



# Beirat Lübeck Digital

5. Sitzung am 07. Juni 2023





# Tagesordnung

1. Vorstellung der Tagesordnung
2. Protokoll der vierten Sitzung
3. Schwerpunkt Kultur
4. Smart City Workshop
5. Anregungen und Themen für die nächsten Sitzungen
6. Verabschiedung



# Schwerpunkt Kultur



# Schwerpunkt Kultur

Sabine Kößling, Stabsstelle Digitalisierung der Lübecker Museen  
**Digitalisierung der Museen**

Sandra Claudy, Bereich Digitalisierung, Organisation und Marketing  
**Digitales Kulturwerk**

Christian Martin Lukas, Geschäftsführer Lübeck Travemünde Marketing  
**Veranstaltungskalender Lübeck**

Hansestadt LÜBECK 



Digitales Kulturwerk



## Das Digitale Kulturwerk fokussiert sich auf das Thema Nachhaltigkeit

### TOP 3 HERAUSFORDERUNGEN





# Definition Kultur

Kultur umfasst alles, was wir als Menschen schaffen, sowohl materiell als immateriell.

Kultur ist teilweise sichtbar, aber kann auch unsichtbar sein. Alle in einer Stadtgesellschaft sind teil der Kultur. Sowohl die einzelnen Personen, als auch die, die in einer (Teil)gesellschaft etwas gestalten oder das Zusammensein.

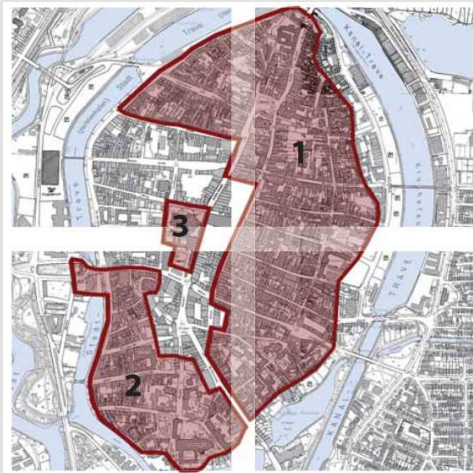
Beispiele kultureller Artefakte: Gemälde, Kunstwerke, Architektur, Gestaltung, Bücher.

Beispiele unsichtbarer Kultur: Werte, Gedanken, Geschichte, Zusammenhalt, Rituale.





# UNESCO Welterbe



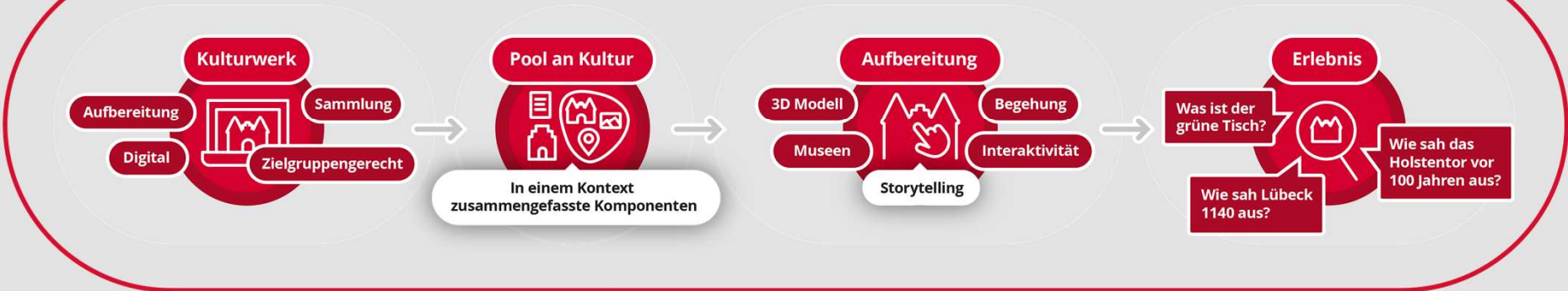
78 % der Altstadtinsel ist seit 1987 UNESCO Welterbe

- Die markante Stadtsilhouette und die geschlossen erhaltene vorindustrielle Bausubstanz.
- Lübeck hat einen exemplarischen Charakter für die hansische Städtefamilie im Ostseeraum.
- Die Stadt wurde 1143 gegründet und 1159 unter Heinrich dem Löwen in den bis heute erkennbaren Grundlinien angelegt.
- Kerngerüst der Stadtarchitektur sind die in der Hochgotik errichteten Strukturen, die in der Parzellierung, der Aufreihung gleichartiger Giebelhäuser, Dachwerke oder Hochblendgiebel anschaulich werden.





### DIGITALES KULTURWERK





# Digitales Kulturwerk

## Virtuell begehbare 3D-Modell

Mit dem Digitalen Kulturwerk wollen wir eine digitale Sammlung von Kulturgütern bieten und Geschichten erzählen, die für verschiedene Zielgruppen entwickelt werden. Die Nutzenden können dabei auch selbst Geschichten zusammenstellen und ausarbeiten, so dass ein virtueller Speicher der Stadt mit Erzählungen aus Geschichte und Gegenwart entsteht.

Das Digitale Kulturwerk bietet einen virtuellen, erlebbaren Lübeck-Besuch von jedem Ort der Welt mit Zugang zu vielen Kulturgütern, Welterbe und Archivalien im räumlichen Gebiet der Lübecker Altstadt.





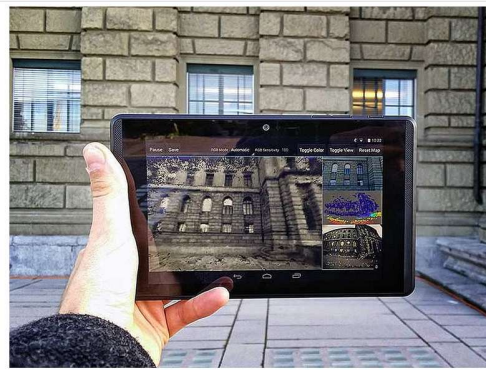
# Inhalte



Die Kulturelle Vielfalt Lübecks wird im Digitalen Kulturwerk ausgespielt.



Grundriss der Kayserlichen und des Heil. Röm. Reichs Freyen Stadt Lübeck herausgegeben von Matth Seutter Kayserl. [zwischen 1733 und 1740].



3D-Punktwolke auf dem Tablet: Das Entwicklergerät des Project Tango. Bild: ETH Zürich / Thomas Schöps

Quelle: <https://www.archaeologie-online.de/nachrichten/mobile-echtzeit-3d-kartierung-mit-dem-tablet-3016/>

In der virtuellen Welt kann man die Stadt besuchen, Zusammenhänge verstehen, verborgene Schätze wie Wandmalereien in Privathäusern kennenlernen. In der realen Welt bietet das Digitale Kulturwerk über mobile Geräte Informationen und Spiele, die die Stadt und ihre Geschichte erlebbar machen.



Quelle: <https://www.ndr.de/geschichte/schauplaetze/Wie-Fotograf-Castelli-sein-Luebeck-bekannt-machte,luebeck1484.html>

Mit einem Schieberegler können Karten, Bilder und Straßenausschnitte aus verschiedenen Zeiten verglichen werden.



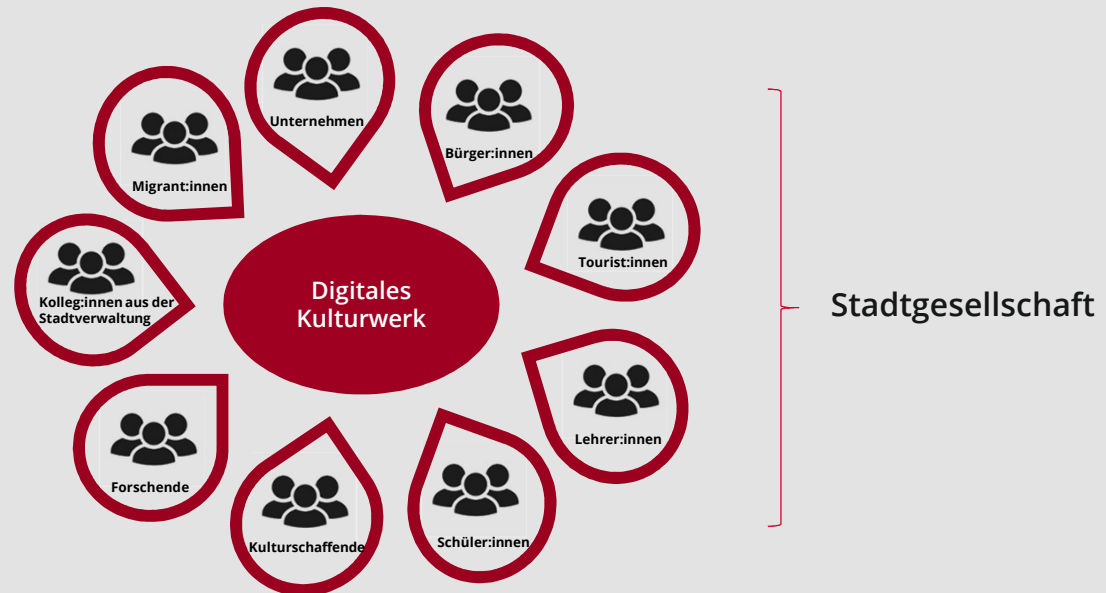
## Das Ziel

**Die Nachhaltigkeit des UNESCO Welterbes  
sowie des zugehörigen Wissens zu  
speichern und es erlebbar zu machen,  
unabhängig von Zeit und Ort**



# Zielgruppen

Das Digitale Kulturwerk richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen. In der Projektphase fokussieren wir auf Digital Anknüpfende und Digital Fortgeschrittene\*



\* Aus dem Kommunikationskonzept



# Umsetzung



# Fokus Schüler:innen und Lehrer:innen

## Zuerst wird der Fokus auf eine definierte Gruppe gelegt

Das Digitale Kulturwerk soll in der Zusammenarbeit mit den Zielgruppen entstehen, sodass das Angebot anschließt bei diesen Zielgruppen.

Zunächst wird auf Schüler:innen (und somit Lehrer:innen) fokussiert:

- In Lübeck gab es 2021/2022 19.839 Schüler:innen, das ist knapp 10 % der Gesamtbevölkerung, Lehrer:innen gab es insgesamt 1255.
- Schüler:innen und Lehrer:innen sind als Gruppe auffindbar und Institutionalisiert (in Rahmen von Schulen, Unterricht, AGs, usw.)
- Schüler:innen und Lehrer:innen sind verbunden mit anderen Zielgruppen (Familien mit Kindern, Tourist:innen)
- Schüler:innen probieren gerne neues aus und lernen auch aus dem Prozess selbst (Entwicklung, Design Thinking, Kultur, Digitale Souveränität)
- Das Beteiligungskonzept und das Kollaborationsplattform können beiden getestet und eingesetzt werden, mit Unterstützung von der Kinder- und Jugendbeteiligung



# Fokus Schüler:innen und Lehrer:innen

## Gemeinsam gestalten

Zusammen mit Schüler:innen werden diesen Fragen beantwortet:

- Welche Inhalte sind relevant?
- Welche Darstellungsform spricht an?
- Wie erreiche ich die Zielgruppe sprachlich?
- Wie und wann wird das Angebot genutzt?

Danach werden Inhalte mit den Schüler:innen zusammen gestaltet.

Hierzu wird es ein Beteiligungskonzept mit schulischen Museums AGs und Akteur:innen der Jugend und Bildungspartizipation entwickelt, für das wir die Kollaborationsplattform und Projektarbeiten mit Schüler:innen nutzen.

Die Unterstützung des IQSH und die Beauftragte für kulturelle Bildung wird gesucht, damit die Qualität gesichert ist.





# Roadmap

## Das Digitale Kulturwerk soll nach Projektlaufzeit nachhaltig genutzt werden

### 2023

- Erstes 3D Modell
- Klärung der technischen Architektur / Infrastruktur der Plattform
- Konzepterstellung

### 2024

- Umsetzung der technischen Architektur / Infrastruktur der Plattform
- Erste Inhalte bereitstellen
- Ausbau des 3D Modells

### 2025

- Bereitstellungsprozess gestalten
- Inhalte bereitstellen im Prozess
- Ausbau des 3D Modells
- Co-Creation von Inhalten

### 2026

- Inhalte bereitstellen im Prozess
- Ausbau des 3D Modells
- Co-Creation von Inhalten

### 2027

- Inhalte bereitstellen im Prozess
- Ausbau des 3D Modells
- Co-Creation von Inhalten

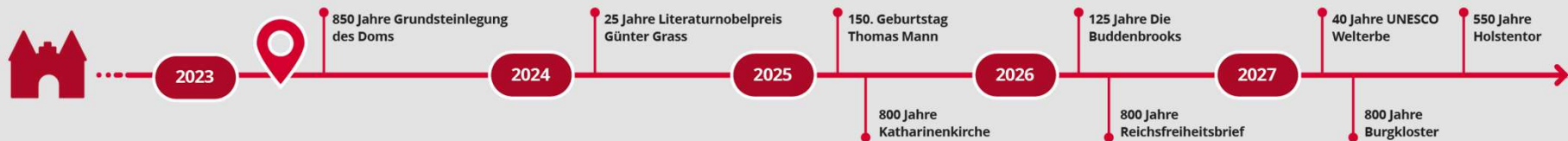
### 2028

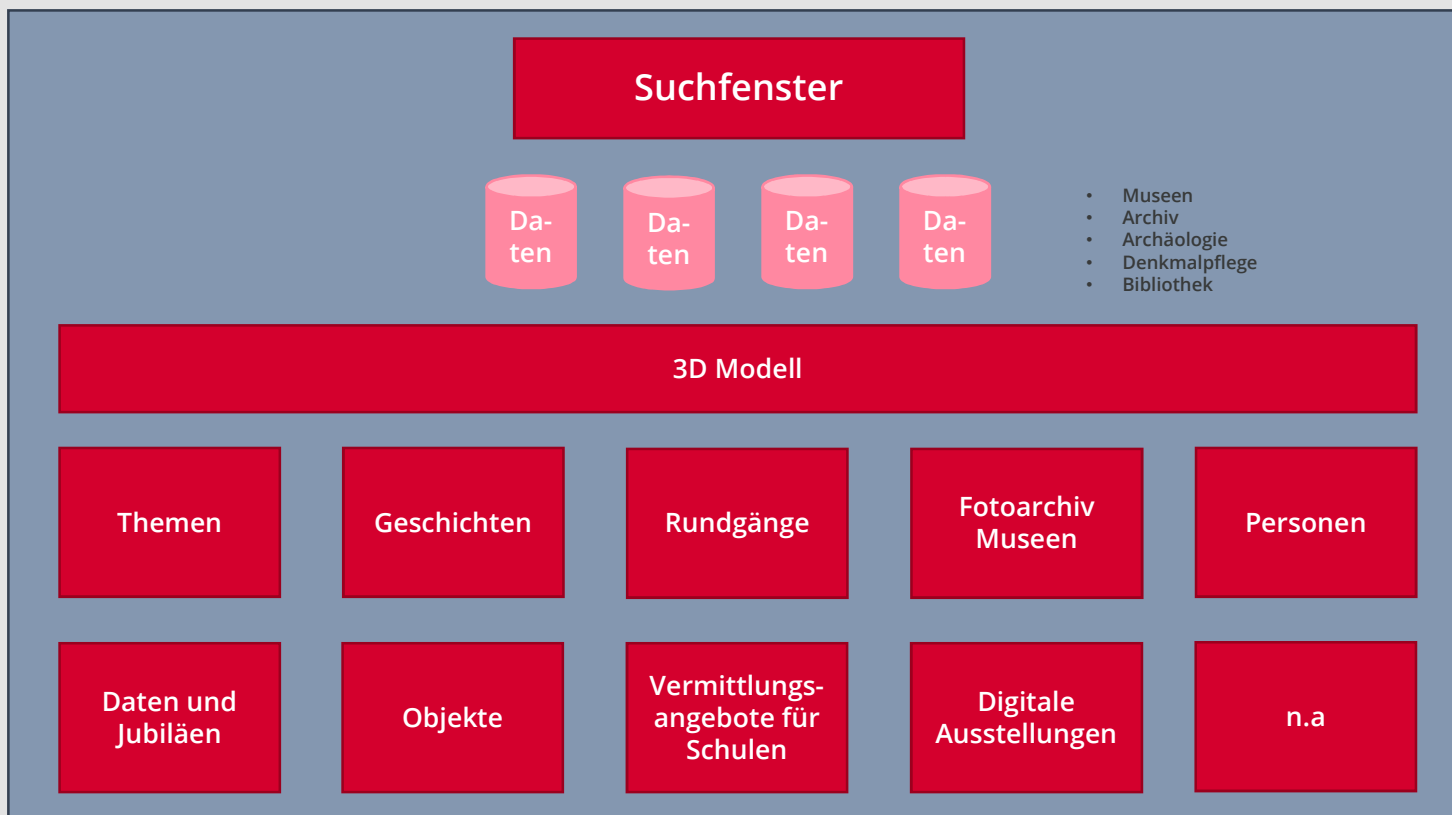
- Inhalte bereitstellen im Prozess
- Ausbau des 3D Modells
- Co-Creation von Inhalten
- Organisation gestalten



# Roadmap

Es werden Inhalte bereitgestellt die zu einem Jubiläum passen







# Fragen

Was wäre für Sie ein Digitales Kulturwerk?

Was heißt UNESCO Welterbe für Sie?

Was ist das schönste an Lübeck was für die Öffentlichkeit zugänglich ist oder gemacht werden soll? Welche Geschichten sollten erzählt werden?

Was fragen Sie sich schon immer zu Lübeck, Lübeck´s Geschichte oder Kultur?



# Smart City Workshop



# Smart City Workshop

Sabrina Wehrend, Bereich Digitalisierung, Organisation und Marketing

Thomas Waldner, twkom

**Projekt „Kreuzung frei“**

**Konzept Videos - Smart City Family**

**Information zum Rahmenkonzept Datenstrategie**

Prof. Dr. Moreen Heine, Universität zu Lübeck

Alexander Kraake, Bereich Digitalisierung, Organisation und Marketing

**Digitaltag: Anwendung des Beteiligungskonzepts**



# Videokonzept

Sabrina Wehrend / Thomas Waldner





April 22

**Zielgruppenanalyse**  
Wer ist die  
Stadtgesellschaft der  
Smart City Region  
Lübeck

**Beteiligungskonzept**  
Wie will sich die  
Stadtgesellschaft  
beteiligen?

Juni 22

**Kommunikations-  
konzept**  
Wie / Wo informiert  
sich die  
Stadtgesellschaft?

5 Videos zum  
Digitaltag 2022

Januar 23

**Storytellingkonzept**  
Zielgruppengerechte  
Kommunikation von  
Digitaler Strategie,  
über die fünf  
Oberziele, die  
Themenfelder bis hin  
zu den einzelnen  
Projekten

Mai 23

**Videokonzept**  
Umsetzung der  
zielgruppengerechten  
Kommunikation

YouTube Channel  
@hansestadt-luebeck





## Übersicht gemäß Zielgruppenanalyse 2022

<b>Alter</b>	<p><b>Alleinst. Sen. (66+)</b>                  DE: 18,2 %                  HL: 19,7 %                  Umland: 14,5 %</p>	<p><b>Ältere Paare (56+)</b>                  DE: 13,0 %                  HL: 15,5 %                  Umland: 18,1 %</p>	<p><b>Ältere Mehrpersonenhaushalte (56+)</b>                  DE: 3,1 %                  HL: 1,4 %                  Umland: 2,9 %</p>
	<p><b>Singles (36-65)</b>                  DE: 17,3 %                  HL: 18,7 %                  Umland: 13,2 %</p>	<p><b>Paare (36-55)</b>                  DE: 12,9 %                  HL: 10,9 %                  Umland: 13,4 %</p>	<p><b>Familien mit Kind/ern (36-55)</b>                  DE: 21,1 %                  HL: 11,7 %                  Umland: 21,9 %</p>
	<p><b>Junge Singles (bis 35)</b>                  DE: 6,3 %                  HL: 12,7 %                  Umland: 7,3 %</p>	<p><b>Junge Paare (bis 35)</b>                  DE: 3,7 %                  HL: 5,2 %                  Umland: 3,3 %</p>	<p><b>Junge Familien mit Kind/ern (bis 35)</b>                  DE: 4,4 %                  HL: 4,3 %                  Umland: 5,4 %</p>
<b>Haushaltsgröße</b>			



## Personas



- Personas sind die symbolhafte Beschreibung einer Personengruppe. Es ist eine Methode zur Analyse der Zielgruppen aus dem Marketing.
- Mit Hinblick auf die Kommunikation wurden 3 Fokusgruppen abgeleitet, zu denen sich die Personas zuordnen lassen.
- Weder die Personas noch die Fokusgruppen sind komplett trennscharf. Auch bilden die Personas und Fokusgruppen in Summe nicht die gesamte Stadtgesellschaft ab.
- Die definierten Personas wurden mittels Datenanalyse erstellt und werden im Rahmen des Beteiligungskonzeptes weiterentwickelt.



Quelle: Dr. Joerg Strom



## SMART CITY VIDEOS. ÜBERBLICK.



Sie

# sind viele

# erklären vor allem (abstrakt) Technik

# blicken in die Zukunft

# sind kaum lokal verortet

# sind nicht personalisiert

# zeigen wenig Gemeinschaft

# berühren damit nicht wirklich



## SMART CITY VIDEOS LÜBECK. WIE?

---

Sie

# stellen die Stadtgesellschaft in den Mittelpunkt

# sind konsequent in Lübeck und Umgebung verortet

# zeigen Menschen mit Technik und nicht Technik mit Menschen

# belegen Mehrwerte durch digitale Angebote

# verdeutlichen die Steigerung der Lebensqualität & mehr Miteinander

# berühren, überzeugen, verbinden

**18 Kurzvideos (je 1 Min max.) für alle Kanäle entlang der Schwerpunkte und Themenfelder der Digitalen Strategie. In starken Bildern und mit wenig Wort.**



## SMART CITY VIDEOS LÜBECK. WER?



Die SMART CITY FAMILY LÜBECK #SCFL zeigt

# (noch) mehr Lebensqualität durch digitale Angebote

# (noch) mehr Miteinander auf dem Weg zur Smart City

# Lübeck als Vorreiterin. Auch hier.

7 Protagonist:innen / Laiendarsteller:innen aus der Lübecker Stadtgesellschaft. Abgeleitet aus den Personas der Strategie. Lokal. Von Bürger:innen für Bürger:innen.

Link: <https://digitaltag-luebeck.de/aktion/protagonisten-gesucht-videoreihe-smart-city-region-luebeck/>



## VIDEOS SMART CITY FAMILY LÜBECK. #SCFL

---

### Nächste Schritte

# VIDEO DAY. Vorstellen, Bewerben, Mitmachen. Lübecker Digitaltage 17. Juni 2023

# AUSSCHREIBUNG. Suche nach einem Dienstleister für die Videoproduktion Juli 2023

# PRODUKTION. August - Oktober 2023

# VERÖFFENTLICHUNG. Zur Smart City Convention November 2023. Sneak Preview Lübeck.

An aerial photograph of Lübeck, Germany, taken at sunset. The city's architecture, including several prominent church spires, is visible. A network of white lines and nodes is overlaid on the image, suggesting a digital or communication network. The sky is a mix of orange and blue. A semi-transparent white banner is placed over the lower part of the image, containing the title text. At the bottom of the slide, there is a red diagonal band with a white silhouette of the city skyline.

# Projekt „Kreuzung frei“





## 8.2. Projekt „Kreuzung frei“

### Bereich

1.103 Digitalisierung, Organisation und Strategie

### Fachbereiche

1 2 3 4 5

### Status & Trend



### Vorlagen

[VO/2020/08509](#)  
[VO/2020/09004](#)

### Projektziele

- Oberziele: Modernisierung der Verwaltung, intelligente Vernetzung, Steigerung der Lebensqualität
- Freihalten von Rettungswegen, Vermeidung von falschen Parkvorgängen, Freihalten von Bushaltestellen der SWL Mobil

### Zielgruppen

- Kommunalen Ordnungsdienst (Bereich Ordnungsamt)
- Entsorgungsbetriebe Lübeck (EBL)
- Feuerwehr Lübeck
- Stadtwerke Lübeck Mobil GmbH (SWL Mobil)

### Aktueller Stand

- Testbetrieb erfolgreich abgeschlossen
- Entsorgungsbetriebe haben seit Anfang des Projektes keine Behinderungen mehr gemeldet
- Weitere Kreuzungen von Feuerwehr und Ordnungsamt identifiziert und besichtigt
- Bushaltestellen sollen ebenfalls überwacht werden
- Betrieb für 2024 – 2027 vom Bereich Ordnungsamt beauftragt
- Rahmenvertrag zwischen SWL Digital und Sensorik-Hersteller ist vorbereitet



### Nächste Schritte

- Vergabeverfahren durch SWL Digital abschließen
- Montage & Inbetriebnahme von 60 Sensoren an ca. 25 Standorten
- Implementierung der Sensormeldungen in die Einsatzplanung des Ordnungsamtes



**Rahmenkonzept  
Datenstrategie**





# Digitaltage am 16.-17. Juni 2023

## Bundesweiter Aktionstag für digitale Teilhabe

- Hansestadt Lübeck und EnergieCluster Digitales Lübeck koordinieren ein vielfältiges Programm in ganz Lübeck
- Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, Vereine etc. beteiligen sich an der zentralen Veranstaltung in der Stadtbibliothek oder einer eigenen Aktivität (vor Ort, digital, hybrid)
- Alle Infos unter [www.digitaltag-luebeck.de](http://www.digitaltag-luebeck.de)
- Gemeinsames Marketing: Nutzen Sie bitte das gesendete SoMe-Material oder Plakate/Postkarten und kommen Sie vorbei...





# Digitaltag: Anwendung des Beteiligungskonzepts

- Handreichung (8 Seiten) mit konkreten Fragen und Beispielen für die Planung
- Ein bis zwei Stunden Bearbeitung für die Konzeption eines Beteiligungsverfahrens
- Umsetzungshilfen im Anhang folgen nach Erprobung und Weiterentwicklung

Handreichung zu guter und inklusiver Beteiligung in Lübeck (Entwurf)

## Handreichung für gute und inklusive Beteiligung in Lübeck

Schritt für Schritt zu einem guten Beteiligungsangebot für Digitalisierungsthemen

### 2.3 Überlegungen zur Verwendung der Ergebnisse

Bereits am Anfang der Beteiligung soll klar sein, wie die Ergebnisse verwendet und präsentiert werden sollen. Die Ergebnisse werden an die Menschen kommuniziert.

Wie werden die Ergebnisse verwendet? Haben sie bindenden Charakter?

**Die Ergebnisse fließen in die Fortschreibung der Digitalen Strategie und in die mittelfristige Projektplanung der Stadtverwaltung, in die zukünftige digitale Angebotspalette der Stadtbibliothek und in die Entscheidung zur Bezeichnung der Kollaborationsplattform.**

Wie und wann sollen die Ergebnisse veröffentlicht werden? In welcher Form werden sie präsentiert?

Luebeck.de, Website Digitaltag Lübeck, im Beirat diskutieren

Inhaltlich zusammengefasst und grafisch aufbereitet, ggf. Pressemitteilung, Bereichsmeldung

### 1 Einleitung

Es ist nicht immer leicht, dem Anspruch an ein Beteiligungsangebot in der Realität gerecht zu werden. Der Aufwand für die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung kann hoch sein. Doch selbst nach umfangreicher Öffentlichkeitsarbeit kann das Interesse beziehungsweise die Teilnahme gering ausfallen. Spezifische Smart-City-Themen sind zudem für die Menschen der Stadtgesellschaft in sehr unterschiedlichem Maß zugänglich.



## Ziel

- Langfristiges strategisches Erkenntnisinteresse zur Weiterentwicklung der Smart City Lübeck
- Kurz- und mittelfristige Projektideen
- Ideen für digitale Angebote der Stadtbibliothek
- Namensfindung für die Kollaborationsplattform

## Zielgruppen

- Besucher des Digitaltages (Fachpublikum, Zielgruppen einzelner Angebote – z.B. Senior:innen)
- Besucher der Stadtbibliothek

## Inhalt und Ablauf

- Vier Fragen: Antworten per Klebezettel, mündlich oder online
- Läuft online einige Wochen weiter
- Fokus auf digitale Lösungsansätze
- Ideensammlung, Inspiration, Vorentscheidung – keine abschließende Entscheidung

## Leise Gruppen

- Technische Begriffe werden erklärt
- Englische Übersetzung der Online-Befragung
- Aufsuchende Beteiligung (Stadtbibliothek, Digitaltag, ggf. weitere Anlässe im Nachgang mit Verweis auf Online-Befragung)

## Ergebnisse

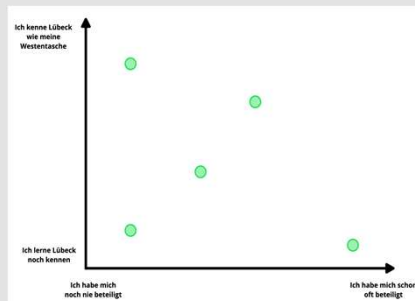
- Fortschreibung Digitale Strategie
- Projektplanung der Stadtverwaltung
- Zukünftige Angebotspalette der Stadtbibliothek
- Entscheidungsvorbereitung zum Namen der Kollaborationsplattform

## Veröffentlichung der Ergebnisse

- Luebeck.de, Website Digitaltag Lübeck, Präsentation im Beirat
- Inhaltlich zusammengefasst und grafisch aufbereitet
- Ggf. Pressemitteilung
- Bereichsmeldung



## 1 Aufwärmphase



## 2 Impulsphase

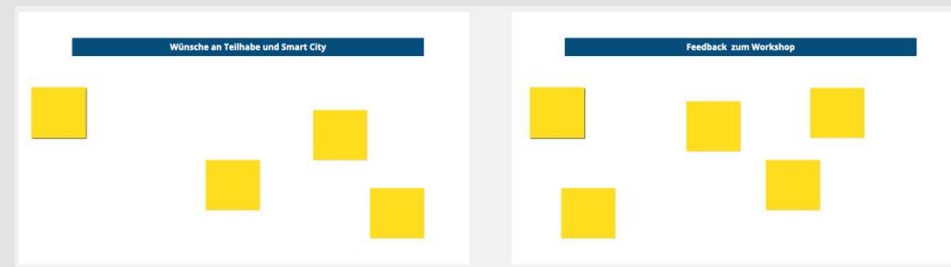
- Standbetreuung
- Sprechblasen an den Metaplanwänden zu zentralen Begriffen (Smart City, Projekte in Lübeck, Kollaborationsplattform)

## 3 Vorschläge und Bewertungen


- 3 Fragen mit offenen Antworten
- 1 Frage mit einer Abstimmung über Vorschläge und Option für eigene Idee

## 4 Ausblick und Feedback

- Inhaltliche Ergebnisverwendung
- Erprobung und Weiterentwicklung der Handreichung
- Kontakt: [digital@luebeck.de](mailto:digital@luebeck.de)






 **Malen wir ein Bild für die Zukunft: Wie soll Lübeck digital 2030 aussehen?**

Geben Sie Ihre Antwort ein ...

 **Digitalisierung als Teil der Lösung: Welche Herausforderungen in unserer Stadt müssen wir angehen?**

Geben Sie Ihre Antwort ein ...

 **Ihre Ideen sind gefragt: Welche zusätzlichen digitalen Angebote wünschen Sie sich für die Stadtbibliothek?**

Geben Sie Ihre Antwort ein ...

 **Wir suchen einen Namen: Wie soll die Online-Plattform für die Zusammenarbeit zwischen Stadtgesellschaft und der Hansestadt Lübeck heißen?**

Geben Sie Ihre Antwort ein ...



# Anregungen und Themen für die nächsten Sitzungen





# Nächste Termine

6. September: 6. Sitzung des Beirats

6. Dezember: 7. Sitzung des Beirats



# Verabschiedung