

Workshop „Open Minded“ am 05.10.2018

Dokumentation Zusammenfassung

Andre May, Edmundo Galindo

In einem eintägigen Design-Thinking-Workshop im Projekt „kulturBdigital“ in der Technologiestiftung Berlin setzten sich 15 Teilnehmer*innen aus bezirks- und landesgeförderten Kultureinrichtungen sowie der Freien Szene mit Fragestellungen der Digitalisierung im Kulturbereich auseinander.

Die Zielsetzung des Workshops war die Erstellung einer Bedarfsanalyse und die Entwicklung von nutzer*innenorientierten Ideen und Funktionen.

Unter der Leitung von Edmundo Galindo und Andre May sowie in Zusammenarbeit mit internen Experten der Technologiestiftung Berlin, ebenso wie der Illustratorin Jana Kreisl entstanden folgende Ergebnisse (Zusammenfassung):

Die Teilnehmer*innen des Workshops besitzen eine große Offenheit gegenüber neuen Technologien. Dennoch weisen sie darauf hin, dass mit der Zusammenarbeit von Kooperationspartnern wie Start-ups etc. und der Nutzung von externen digitalen Plattformen auch große Bedenken einhergehen. Es besteht große Skepsis gegenüber der Handhabung von Datensicherheit, Server-Standorten und Werten, die von Internet-Giganten wie Google, Facebook etc. vertreten werden. Die Teilnehmer*innen schlagen daher die Entwicklung einer Plattform vor, die mit öffentlichen Geldern gefördert wird. Um eine höhere Akzeptanz in der Szene zu schaffen, müsste die Plattform gewährleisten, mindestens alle deutschen Sicherheitsstandards einzuhalten.

Die Grundvoraussetzung für die Durchführbarkeit von digitalen Projekten ist die Bereitstellung eines funktionierenden und schnellen WLANs in allen Institutionen zur Nutzung für Mitarbeiter- und Besucher*innen. Zusätzlich kann die Bereitstellung die Besucher*innenfreundlichkeit verbessern, indem z. B. Warte- und Pausenzeiten angenehmer gestaltet werden.

Um digitale Projekte intensiv betreuen zu können, wird eine bessere Ausbildung von Mitarbeiter*innen gefordert. Mit regelmäßigen Weiterbildungen von Fachkräften sollen diese für digitale Themen geschult und sensibilisiert werden. Doch nicht nur digitale Formate, sondern auch physische Orte sind nötig, an denen praktisch gelernt und gearbeitet werden kann.

Als sehr wichtig werden regelmäßige „Meetups“ empfunden, auf denen ein Wissenstransfer zwischen den Institutionen sowie Kolleg*innen geschaffen wird. Zusätzlich wird eine Plattform für alle Institutionen gewünscht, die als gemeinsames digitales Archiv und Pool für digitale Werkzeuge, Software, Lizenzen, technisches Material etc. dienen kann.

Aufgaben, die die Institutionen von ihrer Hauptkompetenz - der Kulturarbeit - abhält, könnten so gut es geht ausgelagert und die anfallenden Aufgaben auf alle Institutionen aufgeteilt werden (Shared Economy).

Für die Institutionen ist es wichtig, mit den Besucher*innen regelmäßig in direktem Kontakt zu bleiben, dafür wünschen sich die Teilnehmer*innen z. B. ein „zentrales Feedback-System“, um schnell erreichbar zu sein und kurze Rückmelde-Schleifen zu gewährleisten.

Im Zuge der Digitalisierung wäre es vorteilhaft, auch neue Zielgruppen anzusprechen. Hierbei geht es vor allem um die Ansprache von jüngeren Besucher*innen. Dies könnte gewährleistet werden, indem das gesamte Angebot der Berliner Institutionen und der Freien Szene gleichwertig auf einer Webseite oder App präsentiert werden. Ein großer Wert wird auf eine gute Benutzer*innenfreundlichkeit und ein durchdachtes SEO-Konzept gelegt.

Die Website oder App bräuchte eine einheitliche Darstellung von allgemeinen Informationen z.B. Öffnungszeiten, Eintrittspreise sowie das aktuelle Angebot oder Programm.

Webseiten, Apps oder digitale Services aufzubauen und diese zu unterhalten ist eine personelle und finanzielle Belastung für viele Institutionen, darum begrüßen die Teilnehmer*innen ein System, indem die großen Institutionen die kleinen unterstützen („Micro-Macro-System“).

Die Qualität des künstlerischen Programms darf durch die Digitalisierung nicht leiden, der Inhalt muss weiterhin vor der (digitalen) Form stehen. Künstler*innen bräuchten Förderprogramme und z.B. die Möglichkeit, mit Programmierer*innen zusammenzuarbeiten, um zu lernen, wie sie ihre Visionen selbst umsetzen können.

Um digitale Produkte für jede/n Benutzer*in zugänglich zu machen, wünschen sich die Teilnehmer*innen, dass Communities von körperlich und geistig eingeschränkten Menschen mit in die Entwicklung einbezogen werden.

Die Teilnehmer*innen sind offen für neuartige Finanzierungsmöglichkeiten von digitalen Projekten, sie schlagen Modelle wie Crowdsourcing z.B. mithilfe der Plattform „Start Next“ vor.

Es wird immer wieder eine fehlende Infrastruktur bemängelt, was grundlegende Probleme für die Besucher*innen einer Institution darstellen kann. Die Teilnehmer*innen fragen sich, ob Probleme wie unsaubere Toiletten, Verschmutzung und Vandalismus mit digitalen Werkzeugen ebenfalls gelöst oder gemeldet werden könnte.

Die Ergebnisse des Workshops zeigen, dass für die Workshop-Teilnehmer*innen folgende Punkte am wichtigsten sind:

- Diskussion über Werte und Standards
- themenspezifische Mitarbeiter*innenausbildung
- interner und externer Wissenstransfer mithilfe von physischen Lernorten und digitalen Plattformen
- zeitgemäße Nutzung von Feedback-Tools für Besucher*innen
- Ansprache neuer Zielgruppen
- Ausbau digitaler und analoger Infrastruktur
- Sichtbarkeit im Internet
- Ausbau von Kooperationen
- künstlerischer Umgang in der Digitalisierung
- neue Finanzierungsmodelle
- Optimierung der Barrierefreiheit
- Vermeidung von Diskriminierung

Workshop „Open Minded“ am 05.10.2018

Workshop-Prozess, Zeitplan und Ergebnisse - detailliert

Inhaltsverzeichnis

Workshop-Beschreibung	7
Erwartungen der Workshopteilnehmer*innen	9
Impressionen	10
Aufgaben	11
Workshop-Ergebnisse	12
Feedback (Teilnehmer*innen)	28
Fazit Feedback (Teilnehmer*innen)	29
Fazit Workshop-Ergebnisse	29
Ergebnisse Graphic Recording	33

Einleitung

In einem eintägigen Design-Thinking-Workshop in der Technologiestiftung Berlin setzen sich 15 Teilnehmer*innen aus bezirks- und landesgeförderten Kultureinrichtungen sowie der Freien Szene mit Fragestellungen der Digitalisierung im Kulturbereich auseinander. Die Zielsetzung des Workshops am 05.10.2018 mit dem Titel "Open Minded" ist die Erstellung einer Bedarfsanalyse und die Entwicklung von nutzerorientierten Ideen und Funktionen.

Unter der Leitung von Edmundo Galindo und Andre May sowie in Zusammenarbeit mit internen Experten der Technologiestiftung Berlin, Annette Kleffel, Jessica Frost, Carolin Clausnitzer, Dr. Sebastian Meier ebenso wie der Illustratorin Jana Kreisl sind folgende Ergebnisse entstanden.

Workshop-Beschreibung

Thema

„Open Minded“

Durchführung

05.10.2018

Workshop-Dauer

10:00 bis 17:00 Uhr

Ort

Technologiestiftung Berlin
Grunewaldstraße 61 – 62

Teilnehmer*innen des Workshops

Klaus Fermor	ATZE Musiktheater
Oliver Proske	Nico and the Navigators
Bjoern Lengers	CyberRäuber GbR – Theater der Virtuellen Realität
Christine Henniger	Zentrum Bundesrepublik Deutschland des Internationalen Theaterinstituts e. V. / MIME Centrum
Tina Balla	Bezirksamt Pankow von Berlin, Amt für Weiterbildung und Kultur, FB Kunst und Kultur
Britta Schubert	Kulturwerk des bbk berlins GmbH – Büro für Kunst im öffentlichen Raum
Hella Dunger-Löper	Landesmusikrat Berlin e. V.
Dr. Carola Muysers	Verein der Berliner Künstlerinnen 1867 e. V. / Bees & Butterflies
Silke Krummel	KUNST-WERKE BERLIN e. V. (& Biennale)
Martin Grünheit	cobratheater.cobra

Marianne Hahn	Literaturhaus Berlin e. V.
Anke Steinfurth	Bezirksamt Mitte von Berlin – Mitte Museum
Judith Galka	Zentral- und Landesbibliothek Berlin
Franziska Janke	Performing Arts Programm Berlin
Thomas Bruns	Ensemble KNM Berlin, Podewil

Moderation

Edmundo Galindo

Co-Moderation

Andre May

Weitere Akteure

Annette Kleffel – Netzwerke und Kooperationen (Leitung)
Jessica Frost – Netzwerke und Kooperationen (Projektmanagerin kulturBdigital)
Jana Kreisl – für Graphic Recording
Carolin Clausnitzer und Dr. Sebastian Meier – für Expert*innen-Befragung und Feedback

Ziel des Workshops

Erstellung einer Bedarfsanalyse zur Erweiterung der Ergebnisse eines Online-Surveys und die Entwicklung von nutzerorientierten Ideen und Funktionen

Leitfrage

Welche Services können für Berliner Kultureinrichtungen eingeführt werden, um das Besucher*in-Erlebnis zu verbessern?

Zielgruppe

bezirks- und landesgeförderte Kultureinrichtungen und Freie Szene

Agenda

10.00 – 10.15 Uhr	Check in und Begrüßung
10.15 – 10.45 Uhr	Einführung und Überblick
10.45 – 13.00 Uhr	intensives Arbeiten
13.00 – 13.45 Uhr	Mittagspause mit Buffet
13.45 – 14.50 Uhr	intensives Arbeiten
14.50 – 15.50 Uhr	Zwischenpräsentation und Feedbackrunde
15.50 – 16.00 Uhr	Kaffeepause
16.00 – 16.30 Uhr	intensives Arbeiten
16.30 – 17.00 Uhr	Abschlusspräsentation und Ausklang

Erwartungen der Workshopteilnehmer*innen

Zu Beginn des Workshops werden die Teilnehmer*innen gebeten, ihre Erwartungen auf ein vorgefertigtes Blatt zu schreiben und an eine Pinnwand im Eingangsbereich zu hängen.

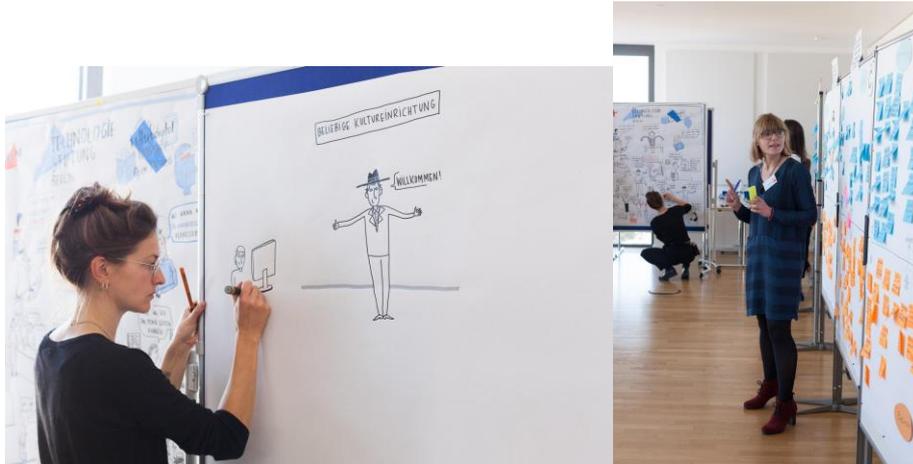
„Welche Erwartungen hast Du an den Workshop?“ Die Antworten wurden ohne Änderungen von den Angaben der Workshop-Teilnehmer*innen übernommen.

Die Teilnehmer*innen wünschen sich:

- neue Ideen, Anregungen
 - Überblick über technische Möglichkeiten
 - Einordnung in das tägliche Umfeld (Ressourcen)
 - kreative Lösungsansätze für eine flexiblere offene Förderlandschaft
 - auf die Sicht der Endverbraucher einzuwirken
 - vielseitige Perspektiven kennenlernen
 - einen inspirierenden Tag zu verbringen, mit Ideen gefüllt das Haus zu verlassen
 - neue Ideen, Strukturen und Inhalte
 - Vernetzung
 - nachhaltige Projektideen finden
 - Erfahrungsaustausch
 - Umsetzungsmöglichkeiten sondieren
 - Fördermöglichkeiten + Antragsmodalitäten kennenlernen
 - erfahren, was andere Akteure im Bereich Digitalisierung bewegt. „Wo gibt es Schnittstellen?“, „Mit wem kann man sich zusammentun?“
-

Impressionen





Aufgaben

Aufwärmrunde (Bearbeitungszeit 7 min)

Nehmt Euch jeweils eine Sprechblase und tragt auf dieser Euren Namen, Name der Institution und die Tätigkeit ein. Fertigt zusätzlich eine Zeichnung an, die Eure Institution oder Tätigkeit beschreibt.

Aufgabe 1.0 (Bearbeitungszeit 30 min)

Was muss passieren, damit in Zukunft keine Besucher*innen mehr in die Einrichtung kommen? Erstellt eine lose Ideensammlung aus Sicht der Einrichtung (auf blaue Haftnotiz) als auch der Besucher*innen (auf oranges Haftnotiz). Betrachtet diese Übung durch die „digitale Brille“.

Bezieht folgende Punkte mit ein: Ticketkauf, Anfahrt, Auffindbarkeit, Garderobe, Leitsystem, Exponatbeschreibung, Angebot, Verpflegung, Giftshop, Touren / Guide, Sprache, Barrierefreiheit, Service, Sicherheit etc.

Aufgabe 1.1 (Bearbeitungszeit 30 min)

Ordnet die Problemsammlung chronologisch ein: vor (auf das Angebot aufmerksam werden), während des Angebots (Aufenthalt), nach dem Angebot (Nachbereitung). Separiert diese nach Einrichtung und Besucher*innen. Diskutiert im Team den chronologischen Verlauf der Geschehnisse. Wenn Euch noch weitere Stationen und „Ideen“ einfallen, könnt ihr diese auf der Timeline ergänzen. Im Anschluss präsentiert eine Person der gesamten Gruppe den chronologischen Verlauf.

Aufgabe 2.0 (Bearbeitungszeit 15 min)

Ihr habt drei Punkte, um für das in Euren Augen wesentlichste Problem zu stimmen. Ihr dürft pro Timeline einen Punkt vergeben. Für Eure eigene Timeline dürft ihr keine Punkte

vergeben. Entnehmt vier Probleme, für die am meisten gepunktet wurde und übertragt diese in eine Tabelle. Versucht die Chronologie aus der „Timeline“ beizubehalten.

Aufgabe 2.1 (Bearbeitungszeit 20 min)

Was muss verbessert werden, damit Besucher*innen in Zukunft ein besseres Gesamt-Erlebnis haben? Entwickelt in einem gemeinsamen Brainstorming Lösungsansätze (mithilfe von digitalen Werkzeugen) für die einzelnen Punkte aus der Timeline. Sammelt so viele Ideen wie möglich.

Aufgabe 2.2 (Bearbeitungszeit 20 min)

Ergänzt weitere außergewöhnliche und verrückte Ideen zu den bereits vorhandenen. Sucht nach Produkten, Prozessen und Geschäftsmodellen, die in anderen Branchen gut funktionieren und wendet diese auf den Kulturbereich an.

Aufgabe 2.3 (Bearbeitungszeit 5 min)

Jede Person hat 4 Punkte und kann 1 Stimme pro Problem-Spalte verteilen.

Aufgabe 2.3 (Bearbeitungszeit 10 min)

Präsentationsvorbereitung

Aufgabe 2.3 (Bearbeitungszeit 60 min)

Die einzelnen Teams präsentieren ihre Ergebnisse der Gruppe und den Expert*innen (5 Minuten pro Team – ges. 20 Minuten)
Sammle das Feedback auf Haftnotizen (gelb) und ordne diese zu. (max.10 Minuten pro Team)

Aufgabe 3.0 (Bearbeitungszeit 60 min)

Entnehmt Eure Ideen, auf die Ihr Feedback bekommen habt und entwickelt diese weiter. Visualisiert Eure Ideen mit zusätzlichen Skizzen.

Aufgabe 3.0 (Bearbeitungszeit 12 min)

Abschlusspräsentation und Feedbackrunde

Workshop-Ergebnisse

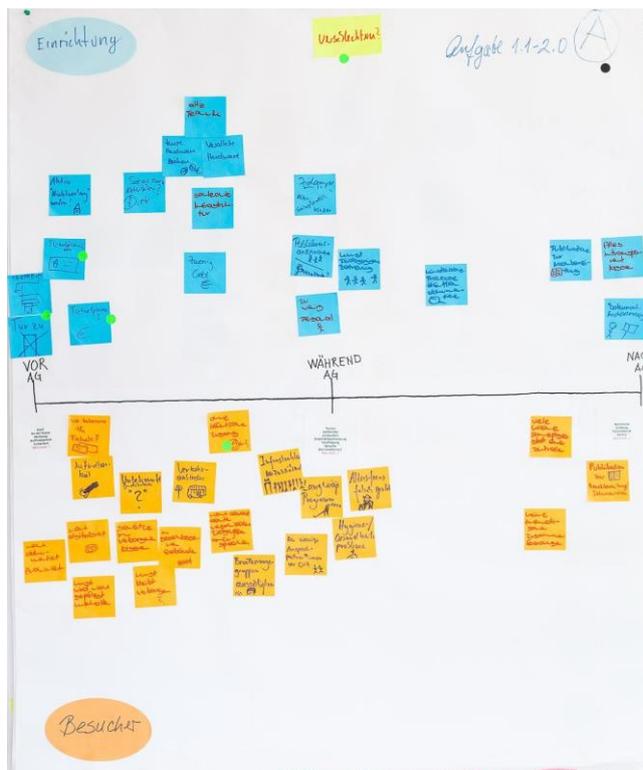
Die Workshopergebnisse wurden ohne Änderungen von den Haftnotizen der Pinnwände übertragen. Meist handelt es sich hierbei um Stichwörter.

Allgemein dient der folgende Abschnitt dazu, eine grobe Vorstellung über die wichtigsten Aspekte für die Workshop-Teilnehmer*innen in Hinblick auf verschiedene Perspektiven und Themengebiete zu erhalten. Zu beachten ist, dass hierbei meist von einem sog. Worst-

Case-Szenario ausgegangen wurde. Die Teilnehmer*innen waren somit dazu angehalten, ihre Aussagen so negativ wie möglich zu verfassen.

Workshopergebnisse, die mit grün oder rot hinterlegt sind, wurden von den Teilnehmer*innen mit einem Klebepunkt markiert. Diese Markierungen zeichnen ein internes Stimmungsbild ab.

Gruppe A – Aufgabe 1.1 bis 2.0 / Ergebnisse



EINRICHTUNG

Tür zu, Treppe, **Ticketverkauf**, **Ticketpreise?**, zu wenig Geld, aktiv „Nicht-Werbung machen“, Social Media Aktivitäten?, teure Hardware leihen, alte Technik, veraltete Hardware, **schlechte** Infrastruktur, Zielgruppe (Alter, Einzugsbereich, Kinder), Publikumsansprache, zu wenig Personal, Kunstpädagogische Betreuung, Künstlerische Prozesse öffentlich dokumentieren, Publikation zur Nachbereitung, alles **intransparent lassen**, Dokumentation Archivierung

BESUCHER*INNEN

Wo bekomme ich Tickets?, Auffindbarkeit, unbekannte Institution, **ohne öffentlichen Zugang**, Kunst bleibt verborgen, Kunst wird nicht gepflegt/**unterhalten**, **Schätze** im Verborgenen lassen, nicht digitalisiert, nicht **darauf achten**, verschiedene Zielgruppen anzusprechen, Verkehrsanbindung, Bevölkerungsgruppen ausschließen, zu wenige Ansprechpartner*innen vor Ort, Langweiliges Programm, Infrastrukturell unzureichend, Hygiene- und Gesundheitsprobleme, Altersfokus falsch gesetzt, viele kleine Homepages statt eine zentrale, Publikation zur Nachbereitung, keine **thematische** Zusammenfassung

Gruppe A – Aufgabe 2.1 bis 2.3 / Ergebnisse



Geld, Problembewusstsein / Verantwortung übernehmen, Vernetzung der Kulturinstitutionen mit gleichen Bedürfnissen, Unterstützung der Senatsverwaltung für Kultur und Europa, einheitliche Software, dauerhafte finanzielle und personelle Absicherung

FUNKLOCH

digitale Teilhabe, WLAN, nachhaltiges Kulturerlebnis, Social Media

UNMOTIVIERTE MITARBEITER

Fortbildung, interne Vernetzung, transparente Informationen

BESUCHER*INNEN-FORSCHUNG

Tracking-App

FEEDBACK (EXPERT*INNEN / TEILNEHMER*INNEN)

Vernetzung, gem. Projekte, Besucher*innen freundlich, Zielgruppen-Marketing, Bedürfnisse, Unterstützung, Produktführerschaft, strukturelle Verantwortung, digitale Kunstförderung, Künstlicher Raum, Format ganzjährig für digitale Kunst, Kunst am Bau der Öffentlichkeit zugänglich machen, Besucher*innen-Forschung, Einsicht in Ergebnisse, Förderung für Künstler*innen (Angebot im Digitalen), Partizipation, App, Website im Museum, bidirektionale Besucher*innen-Forschung, gemeinsame Datenbasis, formaler Rahmen fehlt

Gruppe B – Aufgabe 1.1 bis 2.0 / Ergebnisse



EINRICHTUNG

Vor Angebot

kein Corporate Design, **schlechtes Programm**, Designmesse, mangelnde Präsenz in den Medien, schlechte Kommunikation „Framing“, kein Internet, keine Produktion, Sozialisierung, Verhaltensregeln werden missachtet

Während des Angebots

fehlende Vision / Relevanz, fehlendes Personal (Vermittlung z. B.), Oberlehrer, schlechte Infrastruktur (Klima, Café, Räume, Treffpunkte), fehlende Schulungsstandards *, Glaubwürdigkeit, Vandalismus und Müll

Nach Angebot

fehlende Evaluation

BESUCHER

Vor Angebot

Online-Präsenz und Sichtbarkeit, fehlende Erfahrung Basis, konkurrierende Angebote, schlechtes Image, Ticket Preis, sensible Themen vermitteln, Multiplikatoren diskutieren, keine Zugänglichkeit zu digitalen Inhalten

Während des Angebots

keine zielgruppenbezogene Angebote, Schlampigkeit, Vorbereitung, Lesbarkeit, Barrieren, Unfreundlichkeit vor Ort, schlechtes Klima, fehlende Partizipation, Spaß, Freiheit, kein Service, schlechtes Leitsystem (wenn es nicht nötig ist), Glaubwürdigkeit

Nach Angebot

schlechte Erinnerung, zu teure Shop-Artikel, keine diversen Artikel zur Kundenbindung (* Angebot), schlechtes Merchandise

Gruppe B – Aufgabe 2.1 bis 2.3 / Ergebnisse



FEHLENDE RESSOURCEN

Live-Erlebnis abschaffen

Prioritäten setzen

Crowdfunding

Betterplace-Kampagne

Mitarbeiterschulung über Fördermöglichkeiten

Transparenz herstellen

Transparenz sichtbar machen

FEEDBACK (EXPERT*INNEN / TEILNEHMER*INNEN)

Kompetenz-Webinar für Basiswissen

Transparenz sichtbar machen

Erklärvideos / Fails

KEINE INFO (ORT, ZEIT)

Social Media / Medienpräsenz: Mix zwischen Inhalt und Spaß

Bürger-Kultur-Karte

regionale Zusammenarbeit / Kiez-Mapping

Maps auf dem Kultureinrichtungen verortet sind

ERWARTUNG UNGLEICH REALITÄT

Systematisches Qualitätsmanagement

Besucher*innen-Forschung

KI-App (KI = Künstliche Intelligenz) > Mehr über Besucher*innen erfahren

DISKRIMINIERENDE INHALTE (DIVERSITÄT DES PERSONALS)

Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen

Für was für Werte stehen wir?

Werte formulieren und kommunizieren

Inhalte überprüfen

Community mit einbeziehen > Blinde

Smart Places

Gruppe C – Aufgabe 1.1 bis 2.0 / Ergebnisse



EINRICHTUNG

Vor Angebot

technische Infrastruktur schlecht, kein Personal, Verwaltungsaufwand zu hoch,
Verwaltung zu viel, zu wenig Kunst / Kreativität, keine Sprachvielfalt, keine Identität,

kein Geld, kein Interesse an Kontinuität

Während des Angebots

keine Emotionen, kein WLAN, **keine Qualität**, Wiederholungen,
austauschbares Erlebnis, **unfreundliches und schlecht informiertes Personal**

Nach Angebot

Angst vor Kritik, kein Qualitätsmanagement, Anspruch auf Wissensmonopol, **kein Wissenstransfer**, keine Beweglichkeit, **keine Wahrnehmung von Impulsen**, keine Weiterentwicklung, der digitale Auftritt ist besser als der analoge, keine Überzeugungskraft

BESUCHER*INNEN

Vor Angebot

unstrukturierte Öffentlichkeitsarbeit, Informationsüberfluss / Angebots-Overkill, analoger Zugang fehlt, keine Zielgruppenorientierung, kein Leitsystem, **schlechte Auffindbarkeit**, zu weite Wege, schlechte Anbindung

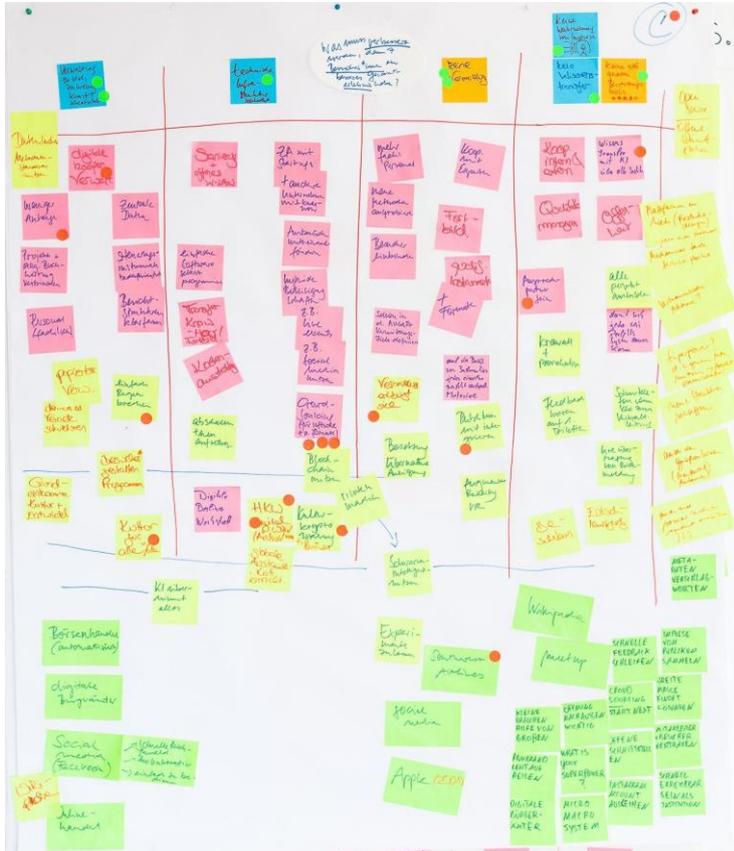
Während des Angebots

eine Stunde Wartezeit, strenger Verhaltenskodex, nichts Neues, schlechte Qualität, **keine Inspirationen**, keine Freiräume, unfreundliches Personal, keine kooperativen Ansätze, keine vielfältigen Kriterien berücksichtigt, **keine Vermittlung**, Belehrungsformat, Gebäudequalität, Sanitäreinrichtungen defekt, keine Ruhemöglichkeit

Nach Angebot

Aggressivität / Gewalt, **keine adäquaten Bewertungstools**, kann mich nicht austauschen, kann nichts da lassen, keine Möglichkeit zur Nachbearbeitung / Verknüpfung

Gruppe C – Aufgabe 2.1 bis 2.3 / Ergebnisse



VERWALTUNG ZU VIEL, ZU WENIG KUNST KREATIVITÄT

digitale Kooperationen Verwaltung, weniger Anträge

zentrale Daten, Projekt + allgemeine Buchhaltung verbinden, Personal (fachlich), Steuerungsinstrumente **bedarfsorientiert**, Berichtsstrukturen klar fassen, Besucher*innen gestalten Programm, papierlose Verwaltung, vernetzte Strukturen, Grundeinkommen Kultur + Entwicklung, **einfach Regeln brechen, Kultur für alle von allen**

TECHNISCHE INFRASTRUKTUR SCHLECHT

Sanierung + offenes WLAN, Zusammenarbeit mit Start-ups + andere Unternehmen mit Know-How

Austausch untereinander fördern, **hybride** Beteiligung schaffen z. B. Live Events, Social Media, **Crowdsourcing (für Software und andere Formate)**, Blockchain nutzen (Piloten machen, Schwarmintelligenz nutzen), einfache Software selbst programmieren

Transfer Know-How Fortbildungen, Kosten **-Ausstattung**, abschalten + neu aufsetzen, digitale Berliner Werkstatt, **HKW digitales Archiv**, KI übernimmt alles

KEINE VERMITTLUNG

Mehr Fachpersonal, Kooperationen mit Expert*innen, Fortbildung, neue Methoden ausprobieren

Besucher*innen einbinden, schon im Ansatz Vermittlungsziele definieren, **Verwaltung erübrigt sich**, Besetzung und Übernahme, Aneignung, Augmented Reality und Virtual Reality, auf die Basis von Informationen jedes Einzelnen **perfekt angepasstes Material**, **Publikum mit integrieren**, Experimente zulassen

KEINE WAHRNEHMUNG VON IMPULSEN

KEIN WISSENSTRANSFER

KEINE ADÄQUATEN BEWERTUNGSTOOLS

Kooperationen intern / extern, Wissenstransfer mit KI über alle Institutionen, Offenheit, **Ansprechpartner*in sein**, alle perfekt ausbilden, damit sich jeder sein perfektes System bauen kann, Krawall + Provokation, Schnurtelefon vom Klo bis hin zur Verwaltungsleitung, Feedback-Boxen auf den Toiletten, Entschleunigung, Liveübertragung von Rückmeldungen, Metadaten verschlagworten, Impulse vom Publikum sammeln, breite Masse findet Lösungen,

Mitarbeiter*innen + Besucher*innen vertrauen, schnell erreichbar sein als Institution, schnelle Feedbackschleifen, Crowdsourcing / „Start Next“, offene Schnittstellen, Instagram Account ausleihen, Öffnung nach außen wichtig, What is your Superpower?, Micro-Macro-System – Kleine brauchen Hilfe von Großen, Rembrandt geht auf Reisen, Meetup, Ich bin nicht weiter hier drauf eingegangen da es keine sinnvollen Aufzeichnungen vorhanden sind. Wikipedia, Southernwest Airlines, Open Source / offene Schnittstellen, Plattform (Produktdesign), Mechanical Task Service Point, neue Strukturen schaffen, von Großen lernen (Mentoring / Austausch), Social Media Accounts ausleihen, Börsenhandel (automatisiert), digitale Bürgerämter, Social Media Facebook (schnelle Rückmeldung, kollaborativ, einfach zu bedienen), Wiki

Während des Angebots

Fehlende Vermittlung, Sitzplatznummerierung entfernen, verwirrendes doppeldeutiges Leitsystem, Besucher*innen mit Dreck bewerfen, Besucher*innen beschimpfen, weniger Personal, Knusperreis-Promotion-Aktion, Aufzug out of order!, keine Ansprechpersonen, Dreck, Mundwinkel des Personals (gehen nach unten), Besucher*innen lange vor geschlossener Tür stehen lassen, Muff, Bezahltoiletten, Veranstaltung verzögert sich um 2 Std.

Nach Angebot

kein Archiv im Netz, Newsletter nicht abbestellbar, 10 x im Monat Newsletter, kein wechselndes Programm, fehlende Vermittlung, Eintrittspreis-Nacherhebung, Name + Adresse + Kreditkarte ins Netz, Zugangsweise Bewertung, **Skandale**, Social Media nicht mehr bedienen

BESUCHER*INNEN

Vor Angebot

Zeitfenster Buchungen (Preußischer Kulturbesitz), kein Kontakt zur Kultur in der Kindheit, die AFD sitzt in der Leitung, schlechte politische Entscheidungen, Lieblingssprache: Wir haben kein Geld (Direktion), Infos fehlen, „wir bauen für sie um“ (Schild), Merkwürdige politische Einstellung der Institution, korrupte Führung der Institution, Engagements für Freunde / Verwandte des Direktors, **Preise erhöhen, Website von 2008**

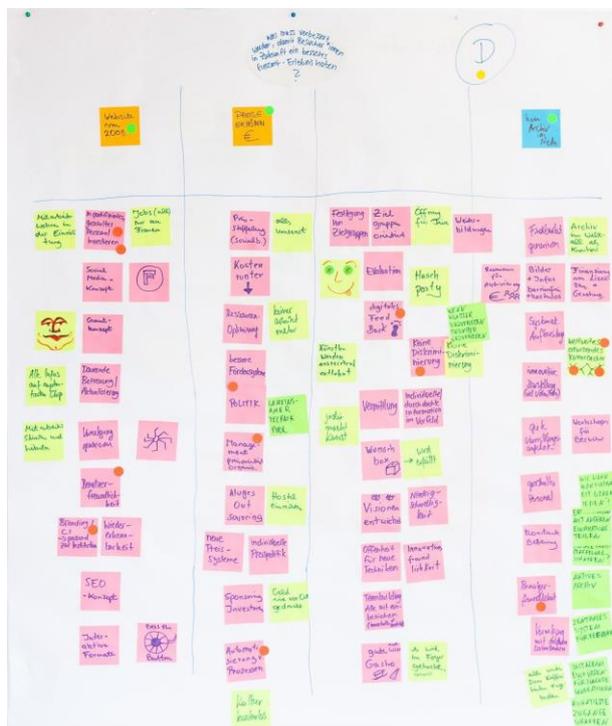
Während des Angebots

Fühlen sich nicht wahrgenommen / angesprochen, rassistische diskriminierende Inhalte des Angebots, unverständliche Ausstellungen / Performances, lange stockende schreckliche peinliche Ansprachen bei Eröffnung, werde vom Personal verfolgt und gemaßregelt, **fühle mich nicht willkommen**, Personal schleicht um 17:30 Uhr raus (18:00 Uhr ist offizielle Schließung), Führungen gespickt mit Reklame / Unternehmen, es ist langweilig, vertrockneter Kuchen für 5 Euro, schlechter Kaffee

Nach Angebot

keine Rückfahrmöglichkeit, keine Lust mehr, **Erwartungen wurden nicht erfüllt**, meine Daten im Netz, andere Kulturangebote sind spannender, keine Möglichkeit, um Feedback zu geben

Gruppe D – Aufgabe 2.1 bis 2.3



WEBSITE 2008

Mitarbeiter wohnen in der Einrichtung, **in qualifiziertes, geschultes Personal investieren**, Jobs (alle) nur an Frauen, Social-Media-Konzept, Gesamtkonzept, alle Infos auf importierten Chip, Mitarbeiter stricken und häkeln, Vernetzung generieren, **Benutzerfreundlichkeit**, **Branding / CI passend zu Institution**, Wiedererkennbarkeit, SEO – Konzept, interaktive Formate, Press the Button

PREISE ERHÖHEN

Preisstaffelung (wie z.B. bei SocialB.), alles umsonst, Kosten runter, Ressourcen-Optimierung, keiner arbeitet mehr, **Politik / bessere Fördersysteme**, gemeinsamer Technik Pool, **Management - preisorientierte Organisation**, kluges Outsourcing, Hostel einrichten, neue Preissysteme, individuelle Preispolitik, Sponsoring Investoren, Geld wird vor Ort gedruckt, **Automatisierung von Prozessen**, Kultur kostenlos

ZIELGRUPPEN UMFANGREICH ABHOLEN

Festlegung von Zielgruppen, zielgruppenorientiert, Weiterbildungen, Öffnung für Tiere, Weiterbildungen, Evaluation, Haschparty, Weiterbildungen, **digitales Feedback**, **keine Diskriminierung**, Künstler*innen werden ausreichend entlohnt, wenn Künstler*innen unzufrieden / Besucher*innen unzufrieden, jeder macht Kunst, Vermittlung, individuelle und durchdachte Informationen im Vorfeld, Wunschbox wird erfüllt, Visionen entwickeln, Niedrigschwelligkeit, Offenheit für neue Techniken, Innovationsfreundlichkeit, Teambildung – alle mit einbeziehen, gutes WLAN in der Gastro, es wird immer im Foyer gehockt

kulturBdigital ist ein Projekt der Technologiestiftung Berlin, gefördert von der Senatsverwaltung für Kultur und Europa
Annette Kleffel | Jessica Frost | Edmundo Galindo | T +49 30 20969 99 52 | kultur@technologiestiftung-berlin.de
Technologiestiftung Berlin | Vorstand Nicolas Zimmer (Vorsitz), Steffen Döring, Prof. Dr.-Ing. Ina Schieferdecker
Kuratoriumsvorsitzender Prof. Dr. Heinrich Arnold | Stiftungsverzeichnis Berlin AZ 3416/464 B3
www.kultur-b-digital.de

KEIN ARCHIV IM NETZ

Findbarkeit generieren, Archiv ins Weltall als Know-How, Bilder + Infos barrierefrei + kostenlos, Ressourcen für Archivierung, Finanzierung Lizenzen + Genehmigung, **weltweit allwissendes Kulturarchiv**, gute Vermittlungsangebote, Workshops für Besucher*innen, geschultes Personal, konstante Betreuung, **Benutzerfreundlichkeit**

Wie kann man Findbarkeit generieren, Erfahrungen mit anderen Einrichtungen teilen, aktives Archiv, Staffelung für Eintrittspreise?, zentrales System für Feedback, Instagram einführen für jüngere Generationen, kuratierte Zugänge schaffen

Gruppe A - Projektideen

Leider konnte die Gruppe A in der letzten Phase keine Ergebnisse liefern.

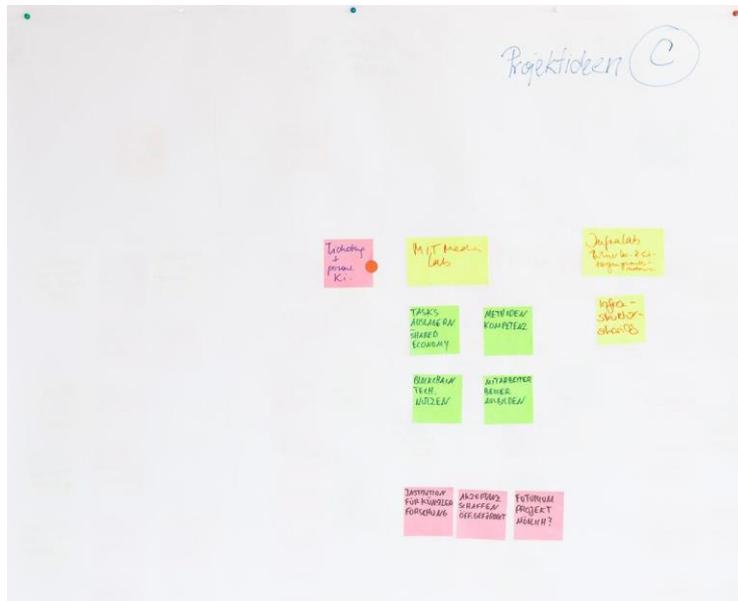


Gruppe B - Projektideen

- Dating App für den Kunstbetrieb
- App Sponsoring
- App für alle Kultureinrichtungen > Öffnungszeiten
- kein Geld für digitale Archive

Funktionsweise:

- Match muss überraschend sein
- Vorlieben + Bedürfnisse
- potentielle Ansprechpartner*innen
- Veranstaltungszeitraum



Gruppe C - Projektideen

- Ticketing + persönl. KI
- mit Media Lab
- Infrastruktur-Sharing
- Tasks auslagern / Shared Economy
- Methodenkompetenz
- Mitarbeiter besser ausbilden
- Blockchain-Technologie nutzen
- Institution für Künstler*innen-Forschung (Akzeptanz schaffen mit öffentlich gefördert)
- Futurium-Projekt möglich?

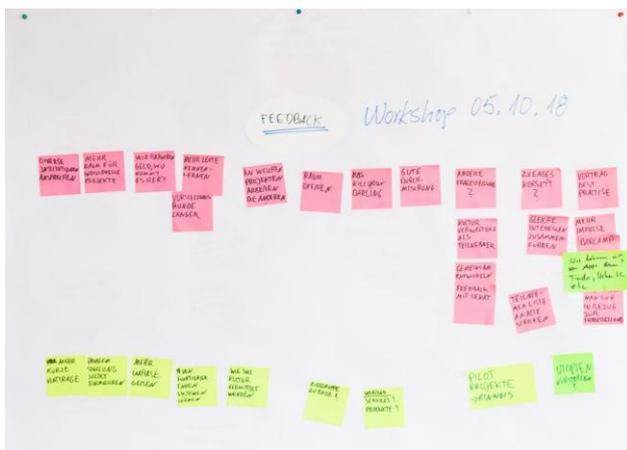


Gruppe D - Projektideen

- Wissenstransfer
- für Künstler*innen im digitalen Bereich
- Digitalität in der Kunst
- Förderprogramm > Artist in Residence
- fühlen sich nicht wahrgenommen / angesprochen
- Erwartungen wurden nicht erfüllt
- andere Kulturangebote sind spannender
- Investition in die Künstler*innen
- Workshops
- Werkstätten
- Laboratorien
- Webinare
- digitale Labs
- spartenübergreifend
- Partizipation am Technikpool
- Vernetzung mit Expert*innen
- Medialab
- Inhalt vor digitaler Form

- neue künstlerische Formate
- Qualifizierung
- neue Finanzierungsmöglichkeiten
- neue Inhalte schaffen
- Kooperation mit Künstler*innen
- nicht digital, Analog an einem Ort
- Festival
- digitales Lab an einem Ort
- Weiterbildung > Wie organisiere ich mit digitalen Tools?
- Know-How geht verloren (Instrumente)
- Wissenstransfer, Zugang zu Technologie
- Künstler*innen machen lassen
- Ort an dem praktisch gelernt werden kann
- Künstler*innen mit Programmierern zusammenarbeiten können
- archivieren und transformieren

Feedback (Teilnehmer*innen)



Am Ende der Veranstaltung werden die Teilnehmer*innen gebeten ein mündliches oder schriftliches Feedback zur Veranstaltung abzugeben.

Feedback der Teilnehmer*innen

Diversere Institutionen ansprechen (keine Institution mit Stellvertretern oder mit Migrationshintergrund), mehr Raum für individuelle Projekte, wir brauchen Geld nur wo kommt es her?, mehr Leute kennenlernen, Vorstellungsrunde länger, an welchen Projekten arbeiten die Anderen?, Raum öffnen für Ideen, Kill Your Darling, gute Durchmischung, andere Fragestellung?, zu enges Korsett, Kulturverwaltung als Teilnehmer*innen, Ideen gemeinsam entwickeln, Feedback mit Senat, gleiche Interessen zusammenführen,

Teilnehmer*innen-Liste an alle Teilnehmer*innen schicken, was können wir von anderen Apps lernen?

Fazit Feedback (Teilnehmer*innen)

Die Teilnehmer*innen wünschen sich eine genauere Beschreibung des Workshops bzw. des zu erreichenden Ziels. Zusätzlich hätten sie gern mehr Zeit, um sich untereinander auszutauschen und über aktuelle Projekte und Probleme anderer Institutionen zu erfahren. Im Arbeitsprozess würden sie bevorzugen, mit Teilnehmer*innen zusammenzuarbeiten, mit denen sich Interessen überschneiden. Eine Zusammenarbeit in durchmischten Teams wird dennoch als inspirierend bezeichnet. Den Workshop empfinden manche Teilnehmer*innen als ein „zu enges Korsett“. Gern hätten sie mehr Mitbestimmungsrecht bei der Wahl der Fragestellung gehabt. Eine engere Zusammenarbeit mit Vertretern des Senats für solche Workshop-Formate wird ebenfalls angeregt.

Fazit Workshop-Ergebnisse

Die Ergebnisse enthalten Teile aller Projektgruppen sowie das Feedback von Expert*innen, die bei den Präsentationen innerhalb des Workshops anwesend waren.

Technologien

Die Teilnehmer*innen des Workshops besitzen eine große Offenheit gegenüber neuen Technologien z. B. für kreative Lösungsansätze mittels Künstlicher Intelligenz (KI), Blockchain, Augmented Reality und Virtual Reality. Zusätzlich möchten sie bestehende Strukturen und aktuelle Social Media-Plattformen wie Instagram besser kuratieren und effektiver nutzen. Als Vorbild für mögliche Lösungsansätze dienen bestehende Apps, die bereits auf dem Markt zu finden sind. Bestimmte Modelle, Funktionalitäten, Interfaces etc. könnten in einen anderen Kontext übertragen und für den Berliner Kulturbereich abgewandelt werden. Dennoch weisen die Teilnehmer*innen darauf hin, dass mit der Zusammenarbeit von Kooperationspartnern wie Start-ups etc. und der Nutzung von externen digitalen Plattformen auch große Bedenken einhergehen. Es besteht große Skepsis gegenüber der Handhabung von Datensicherheit, Server-Standorten und Werten, die von Internet-Giganten wie Google, Facebook etc. vertreten werden. Die Teilnehmer*innen schlagen daher die Entwicklung einer Plattform vor, die mit öffentlichen Geldern gefördert wird. Um eine höhere Akzeptanz in der Szene zu schaffen, müsste die Plattform gewährleisten, mindestens alle deutschen Sicherheitsstandards einzuhalten.

Mitarbeiter*innenausbildung

Um digitale Projekte intensiv betreuen zu können, wird eine bessere Ausbildung von Mitarbeiter*innen gefordert. Mit regelmäßigen Weiterbildungen von Fachkräften sollen diese für digitale Themen geschult und sensibilisiert werden. Dabei könnten z. B. folgende Formate zum Einsatz kommen: Workshops, digitale Werkstätten und Webinare. Mögliche Themen der Weiterbildungen und Vorträge könnte sein: „Kompetenz-Webinar für Basiswissen“, „Wie organisiere ich mit digitalen Tools?“, „Für welche Werte stehen wir, wenn es um Digitalisierung geht?“. Doch nicht nur digitale Formate, sondern auch physische Orte sind nötig, an denen praktisch gelernt und gearbeitet werden kann.

Wissenstransfer

Als sehr wichtig werden regelmäßige „Meetups“ empfunden, auf denen ein Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch zwischen Institutionen sowie Kolleg*innen geschaffen wird. Gern würden die Teilnehmer*innen mehr darüber erfahren, an welchen digitalen Projekten andere Institutionen derzeit arbeiten. Ebenso könnte ein Format entwickelt werden, in dem erfolgreiche und gescheiterte Projekte sichtbar gemacht werden.

Besucher*innen-Kontakt / Feedback

Für die Institutionen ist es wichtig, mit den Besucher*innen regelmäßig in direktem Kontakt zu bleiben, dafür wünschen sich die Teilnehmer*innen z. B. ein „zentrales Feedback-System“, schnell erreichbar zu sein und kurze Feedback-Schleifen. Dabei entstehen Überlegungen, bestimmte Dienste wie eine Live-Chat-Funktion auf Webseiten der Institutionen zu integrieren. So hätten Besucher*innen die Möglichkeit, in direkten Kontakt mit Verantwortlichen(oder ausgelagerten Dienstleistern) zu bleiben. Für schnelle Rückmeldungen könnten ebenfalls Funktionen von unterschiedlichen Social-Media-Plattformen genutzt werden. Doch auch auf Veranstaltungen sollen Formate entstehen, bei denen Feedback gesammelt und Beteiligung geschaffen wird. Oftmals fehlt den Teilnehmer*innen eine nötige Evaluation des Feedbacks. Um mehr über die Besucher*innen der Institutionen erfahren zu können, wünschen sich einige Teilnehmer*innen Einblicke in die Berichte und Ergebnisse der (bidirektionalen) Besucherforschung. Die daraus erfolgten Erkenntnisse können in den eigenen Prozess mit integriert werden.

Zielgruppen

Im Zuge der Digitalisierung wäre es vorteilhaft auch neue Zielgruppen anzusprechen. Hierbei geht es vor allem um die Ansprache von jüngeren Besucher*innen. Mit derzeit aktuellen Social-Media-Plattformen (z. B. Instagram) können diese erreicht werden. Dabei entsteht die Diskussion, einen Instagram Account an Influencer oder andere User für einen bestimmten Zeitraum auszuleihen und kuratieren zu lassen. Mit gemischten Beiträgen, wie „Hinter den Kulissen“, aktueller „Internet-Humor“ oder Informationen zu Öffnungszeiten und Events, kann so Aufmerksamkeit erzeugt werden.

digitale Infrastruktur

Die Grundvoraussetzung für die Durchführbarkeit von digitalen Projekten ist die Bereitstellung eines funktionierenden und schnellen WLANs in allen Institutionen und zur Nutzung für Mitarbeiter- und Besucher*innen. Zusätzlich kann die Bereitstellung die Besucherfreundlichkeit verbessern, indem z. B. Warte- und Pausenzeiten angenehmer gestaltet werden. Die Institutionen können die Zeit des Aufenthalts nutzen, um Besucher*innen über weitere Veranstaltungen zu informieren oder um (digitales) Feedback zu sammeln.

Zusätzlich wird eine Plattform für alle Institutionen gewünscht, die als gemeinsames digitales Archiv und Pool für digitale Werkzeuge, Software, Lizenzen, technisches Material etc. dienen könnte. Aufgaben, die die Institutionen von ihrer Hauptkompetenz der Kulturarbeit abhalten, könnten so gut es geht ausgelagert und die anfallenden Aufgaben auf alle Institutionen aufgeteilt werden (Shared Economy). Es gilt eine „Papierlose Verwaltung“ einzuführen und bürokratische Prozessen zu erleichtern. Ebenfalls könnten solche Prozesse auch für Bürger*innen transparent und sichtbar gemacht werden. Die Teilnehmer*innen wünschen sich eine Open-Source-Lösung, die kostenlos für Kulturinstitutionen zugänglich ist und offene Schnittstellen bereitstellt.

Analoge Infrastruktur

Es wird immer wieder eine fehlende Infrastruktur bemängelt, was grundlegende Probleme für den Besuch einer Institution darstellen kann. Die Teilnehmer*innen fragen sich ob Probleme wie unsaubere Toiletten, Verschmutzung und Vandalismus mit digitalen Werkzeugen ebenfalls gelöst oder gemeldet werden könnte.

Sichtbarkeit / Empfehlungen

Eine ausgewogene Darstellung und gute Sichtbarkeit könnte gewährleistet werden, indem das gesamte Angebot der Berliner Institutionen und der Freien Szene gleichwertig auf einer Webseite oder App präsentiert wird. Einen großen Mehrwert kann eine gute Benutzerfreundlichkeit und ein durchdachtes SEO-Konzept bieten. Die Website / App dient dazu, eine einheitliche Darstellung von allgemeinen Informationen z. B. Öffnungszeiten, Eintrittspreise sowie das aktuelle Angebot zu gewährleisten. Konkurrierende Angebote sollten intern sichtbar werden und Abstimmungsprozesse ermöglichen.

Zusätzlich sollte der Standort der Nutzer*innen berücksichtigt werden. Institutionen, die sich in der Nähe befinden, könnten z. B. auf einer Karte oder einem Radar aufgezeigt werden. Die digitale Lösung könnte nach individuellen Interessen filtern und mit der Zeit dazulernen (KI). Die „Dating-App für den Kunstbetrieb“, eine App die sich an dem „Tinderprinzip“ orientiert, könnte Nutzer*innen zufällige oder gezielte Empfehlungen für Veranstaltungen aussprechen. Tinder ist eine Dating-App. Hier werden Nutzer*innen zufällig angezeigt. Durch Wischen nach links oder rechts werden Informationen als interessant oder uninteressant beurteilt.

Ebenfalls wird eine ganzjährige Sichtbarkeit von digitaler Kunst abseits von Festivals angeregt. Auch Kunst die mit öffentlichen Geldern gefördert wird, z. B. Kunst am Bau oder

Werke die sich an schwer zugänglichen Orten befinden, könnten auf einer Karte verzeichnet und digital archiviert werden.

Kooperationen

Webseiten, Apps oder digitale Services aufzubauen und diese zu unterhalten ist eine personelle und finanzielle Belastung für viele Institutionen. Aus diesem Grund begrüßen die Teilnehmer*innen ein System, indem die großen Institutionen die kleinen unterstützen („Micro-Macro-System“). Die Komplexität der technischen Lösungen und Anforderungen kann nicht von jeder Institution geleistet werden. Kooperationen mit externen Experten könnten zu einer Lösung beitragen. Hierzu wäre es möglich, z. B. mit Partnern aus der Wirtschaft wie Start-ups oder andere Unternehmen zusammenzuarbeiten und das Know-How in die Institutionen zu tragen. Ebenfalls könnte sichtbar gemacht werden, welche Institutionen bereits Erfahrungen mit digitalen Projekten gesammelt haben und einen offenen Austausch anregen.

künstlerisches Programm

Die Qualität des künstlerischen Programms darf an der Einführung der Digitalisierung nicht leiden. Der Inhalt muss weiterhin vor der digitalen Form stehen. Künstler*innen bräuchten Förderprogramme und z. B. die Möglichkeit, mit Programmierern zusammenarbeiten, um zu lernen, ihre Visionen selbst umzusetzen. Dabei müssen Diskussionen über neue künstlerische Formate entstehen und künstlerische Prozesse dokumentiert, digital archiviert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Zusätzlich müsste es mehr Angebot und neue Konzepte für eine kunstpädagogische Betreuung für digitale Projekte geben.

Barrierefreiheit und Diskriminierung

Um digitale Produkte zu verbessern, wünschen sich die Teilnehmer*innen, dass Communities von körperlich und geistig eingeschränkten Menschen mit in die Entwicklung einbezogen werden. Hierbei sollte ebenfalls ein Standard eingeführt werden, wie Barrierefreiheit auch auf digitaler Ebene umgesetzt werden kann. Zusätzlich regen die Teilnehmer*innen individuelle bzw. gestaffelte Preissysteme, basierend auf dem Grundeinkommen, an.

Finanzierbarkeit

Die Teilnehmer*innen sind offen für neuartige Finanzierungsmöglichkeiten von digitalen Projekten. Sie schlagen Modelle wie Crowdsourcing z. B. mithilfe der Plattform „Start Next“ vor. Es wäre ebenfalls möglich, Projekte über ein Sponsoring (Investoren, Start-ups etc.) von Technik und Software zu finanzieren.

Zusammenfassung

Die Ergebnisse des Workshops zeigen, dass für die Workshopteilnehmer*innen folgende Punkte am wichtigsten sind: Diskussion über Werte und Standards, themenspezifische Mitarbeiter*innen-Ausbildung, interner und externer Wissenstransfer mithilfe von physischen Lernorten und digitalen Plattformen, zeitgemäße Nutzung von Feedback-Tools für Besucher*innen, Ansprache neuer Zielgruppen, Ausbau digitaler und analoger Infrastruktur, Sichtbarkeit im Internet, Ausbau von Kooperationen, künstlerischer Umgang in der Digitalisierung, neue Finanzierungsmodelle, Optimierung der Barrierefreiheit und Vermeidung von Diskriminierung.

Ergebnisse Graphic Recording

Während der Arbeitsphasen hat sich die Illustratorin Jana Kreisl zu den Teams gesetzt und einige interessante Diskussionen, Prozesse und Teilergebnisse mit Illustrationen eingefangen. Im Laufe des Workshops entstanden so viele kleine Zeichnungen die zu zwei großen Plakaten angewachsen sind.