunderte unverkaufte Exemplare in irgendeinem Keller verrotten –, dann wäre es doch gelacht, wenn in diesem Mitspielenden nicht auch ein treuer Besucher

des Museums gewonnen wäre. Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Aber gerade an dieser Stelle wird mehr als deutlich, wie sehr sich die Rolle der Museen und der in ihnen Arbeitenden unter digitalen Bedingungen verändern kann. Wie würde der anfänglich beschriebene Museumskurator auf die Zumutung reagieren, eine derartige Aktivität zu entfalten?

Um Klassifizierungs-Anwendungen zu schaffen, kann man eigene Software herstellen. Es gibt aber auch die Möglichkeit, sich großer Plattformen zu bedienen. Dafür kommt zum Beispiel *flickr* in Frage, ein Online-Fotodienst, der vor zehn Jahren en vogue war, heute aber nur noch ein Schattendasein fristet. Die amerikanische Library of Congress hat hier 3.000 Fotos aus ihrem Bestand veröffentlicht, die dadurch viel häufiger angesehen wurden, als wenn sie nur auf dem Server der Bibliothek vorhanden gewesen wären, und die in nur wenigen Monaten mehrere tausend Kommentare auf sich gezogen haben. Zwar gilt die alte Regel auch hier, dass 90 % aller Nutzenden reine Lesende sind und sich nur 1 % intensiv beteiligt, aber 1 % von einer großen Zahl ist eben auch eine Menge. Eine gute Möglichkeit solcher viel genutzten Online-Plattformen ist es auch, spezifische Kenntnisse der User anzupapfen und zum Beispiel nach der Identität von auf Fotos Dargestellten zu fragen.

VIII. Projekte zur Komplementierung / Kontextualisierung

Als Crowdsourcing kann man auch Aktivitäten einordnen, die über die schlichte, dabei in manchen Fällen durchaus anspruchsvolle Markierung von Objekten hinausgehen und die den Mitmachenden einen größeren Handlungsspielraum belassen. In Halle/Westfalen ist ein ganzes Museum entstanden, das die verschiedenen Phasen der Stadtgeschichte mit Objekten visualisiert, die von Einwohnern des Ortes und von Menschen aus dessen Umgebung geliefert wurden. Es hat den schönen Namen *Haller ZeitRäume* erhalten. Der Clou dabei: Diese Objekte werden digitalisiert und nur in virtueller Form in das ebenso virtuelle Museum eingestellt. So muss man wohl die Milchkanne, den Babykorb und die Geldstücke aus der Nachkriegszeit, die in der Sektion „Ankommen und Weiterleben“ platziert sind, als Hinterlassenschaften Haller Bürger verstehen, die immer wieder einmal darum gebeten werden, historisch interessante Teile zu liefern. Zwar war in Halle ursprünglich ein ‚echtes‘ Museum in einem alten Fachwerkhaus geplant, das Projekt wurde aber aus Kostengründen aufgegeben.

Immerhin hat man aber das Haus im Netz genau nachgebildet und in dieser Form als Ausstellungsrahmen verwendet – ein interessantes Beispiel für die vielfach zu beobachtende Tatsache, dass neue Medien erst einmal die alten nachahmen. Ansonsten aber gibt sich das Museum modern. Die neuen Medien werden hier zum Beispiel auch genutzt, um das Angebot in die Öffentlichkeit zu tragen. So wurde 2021 ein Touchscreen an einem zentralen Platz des Ortes aufgestellt, von wo aus die Inhalte ebenfalls zu besuchen sind. Ein interessantes Konzept: Die Leute kommen nicht zum Museum (das es ja sowieso nur im virtuellen Raum gibt), sondern das Museum kommt zu den Leuten – die anfänglich beschriebene Nobilitierungsgeste wird an dieser Stelle denkbar radikal konterkariert! Ansonsten aber wartet das Museum mit allem auf, was man von ihm kennt: Es gibt Sonderausstellungen,

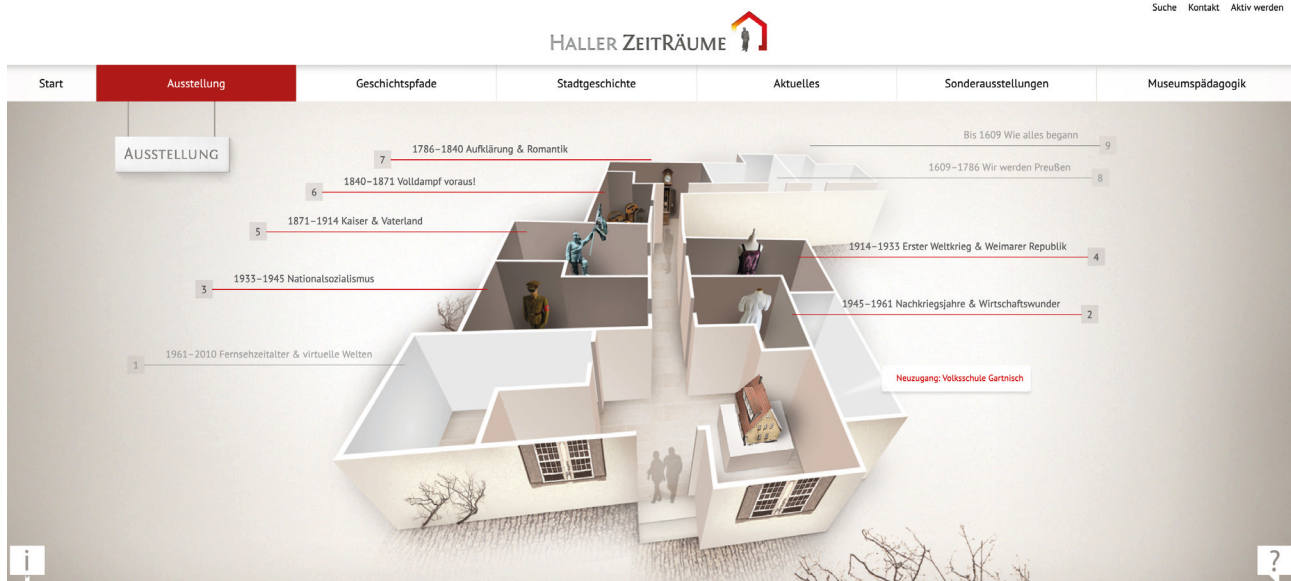


Abb. 6: Haller ZeitRäume: Überblicksseite

die dann übrigens teilweise auch in den echten Raum ausgreifen und etwa im Rathaus platziert werden, eine Museumspädagogik, die vor allem Schülern ein Angebot machen will, und auch eine Museumsleitung: Dr. Katja Kosubek hat die *ZeitRäume* 2008 initiiert, die sich seitdem offenbar steigender Beliebtheit erfreuen.

Wir können bei der Konzeption der *Haller ZeitRäume* von Komplementierung sprechen, insofern die Crowd eigenes Material hinzufügt, das dann virtuell oder ‚in real life‘ ausgestellt wird. Vorformen für solche Aktivitäten hat es natürlich schon immer gegeben, etwa dort, wo Privatpersonen einem Museum ein Kunstwerk oder andere Sammlungsgegenstände stiften.

Wohl wegen seiner skurrilen Grundidee bekannt geworden ist das Zagreber *Museum der zerbrochenen Beziehungen*, das eine Zeit lang durch verschiedene europäische Städte getourt ist. Hier wurden Gegenstände gezeigt, die an vergangene Lieben erinnerten. Ausgangspunkt war die Geschichte der beiden kroatischen Künstler Olinka Vištica und Dražen Grubišić, die auf diese Art über ihre schmerzvolle Beziehung hinwegkommen wollten, und wären sie nicht Künstler gewesen, hätten sie wohl auch nicht auf eine derartig schräge Idee kommen können. Im Jahr 2007 machte das Museum Station im Berliner *Tacheles*. Wer beitragen wollte, brachte sein Liebeszeug einfach mit (<https://www.bz-berlin.de/archiv-artikel/das-museum-der-zerbrochenen-beziehungen>). Einer lieferte eine Axt ein, mit der er sämtliche Möbel zerlegt hatte, die seine untreu gewordene Geliebte bei ihm hinterlassen hatte. Nun ja, die Idee dürfte eine Eintagsfliege sein und gehört in den Bereich der Skurrilitätenkabinette, die in der Öffentlichkeit immer wieder für Aufsehen sorgen. Aber auch hier ist die Idee der Komplementierung realisiert, und man wird diese auch in seriöseren Bereichen verfolgen dürfen.

Wir waren so frei ist eine Unternehmung der Deutschen Kinemathek und der Bundeszentrale für politische Bildung. Zeitzeugen wurden anlässlich dieser Ausstellung 2009 gebeten, fotografisches und filmisches Material zum Mauerfall 1989 einzureichen und dieses

Menschenmenge auf dem Kurfürstendamm

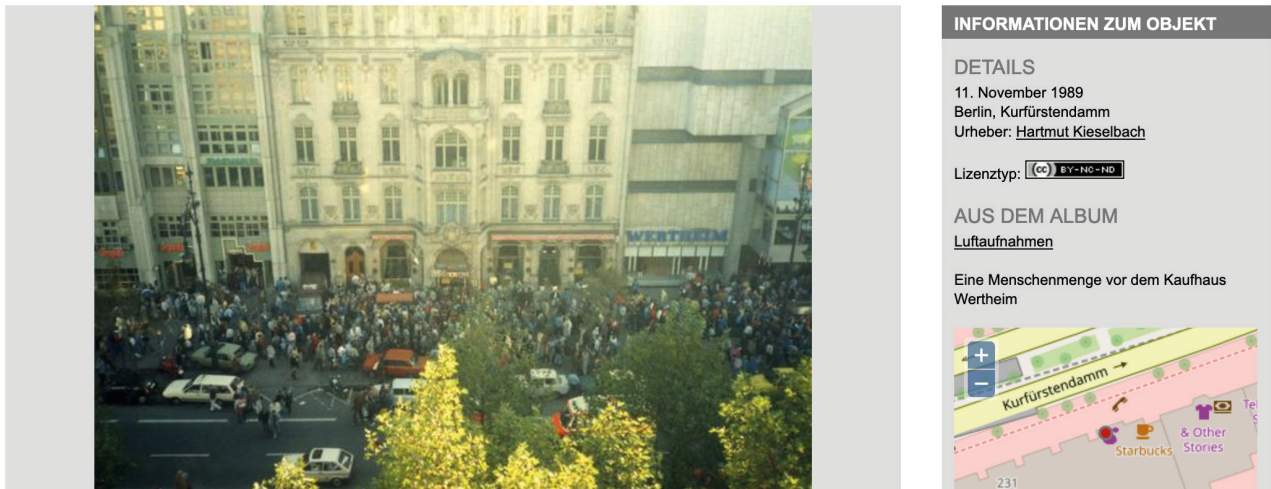


Abb. 7: *Wir waren so frei*: Benutzeroberfläche mit dem Foto von Hartmut KIESELBACH: *Menschenmenge auf dem Kurfürstendamm*

gegebenenfalls auch zu kommentieren. Das ist in insgesamt 7.000 Fällen passiert, die Aufnahmen werden bis heute vor allem im Unterrichtskontext genutzt. Und auch nachdem es im Anfangsjahr eine kuratierte Ausstellung in der Berliner Deutschen Kinemathek gegeben hat, werden weiterhin passende Fotos hochgeladen. Die textlichen Einordnungen geben den Materialien aber einen Charakter, der über das reine Einliefern von Zeugnissen hinausgeht und auch persönliche Einschätzungen einschließt. Interessant war das Projekt auch in einer anderen Hinsicht: Es war eine der ersten Unternehmungen, die die aus den USA gekommene Idee der Creative Commons ernst nahmen: Bilder stehen hier zur freien Weiterverwendung zur Verfügung und können teilweise sogar für kommerzielle Zwecke benutzt werden. Zur Weiterverwendung gehört auch die Verfremdung (gilt nur für einige) und Kommentierung.

Die hinter den Creative Commons stehende Idee hängt eng mit einer Bewegung zusammen, die ‚Digitale Allmende‘ genannt wird und die in manchen Ländern sogar von eigenen Vereinen hochgehalten wird. Die Allmende ist im Mittelalter und in der Frühen Neuzeit ein Gemeinschaftsgut, auf das alle Mitglieder eines Ortes zugreifen konnten, das sich also dem Privateigentum entzog, zum Beispiel der Dorfanger oder gemeinsam genutzte Weideflächen. Im Zuge der Durchsetzung des kapitalistischen Wirtschaftssystems im Kontext der Industrialisierung geriet die Allmende unter Druck und wurde zugunsten des Privateigentums immer stärker zurückgedrängt. Aber die Gemeinschaftsidee, die mit Sozialismus gleichzusetzen wohl defätistisch wäre, blieb erhalten und ist in der digitalen Allmende wieder auferstanden. Sie hat hier auch ihren kritischen Charakter beibehalten und möchte den digitalen als einen gemeinschaftlichen Raum erhalten, eine Idee, die manche angesichts des Siegeszuges der Silicon-Valley-Megafirmen für naiv halten mögen.

Auch ein ziemlich aktuelles, wenn auch schon fast wieder vergessenes Ereignis ist Gegenstand von Materialsammlungen geworden, die in Museen etabliert werden. Gemeint ist die

Corona-Pandemie, die zu Beginn der 2020er Jahre das alles beherrschende Thema war. Dass sie musealisiert wird, ist nicht selbstverständlich. Zum einen wird hiermit die klassische Idee von Hochkunst und Hochkultur unterwandert, die mindestens im Museum lange Zeit dominiert hat (wenn auch in erster Linie im Kunstmuseum), zum anderen wird unmittelbar gegenwärtig gesammelt, während Museen traditionell eher auf sogenannte ‚abgeschlossene Epochen‘ zurückgriffen und damit nur Objekte ankauften, die schon mindestens etwas älter waren. Gerade im Feld der Gegenwartskultur ist die Beteiligung des Publikums natürlich naheliegend, ist doch dessen Zugriffsmöglichkeit auf Gegenstände, die einen Pandemie-Bezug hatten, besonders offensichtlich. Hinzu kommt aber auch die Notwendigkeit von dessen aktiver Beteiligung, weil angesichts des Charakters solcher Gegenstände das Risiko groß ist, dass diese verloren gehen.

Die Stadt Wien bot gleich nach dem ersten Lockdown mehrere Ausstellungen zum Thema an. ‚Rapid Response Collecting‘ wird eine solche Form der Sammlungsaktivität genannt, und in der Tat, hier war die Antwort derartig schnell, dass sie eigentlich schon vor dem Ende des ausgestellten Phänomens gegeben wurde. Gemindert wird dadurch die Autorität der Institution, weil sie gar nicht die Zeit und den Abstand hat, die Phänomene in traditioneller Weise zu ordnen und zu präsentieren. Dem Betrachtenden verlangt die Ausstellung keine Abstraktionsleistung mehr ab. Sie wird hier zur unmittelbaren Lebensbegleiterin – mit Fotos und Objekten, die von der Öffentlichkeit selber eingeliefert wurden.



Abb. 8: Maskenkleid von Jacqueline Hagenstein (2020), Stadtmuseum Berlin, eingesandt zum Aufruf *Berlin Jetzt!*

IX. Projekte zur Ko-Kuratierung

Noch ein wenig kreativer wird der Crowdsourcer dort, wo er oder sie zum Mitgestalter einer Ausstellung wird, obwohl die Steigerung eigentlich nur begrenzt ist. Genau genommen wird hier der Begriff des Crowdsourcings sogar ziemlich überdehnt. *Nextmuseum.io* ist eine avantgardistische Museumsbewegung, die sich in ihrer Namensgebung deutlich an

der Theorie des Wittener Soziologen Dirk Baecker und seiner Idee von der ‚next society‘¹⁵ orientiert. In der Internet-Präsentation¹⁶ heißt es gleich zu Beginn: „nextmuseum.io ist eine institutionsübergreifende digitale Community-Plattform, auf der alle Interessierten aktiv an der Konzeption von Ausstellungen und der Entwicklung experimenteller Ansätze mitwirken und diskutieren können.“ Gedacht ist dabei insbesondere an die Konzepte von Co-Kuratierung und Co-Creation. Das Angebot richtet sich in erster Linie an professionelle Kuratoren und entspricht damit der bisher zugrunde gelegten Definition des Crowdsourcing nicht, aber es sind eben auch weitere Interessierte angesprochen. Mit den Begriffen der Co-Kuratierung und der Co-Creation dürfte die Königsdisziplin des Crowdsourcing im Kulturbereich umschrieben sein. Hier entsteht nicht der Verdacht, dass der Datenlieferant ein schlichter Fließbandarbeiter im Garten des Geistes ist, da er sich in einem umfassenden Ausstellungs-Projekt wenn nicht gleichberechtigt, so doch auf verschiedenen Ebenen einbringt. Umso größer ist hier allerdings auch die Gefahr, dass Experten sich in ihrer Existenz bedroht sehen oder doch die Mitarbeit der Laien nicht wirklich ernst nehmen. Gegenüber dem Einliefern von Material (Komplementierung) und dessen Kommentierung (Kontextualisierung) geht es hier um eine umfangreichere Einordnung, die auch das Verhältnis dieser Materialien untereinander betrifft – so wie das bei einer Ausstellungskuratierung eben zu geschehen hat.

Ausdrücklich als eine von Laien, Künstler:innen und Kurator:innen durchgeführte Ausstellung war *Kunstreichgewächse* gedacht, eine analoge Ausstellung im Museum Ulm, deren Vorbereitung weitgehend über das Internet lief. Im Jahr zuvor hatte dieses schon öfter durch seine originellen Konzepte aufgefallene Museum einen weltweiten Aufruf gestartet, in dem Vorschläge zum Thema ‚Paradiesgarten‘ in der Kunst angefragt wurden. Die ausdrücklich weltweite Verbreitung hatte den Zweck, die traditionell eurozentrische Ausrichtung zu vermeiden und für Diversität zu sorgen.

In einer Zeit der Dystopien, in der multiple Krisen unsere Welt aus den Angeln heben und die Zukunft grau erscheint, macht das Museum Ulm mit dieser ersten über die digitale Plattform *nextmuseum.io* kuratierten Ausstellung sich auf die Suche nach dem paradiesischen Garten Eden. Der verwunschene Garten war, ist und bleibt als Ort des Rückzugs und der Idylle ein Sehnsuchtsmotiv. Als Ideal verklärt, steht der Garten heute mehr denn je für die verlorene Einheit von Mensch und Natur. Seine Schönheit vermittelt eine Idee des Überirdischen und der Herrlichkeit des Paradieses, nach dem sich die Menschen seit Jahrhunderten sehnen.¹⁷

Nextmuseum.io kommt mit hochgespannten Vorstellungen daher. Zuvor hatte es durchaus auch schon bescheidenere Ansätze der Co-Kuratierung gegeben. Als das Wallraf-Richartz-Museum vor einem Jahrzehnt einmal Werke aus dem Depot ausstellte und das Publikum um eine Wahl des Lieblingsbildes bat, das dann für ein Jahr in der Dauerausstellung prä-

15 Vgl. Dirk BAECKER: *Studien zur nächsten Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 2007.

16 <https://www.ulm.de/leben-in-ulm/digitale-stadt/im-digitalen-wandel/kultur> [11.7.2026]. – Vgl. auch <https://nextmuseum.io/> [11.7.2026].

17 Museum Ulm: *Kunstreichgewächse – Bitte giessen!* (24.7.–17.10.2021), <https://museumulm.de/ausstellung/kunstraumgewaechse-bitte-giessen/> [11.7.2026].



Abb. 9: *Click! A Crowd-Curated Exhibition*, Brooklyn Museum 2008

sentiert wurde, war dessen kuratorischer Anteil nicht eben hoch, aber die Idee als solche konnte bestechen, selbst wenn von manchen Seiten an dieser Stelle der Einwand kommt, hier würden nur die unterschwellig reaktionären Kunstvorstellungen der Öffentlichkeit befördert. Etwas anders sah das schon bei der New Yorker Ausstellung *Click* aus, mit der sich das Brooklyn Museum 2008 an die Spitze der innovativen Museen stellte. In einem ersten Durchgang wurden lokale Fotografen darum gebeten, Arbeiten einzureichen, die in ihren Augen dem Motto einer geplanten Ausstellung zu ‚Changing Faces of Brooklyn‘ entsprachen. Das ist schon einmal ungewöhnlich, aber spannend wird es erst danach: Denn jetzt wurde das Publikum um eine Einschätzung der eingesandten Fotografien gebeten, und sein Urteil ging in die Ausstellung mit ein. Hier war der Einfluss schon um einiges größer. Richtig durchgreifend wird der Anteil allerdings erst da, wo die Öffentlichkeit auf Augenhöhe mit den Kuratoren agiert, wenn sie diese nicht ganz überflüssig macht.

Eine ganz ungewöhnliche Ausstellung fand 2016 in der Wiener Kunsthalle statt. Österreich ist im Bereich der elektronischen Künste überhaupt ziemlich weit vorne. Die Besucher wurden gebeten, für *One, No One and One Hundred Thousand* die Werke von neun internationalen Künstler:innen in einem Raum zu arrangieren, sie also ‚ausstellungsfertig‘ zu machen. Das Arrangement wurde dann fotografiert und wieder weggeräumt, sodass der Nächste zum Zuge kam. Man mag sich über die Sinnhaftigkeit einer solchen Verfahrens-

weise streiten, vielleicht ist die Idee hier mehr wert als das Ergebnis. Aber ein Denkanstoß war das in jedem Fall, selbst wenn das komplett kuratorenfreie Ausstellungswesen, das in der Wiener Kunsthalle vorgestellt wurde, sicherlich nicht die Zukunft des Museums ausmacht.

Im Grunde geht die Idee von der produktiven und nicht nur rezeptiven Beteiligung des Publikums am Ausstellungswesen auf ältere Demokratisierungsvorstellungen zurück, die man erneut als Erbe der 1968er-Bewegung verstehen kann. Sehr gut sichtbar ist das bei einer Reihe von Unternehmungen, die am Frankfurter Historischen Museum in Angriff genommen wurden, das sich ausdrücklich bis heute in diese Tradition stellt.

Vor allem im sogenannten ‚Stadtlabor‘ versuchen die Kuratoren des Museums bis heute, die Idee der Öffentlichkeitsbeteiligung zu realisieren, und zwar zunehmend mit digitalen Mitteln. Anlässlich der *Sommertour* wurden 2015 sämtliche Frankfurter Stadtteile bereist und die dort Wohnenden mittels Fragebögen über ihr lokales Lebensgefühl befragt. Der Hintergrund dabei war, dass man eine solche Idee von städtischer Realität nur sehr begrenzt mit den klassischen Objekt-Ausstellungsstücken repräsentieren konnte. Auf einer vom Hauptausstellungsraum abgezweigten Fläche von 600 Quadratmetern wurden die Ergebnisse präsentiert, und ausdrücklich waren auch an der Konzeption der Ausstellung selber die Frankfurter Bürger:innen beteiligt. Vor einigen Jahren kam das ‚Stadtlabor digital‘ hinzu, in dem eine interaktive Karte die Möglichkeit bot, zu einzelnen darin abgebildeten Orten Fotos und Geschichten hochzuladen.

X. Utopien der Ko-Kuratierung

Unmittelbar überzeugend wie etwa die Klassifizierungsprojekte scheinen mir die Co-Kuratierungen nicht. Das hat sicherlich auch mit der wenig formalisierbaren Natur der Aufgabe zu tun. Allerdings habe ich doch den Eindruck, dass hier mehr möglich wäre, und beschreibe jetzt einmal eine Idee, deren Realisierung sicherlich in nicht allzu ferner Zukunft anstehen wird. Man nehme: eine Schulklasse mit 16- oder 17-Jährigen, einen Museumskurator oder Lehrer, einen großen, möglichst horizontalen Bildschirm, wie er heute schon in manchen Museen zu finden ist und der über einen WLAN-Anschluss verfügt. Kunstwerke zu einem bestimmten Thema, die zum Beispiel auch über die vorgestellten Systeme *Steve* und *ARTigo* zu eruieren sind, werden der Gruppe zugespielt, die dieses Material auf dem Bildschirm sinnvoll zu einer virtuellen Ausstellung zusammenstellt. Das klingt einigermaßen utopisch, ist es aber technologisch nicht, da die entsprechende Software existiert und da eine moderierende Instanz (der Kurator/Lehrer) vorhanden ist. Themen? Etwas Jugendaaffines, möglichst nichts klassisch Kunsthistorisches, das an Künstlernamen orientiert ist, sondern – warum nicht? – ‚Liebe‘, ‚Ökologie‘, da sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. Die ganze Ausstellung kann dann im Internet platziert oder über einen Beamer am Ort projiziert werden. Der möglichst horizontale Bildschirm hätte eine gemeinschaftsstiftende Funktion und würde die Kommunikation intensiver gestalten, als das bei einem reinen Online-Unternehmen der Fall wäre, bei dem alle Teilnehmer:innen zuhause an ihren Computern säßen.

Sicher, eine Schulklasse ist nur in einem sehr begrenzten Maß mit einer Crowd gleichzusetzen. Aber mit dem Gedankenexperiment soll auch der Tatsache Rechnung getragen werden, dass komplexere Prozesse, wie sie nun einmal in einer Ausstellungsvorbereitung vorliegen, im Gegensatz zu einem Klassifizierungsprojekt nicht auf dem Wege einer anonymen Kooperation im Internet, womöglich noch ohne Moderator, möglich sind. Sie bieten aber die Chance und vielleicht auch die Notwendigkeit, auch im anstehenden virtuellen Zeitalter nicht vollständig auf die Präsenz von körperlich anwesenden Personen zu verzichten.

XI. Alles zusammen in ArtUK

Einem herausragenden Angebot, das in gewisser Weise alle hier vorgestellten Crowdsourcing-Typen integriert, begegnen wir in Großbritannien. Die angelsächsische Welt ist insgesamt führend in der Anwendung digitaler Techniken auch im Bereich des Cultural Heritage. Im United Kingdom kommt eine lange Tradition der Vermittlung kulturellen und gerade auch kunsthistorischen Wissens in einer breiten Öffentlichkeit hinzu; erinnert sei an Kenneth Clarks Serie *Civilization*, mit der er schon 1969 im BBC-Fernsehprogramm und danach in der gesamten Englisch sprechenden Welt eine ungeheure Zahl von Zuschauern begeisterte. Oder auch an Neil McGregor, der mit seiner *History of the World in 100 Objects* im Radio quasi die gesamte britische Öffentlichkeit faszinierte, die sich zu einer bestimmten Uhrzeit (!) um die Radios versammelte. Ebendiese BBC war auch an der Einrichtung eines Angebotes beteiligt, das zunächst unter dem Titel *Your Paintings* firmierte, heute aber *ArtUK* genannt wird. Dieses Angebot ist insgesamt vorbildlich, beeindruckend aber vor allem in den Partizipationsmöglichkeiten.

Einmal kann man tagen. Und zwar 300.000 Kunstwerke von 50.000 Künstlern aus 3.400 Museen. Denn *ArtUK* strebt an, den gesamten öffentlichen Kunstbesitz bei sich verfügbar zu machen. Auffällig ist dabei, dass die besten Tagger namentlich auf der Seite mit ihren Leistungen genannt werden. Im Unterschied etwa zu *ARTigo* werden die Eingaben durch Vorschlag von präziseren Begriffen gegenüber dem vom Publikum eingegebenen ein wenig gelenkt und auch die Angaben zu Titel und Künstler werden schon gleich zu Beginn genannt. Außerdem werden keine völlig offenen Eingaben zugelassen, sondern die Fragen sind fokussiert und möchten vom Teilnehmenden Orte benannt bekommen, die eventuell im Werk gezeigt werden, oder auch Personen.

Neben diesen typischen Klassifizierungstätigkeiten sind aber eben auch eigenständigere Aktivitäten möglich, die bis in die Organisation einer eigenen Ausstellung reichen. Fast 2.000 dieser virtuellen Ausstellungen wurden bisher realisiert. In den meisten hat man sich mit einer einstelligen Anzahl von Kunstwerken begnügt, es gibt aber auch solche mit mehr als 100. Erleichtert wird das durch eine ausgesprochen intuitiv zu bedienende Software, die allerdings ihre leichte Handhabung durch eine relativ geringe Layout-Flexibilität erkauft. Manche Kuratoren begnügen sich mit einer kurzen Einführung und präsentieren dann eine Reihe von Werken, andere kommentieren jedes einzelne Werk (Beispiel: *Darkness into*

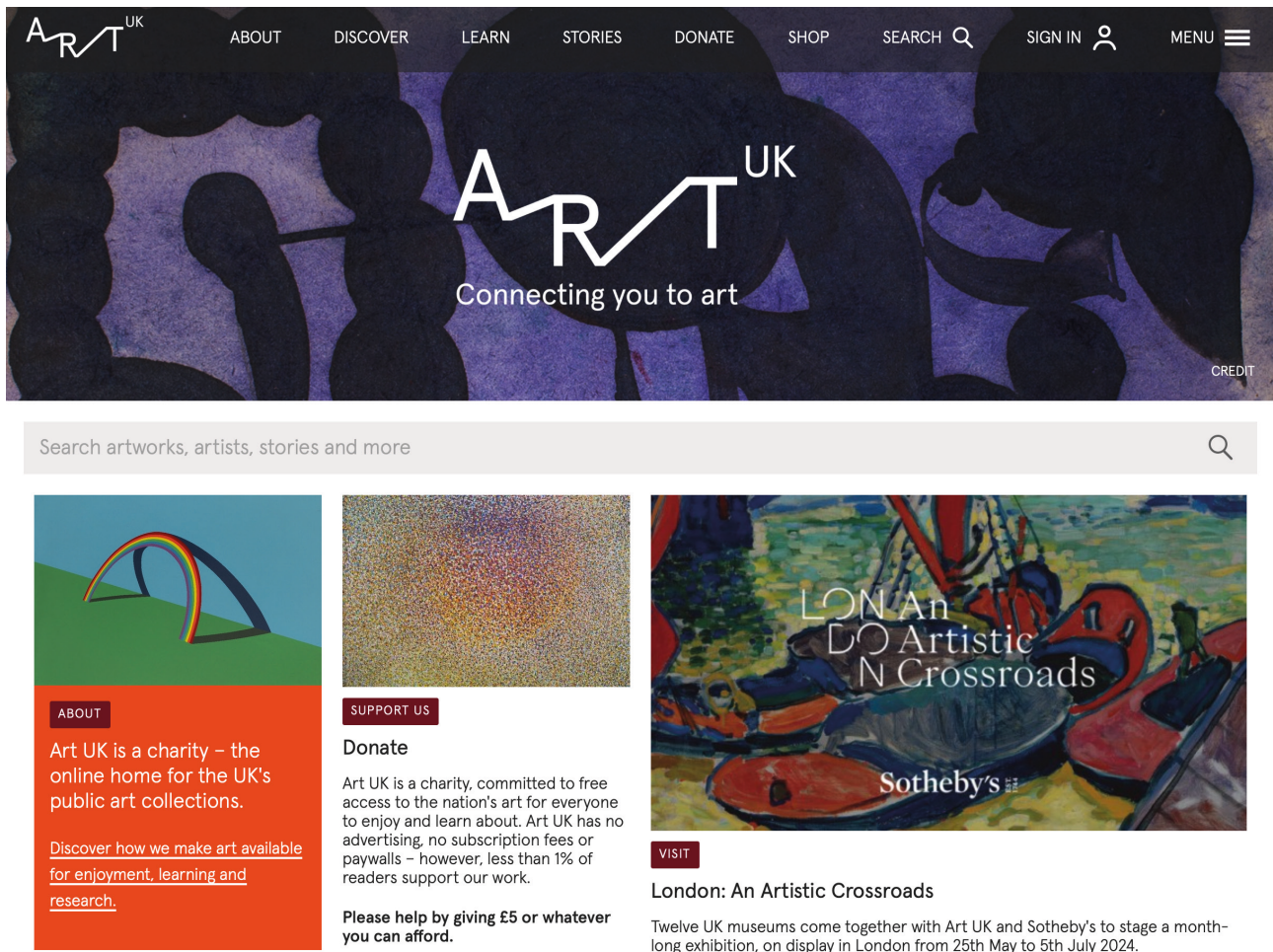


Abb. 10: Leitseite von ArtUK

Light: the Emotional Power of Art). Okay, das ist keine wirkliche Co-Curation, weil alles auf Einzelaktivitäten zurückgeht, aber immerhin wird hier eben der User zum Gestalter.

Das Schöne bei *ArtUK* ist, dass die verschiedenen Partizipationsformen eingebunden sind in eine umfassende Präsentation der gesamten europäischen und nichteuropäischen Kunstgeschichte, die man auch rein rezeptiv studieren kann. Interessierte Besucher beginnen damit, wechseln dann vielleicht auf der Basis dessen, was sie dort gelernt haben, zu einem für sie eindrücklichen Künstler, dessen Werke sie taggen, und stellen dann eine kleine Ausstellung im Ausgang von einer Beschreibung zusammen, die ihnen beim Tagging aufgefallen ist. Kaum kann man sich eine Aktivitätsmischung vorstellen, die in ihren rezeptiven und produktiven Anteilen lehrreicher ist. Es gibt spezielle Angebote zur Schulung der ‚visual literacy‘ von Kindern, Schreibwettbewerbe für Jugendliche – natürlich mit kunstgeschichtlichem Fokus – und vor allem auch Hinweise zum Besuch des jeweilig besitzenden Museums. Die Nutzenden-Statistik ist dementsprechend. In einem Monat hat die Seite ca. 700.000 Zugriffe, und innerhalb von 12 Monaten sind knapp 50.000 Kunstwerke mit 380.000 Tags versehen worden.¹⁸

18 Vgl. <https://artuk.org/participate/tagger> [11.7.2026].

XII. Politische Bedeutung der Einbindung der Laien

Die hier präsentierten Aktivitätsformen waren auf den Bereich der Kultur beschränkt und zeigten meist eine gewisse Affinität zur Wissenschaft. Insofern gehören sie in einen weiteren Bereich hinein, der unter Begriffen wie ‚open access‘ und ‚open science‘ verhandelt wird. In erster Linie wird mit diesen Konzepten eine Publikationsform von wissenschaftlichen Ergebnissen bezeichnet, die auf Offenheit und insbesondere Kostenfreiheit setzt. Angestrebt wird dadurch unter anderem, dass die Ergebnisse der Wissenschaft von all denen konsumierbar sind, die sie auch finanzieren, und das sind zumeist die Steuerzahler – eine Forderung im Übrigen, die ganz und gar nicht allgemein geteilt wird. Die andere Seite der Medaille wird genau durch das abgedeckt, was in diesem Heft beschrieben wurde: Die Öffentlichkeit wird hiermit nicht nur zum Rezipienten von Wissenschaft, sondern zu ihrem Mitproduzenten, wie bescheiden der Beitrag auch sei. Aufgebrochen wird die Geschlossenheit wissenschaftlicher Kommunikationssysteme; zugleich wird die Öffentlichkeit mit Bereichen der Wissensbildung vertraut gemacht, die auf eine möglichst große Solidarität angewiesen sind. Nicht erst seit der Corona-Pandemie ist die Skepsis bedeutender Teile der Öffentlichkeit gegenüber der Wissenschaft gestiegen, eine Tatsache, die vielleicht auch mit ihrem ‚closed shop‘-Charakter zu tun hat.

Power to the people! – Man mag sich nach dem Gelesenen darüber streiten, ob das ein angemessenes Motto für das Crowdsourcing ist. Ideologiekritiker werden darauf hinweisen, dass die ‚power‘ der Mitwirkenden doch in einer ziemlich mechanischen Tätigkeit besteht, oder sogar einwenden, dass hier Ameisenarmeen herangezogen werden. Und sie werden betonen, dass es doch ein sehr zweifelhafter Begriff von ‚power‘ sei, wenn das Wort für Tätigkeiten verwendet wird, durch die Menschen sich selber überflüssig machen. Gewogenere dürften unterstreichen, dass die Tätigkeit so einfach auch wiederum nicht ist und dass bei den Transkriptionen etwa oder beim Co-Kuratieren doch einiges an Grips und Erfahrung verlangt wird. Die Entscheidung darüber, wie diese Tätigkeit einzuschätzen ist, liegt – wie immer – im Auge des Betrachters. Niemand aber wird bestreiten, dass das grundsätzliche Modell, das hinter diesen Anwendungen steckt, einen tiefen Einschnitt in die gängigen Methoden der Erschließung von kulturellen Gütern darstellt und dass Kultur hier in einem ganz anderen Sinne verhandelt wird, als das üblich war.

Literatur

- Theodor W. ADORNO: „Valéry Proust Museum“, in: ders.: *Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 1955, 215–231.
- ArtUK, <https://artuk.org/participate/tagger> [11.7.2026].
- Dirk BAECKER: *Studien zur nächsten Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 2007.
- Patrick BAHNERS: „Was macht man im Museum?“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 5. Juni 2023.
- Bürger schaffen Wissen*, <https://www.buergerschaffenwissen.de>, online von April 2014 bis April 2024 (vgl. https://web.archive.org/web/20140315000000*/https://www.buergerschaffenwissen.de); weiterhin verfügbar unter <https://www.mitforschen.org/> [11.7.2026].
- CLIP: *Connecting text and images* (5.1.2021), <https://openai.com/index/clip/> [11.7.2026].
- David GRAEBER: *Bullshit Jobs: A Theory*, New York 2018.
- Jeff HOWE: *Crowdsourcing. Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*, New York 2008.
- ICOM (International Council of Museums): „Museum Definition“ [angenommen am 24. August 2022], <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> [11.7.2026].
- ICOM (International Council of Museums) Deutschland: „Museumsdefinition“, <https://icom-deutschland.de/netzwerk/museumsdefinition/> [11.7.2026].
- Museum Ulm: *Kunstreichgewächse – Bitte giessen!* (24.7.–17.10.2021), <https://museumulm.de/ausstellung/kunstraumgewaechse-bitte-giessen/> [11.7.2026].
- nextmuseum.io*, <https://nextmuseum.io/> [11.7.2026].
- Johan OOMEN & Lora AROYO: „Crowdsourcing in the Cultural Heritage Domain. Opportunities and Challenges“, in: *Proceedings of the 5th International Conference on Communities and Technologies*, New York 2011, DOI: [10.1145/2103354.2103373](https://doi.org/10.1145/2103354.2103373).
- Mia RIDGE: *Crowdsourcing our Cultural Heritage*, Farnham 2014.
- Mia RIDGE, Samantha BLICKHAN & Meghan FERRITER: *The Collective Wisdom Handbook: Perspectives on Crowdsourcing in Cultural Heritage*, Digital Scholarship at the British Library (seit 21. April 2021), DOI: [10.21428/a5d7554f.1b80974b](https://doi.org/10.21428/a5d7554f.1b80974b).
- Mia RIDGE, Meghan FERRITER & Samantha BLICKHAN: *Recommendations, Challenges and Opportunities for the Future of Crowdsourcing in Cultural Heritage: a White Paper* (30. Juni 2023), <https://zenodo.org/records/8108024> [11.7.2026].
- Chris RILEY: „Transcription Update – June 2023“, *Transcribe Bentham* (5. Juni 2023), <https://blogs.ucl.ac.uk/transcribe-bentham/2023/06/05/transcription-update-june-2023/> [11.7.2026].

Friedrich SCHILLER: „Ueber die ästhetische Erziehung des Menschen in einer Folge von Briefen“, in: *Die Horen* 1 (1795), Heft 1, 7–48; Heft 2, 51–94; Heft 6, 45–124.

Andrea SCHILZ: „Anybody out there? Der Begriff der Masse im Crowdsourcing“, in: *Zeitschrift für digitale Geisteswissenschaften* 7 (2022), DOI: [10.17175/2022_003](https://doi.org/10.17175/2022_003).

James SUROWIECKI: *Die Weisheit der Vielen: Warum Gruppen klüger sind als Einzelne und wie wir das kollektive Wissen für unser wirtschaftliches, soziales und politisches Handeln nutzen können*, München 2005.

Alvin TOFFLER: *The Third Wave*, New York 1980.

Peter WEIBEL: „Web 2.0 und das Museum“, in: Michael Mangold, Peter Weibel & Julie Woletz (Hgg.): *Vom Betrachter zum Gestalter: Neue Medien in Museen – Strategien, Beispiele und Perspektiven für die Bildung*, Baden-Baden 2007, 23–32.

zooniverse, <https://www.zooniverse.org/> [11.7.2026].

Abbildungen

1. Robert SMIRKE: British Museum (1823–1852), Foto: Ham 2006, CC-BY-SA, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:British_Museum_from_NE_2.JPG [11.7.2026].
2. *Digitalkoot*, National Library of Finland / Kansalliskirjasto (http://www.digitalkoot.fi/index_en.html, aktiv von Februar 2011 bis November 2012; online zugänglich bis 2019), Screenshot aus Ville Miettinen: „Digitalkoot: electrifying the Finnish Cultural Heritage“, in: *BooksOnline '11: Proceedings of the 4th ACM workshop on Online books, complementary social media and crowdsourcing*, 55 f., DOI: 10.1145/2064058.2064071.
3. Eingabefenster für *Transcribe Bentham* (2012), Screenshot nach Tim CAUSER & Valerie WALLACE: „Building A Volunteer Community: Results and Findings from Transcribe Bentham“, *Digital Humanities Quarterly*, 6:2 (2012), <http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/6/2/000125/000125.html> [11.7.2026].
4. *Steve.Museum* (2005–2011), Screenshot von der nicht mehr zugänglichen Seite <http://www.steve.museum> [Archiv des Autors].
5. Eingabemaske für *ARTigo*, <https://www.artigo.org/de/game> [Archiv des Autors].
6. Überblicksseite von *Haller ZeitRäume. Digitales Geschichtsmuseum der Stadt Halle Westfalen* (Webdesign: Annika Gandelheid), <https://www.haller-zeitraeume.de/ausstellung> (online seit 2010) [11.7.2026].
7. *Wir waren so frei*, Screenshot der Benutzeroberfläche des Portals mit dem Digitalisat des Fotos von Hartmut KIESELBACH: *Menschenmenge auf dem Kurfürstendamm* vom 11.11.1989, CC-BY-NC-ND 3.0 DE, https://wir-waren-so-frei.de/index.php/Detail/Object/Show/object_id/26 [15.7.2025] sowie einer grauen Infobox rechts [Archiv des Autors].
8. *Maskenkleid* (2020), Design: Jacqueline Hagenstein, Stadtmuseum Berlin, Inv.-Nr. BJ 0963, Foto: Jacqueline Hagenstein (16.4.2020), <https://sammlung-online.stadtmuseum.de/Details/Index/1659047> [11.7.2026].
9. *Click! A Crowd-Curated Exhibition*, Brooklyn Museum (27.6.2008–10.8.2008), Brooklyn Museum photograph (2008), https://d1lfxha3ugu3d4.cloudfront.net/images/opencollection/exhibitions/size4/DIG_E2008_Click_001_PS2.jpg [11.7.2026].
10. Leitseite von *ArtUK*: <https://artuk.org/>.

ACCESS POINTS #6

ACCESS
Kolleg-Forschungsgruppe
Zugang zu kulturellen Gütern
im digitalen Wandel
ZUGANG

CROWDSOURCING IN MUSEEN

Die Entwicklung der Sozialen Medien mit ihrer Anfälligkeit für die Verbreitung von Fake News hat manche Erwartungen enttäuscht, die sich einst auf die Möglichkeiten einer breiten Beteiligung des Publikums an der Generierung und Zugänglichmachung von Wissen richteten. Dabei kann die ‚Weisheit der Menge‘ durchaus produktiv genutzt werden, wenn sie in geeigneter Weise abgerufen wird. Die Studie stellt diverse Beispiele für die aktive Beteiligung von Laien an Prozessen der Wissensgenerierung vor. So können diejenigen, die Bibliotheken und insbesondere Museen nutzen, Beiträge zur Verbesserung der Metadaten und sogar zur Interpretation von Werken leisten. Das Internet bietet mithin vielfältige Chancen, die Kenntnisse und das Engagement derjenigen, die es nutzen, in die Arbeit von Museen und Kulturinstitutionen einzubeziehen und deren Publikum so für die Unterstützung dieser Institutionen zu gewinnen.

ISBN: 978-3-69012-006-7

DOI: 10.17879/04908743753

www.accesspoints.eu