

zocke eine ernsthafte Beschäftigung, denn sie sind wieder nah an denen der Transformation in Museen.

Überwachungskapitalismus

Um die Jahrtausendwende schien die Utopie der offenen Vernetzung im World Wide Web noch im Einklang mit der Arbeit von Gedächtnisinstitutionen zu sein, was sich im Zugänglichmachen von Daten und der Schaffung von Schnittstellen ausdrückte, auch wenn dabei wie im historischen Überblick gezeigt Abhängigkeiten von kommerziellen Unternehmen entstanden, anstatt offene Lösungen weiterzuentwickeln. Der radikale Wandel des Webs seit Einführung von Smartphones und Social Media-Plattformen wie Facebook und Instagram hat jedoch auch starke gegenteilige Prozesse ausgelöst. Museen geraten in die Überwachungsökonomie dieser Plattformen, die darauf basieren, die Interaktion und Inhalte, die auf ihnen stattfinden, kommerziell zu verwerten, durch hochmanipulative Werbestrategien inklusive mikroskopisch genau zugeschnittener politischer Propaganda. Anfangs verband sich mit diesen Plattformen eine erfrischende Aufbruchsstimmung. Endlich gab es sehr leicht zugängliche Formate vernetzter öffentlicher Tagebücher, um auf eine unverbindliche Art und Weise in Kontakt zu bleiben, auch mit Unbekannten. Das war für Familien, Beziehungen, politische und wissenschaftliche Arbeit interessant, so entstanden Erinnerungs- und Denkräume im Netz. Doch nach nunmehr fast 20 Jahren florierender Plattformen ist durch zahlreiche geheimdienstliche und kommerzielle Skandale sowie einer neuen Phase der Datenverwertung für das Training von großen Sprachmodellen, den »stochastischen Papageien«² wie die Kritiker*innen von künstlicher Intelligenz sie treffend nennen, die anfängliche Begeisterung verflogen.

Seit etwa zehn bis 15 Jahren setzen sich mobile Computer, die sogenannten Smartphones, in der digitalen Kommunikation durch. Dies führte zu einer stark zunehmenden Bedeutung von Social Media-Plattformen. Plötzlich besaßen sie einen neuen Nutzen, sie waren die ideale Plattform, um die Zeit und

2 Emily M. Bender u.a., »On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?«, in *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (FAccT '21: 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, Virtual Event Canada: ACM, 2021), 610–23, <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>.

Aufmerksamkeit der ständig online befindlichen Nutzer*innen zu gewinnen. Wir sind in das Zeitalter des Überwachungskapitalismus eingetreten, in dem ein paar große Dienste unsere Äußerungen und Aktivitäten als Daten verarbeiten. Und sie nutzen sie für die aufwendigste Werbeindustrie der Geschichte. Der von diesen Diensten beförderte gesellschaftliche Wandel ist katastrophal. Die Aufmerksamkeitsspanne ist auf ein Minimum gesunken, der Journalismus steht unter Druck, eine ganze Generation beschäftigt sich mit Bilder-Feeds und Überschriften zu Texten, die immer weniger Leute lesen. Der neue Aufstieg rechter Bewegungen und der von ihnen gewählten Politiker*innen kann in direktem Zusammenhang gesehen werden mit diesen oberflächlichen Feed-Diensten, in denen Propaganda-Aussagen schnell zirkulieren. Für die rechten Hetzer*innen sind diese Feeds ein Mittel zur Propaganda und Panikmache, darüber hinaus dienen sie aber auch als ein System des Regierens. Carolin Wiedemann erklärt, dass die Schnittstelle von Facebook als Instrument der Selbstbewertung, der Selbstkontrolle und des Wettbewerbs dient und frühere Nutzungen des Netzes, wie das Spiel mit Identitäten, die Zusammenarbeit und den Austausch unter Gleichgesinnten verdrängt.³ Auf ökonomischer Ebene geht es dann darum, aus der Vorhersagbarkeit menschlicher Gefühle und Interessen, also der gezielten Auswertung der Plattformdaten, Profit zu schlagen, Shoshana Zuboff hat das »Überwachungskapitalismus« getauft.⁴ Dieses Geschäft mit Daten ist umstritten, die scheinbar schwer kontrollierbare Macht von unter anderem Microsoft, Google, Facebook und Amazon bis hin zu neuen Akteuren wie Palantir, Zoom und TikTok beschäftigt Parlamente und die Presse fortwährend. All diese Großunternehmen hatten ihre Datenschutzskandale, sie alle sind gleichzeitig inzwischen tief im Fundament unserer Gesellschaft verwurzelt: Wissen, Arbeit, Liebe, Fürsorge, Erholung, Mobilität, Migration, Unterhaltung, Lernen und so weiter, alles ist hochgradig digitalisiert, von der Videokonferenz, über das Senden von Nachrichten, das Recherchieren und Planen von Aktivitäten, bis hin zu den Begegnungen, die wir haben, bei denen das Smartphone meistens dabei ist. Die Daten, die wir dabei erzeugen, werden in vielen Fällen für die Erstellung von Profilen genutzt, die Unternehmen dann für Werbung nutzen können. Wir müssen uns hier auch

3 Carolin Wiedemann, *Selbstvermarktung im Netz. Eine Gouvernementalitätsanalyse der Social Networking Site »Facebook«* (Saarbrücken: Universität des Saarlandes, 2010), 64f., <https://doi.org/10.22028/D291-32166>.

4 Shoshana Zuboff, *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*, übers. von Bernhard Schmid (Frankfurt a.M. New York: Campus Verlag, 2018).

fragen, was das mit Museen macht, weil nämlich Museen, Bibliotheken und Archive unermesslich wichtige Institutionen für eine geschichtsbewusste Gesellschaft sind. Wenn Google ganze Bibliotheken digitalisiert und mit Google Books öffentlich verfügbar macht, ist das ein Fortschritt bei der Zugänglichkeit von Texten, gleichzeitig ist es ein unerhört übergriffiges Geschäftsmodell, die Leute, die diese Texte lesen, dabei zu beobachten, was sie in ihnen suchen, um dann die Nutzung dieser Daten auf den Werbemärkten zu versteigern. Wenn ein Museum eine online Ausstellung bei Google Arts & Culture realisiert, bedeutet das, sich ebenfalls in diese kommerzielle Sphäre des Überwachungs-kapitalismus zu begeben: Die interaktive schicke Ausstellung ist bei Google gespeichert, das Publikum wird zum Objekt von Googles Geschäften mit gezielter Werbung. Das ist die neue Realität des digitalen Wissens, des digitalen Ausstellens. Wo fing das an? Wann legten Institutionen des Kulturerbes ihre Zurückhaltung ab und begannen, mit den Überwachungsfirmen, dieser neuen Form der Werbeindustrie zusammenzuarbeiten?

Google Arts & Culture hat hier großen Einfluss gehabt. So wie das Google Books-Projekt Bücher aus Bibliotheken einscannte und auf die Server von Google übertrug, so passierte das dann auch mit Kunstwerken. Zugespitzt beschreibt es die Museologin Sarah Kenderdine in einem Vortrag so:

»They Hoover up the world in a neocolonial way. And they hold the assets. It's exactly the same process that the BM [British Museum] and every – all our other big museums have been involved in at a certain point.«⁵

Ein Einfallstor, das Kenderdine als Beispiel nennt, war die Aufnahme von Museumsräumen und die Präsentation im »Streetview« Modus, also zum digitalen Durchgehen:

»You know, they're going around with a DSLR camera, taking a few snaps and stitching some pretty terrible images together. And in the museum world – we're all doing quality work, which is 10, 15, 100 times better than that. And – but Google comes in the door because the director thinks [laughing] that it's, you know, the thing to be in. And so, then Google built that housing around their DSLR camera, pretending it with something else. And it never was. It was just the same kit. Yeah, that was really hilarious.«⁶

5 Das Transkript ihres Vortrags ist online verfügbar: Sarah Kenderdine, »Oral History of Museum Computing«, <https://ohmc.cci.fsu.edu/kenderdine/>.

6 Ebd.

Von den aktuellen Debatten um digitale Plattformen, d.h. wer sie gestaltet, und wer mit ihnen Geld macht, sind Museen zweifach betroffen: Wer besitzt die digitalisierten Sammlungen, in welchen Kontexten sind sie gespeichert und zirkulieren sie? Von welchen Unternehmen und Geschäftsmodellen haben sich Museen abhängig gemacht?

Auch im postkolonialen Kontext stellen sich die Fragen des kulturellen Einflusses kommerzieller Monopole erneut, worauf Angela Okune im Open Resitution Africa Podcast hinweist:

»[W]hat does it mean when Kenyan youth are advised by their president to turn to Google for the dreams of their ancestors? And so it really has stuck with me that, you know, I have no problem at all, with you know, Kenyans being advised to turn to their ancestors, of course, it must be that way. But to then go through an intermediary that is Google, which is known to have extractive data for profit as part of its business model, it really just, you know, has left me at odds.«⁷

Sammlungsinstitutionen sind aber auch selbst Plattformen, haben eine lange Geschichte der offenen Standards und Vernetzungen, sie sind also vor allem auf praktischer Ebene Akteurinnen der Plattformdebatte. In den aktuellen Streits um die Ökonomie und Kultur von Plattformen könnten sie also eine vielfältige politische Rolle spielen.

Humboldt Forum digital

Ein Beispiel, das uns Einblick in Gegenwart und geplante Zukunft der Digitalisierung im Museumsbereich vermittelt und das auch stark mit der im ersten Kapitel erwähnten museum4punkto-Förderung zusammenhängt, sind Projekte rund um das umstrittene Humboldt Forum hinter der neugebauten Hohenzollern-Schloss-Fassade auf der Museumsinsel.⁸

7 Chao Tayiana Maina und Molemo Moiloa, »Episode 4: African Data Futures«, Open Resitution Africa, 31.1.2025, <https://openrestitution.africa/resources/podcast/episode-4-african-data-futures-2/>.

8 Die Analyse in den folgenden zwei Unterkapiteln ist zuerst in der Mitgliederzeitung des Chaos Computer Clubs erschienen: *Datenschleuder* #104 <https://ds.ccc.de/pdfs/ds104.pdf>.