

Auswertung der Gespräche mit Berliner Kulturschaffenden im Rahmen des Projekts kulturBdigital

Jessica Frost

Stand: 15. November 2018

Inhalt

1. Zusammenfassung	2
2. Forschungsdesign	4
3. Probandenauswahl	5
4. Durchführung der Interviews	5
5. Ergebnisauswertung	5
5.1. Status quo	7
5.2. Bedarfe für den Innovationsfonds	9

1. Zusammenfassung

In mehr als 42 Gesprächen mit Berliner Kultureinrichtungen und –akteuren konnten erste Erkenntnisse hinsichtlich der Bedarfe und des aktuellen Standes digitaler Entwicklungen gewonnen werden.

Annette Kleffel, Projektleiterin und Jessica Frost, Projektmanagerin von kulturBdigital, haben sich als Studienleiterinnen aufgeteilt, um mit möglichst vielen Akteuren des Berliner Kulturbereichs in Kontakt zu treten. Aus zeitlichen und personellen Gründen konnte von der mehrere hundert Personen starken Verteilerliste, die maßgeblich von der Senatsverwaltung für Kultur und Europa stammt, allerdings nur ein Teil in diesem Schritt abgearbeitet werden.

Durch die Interviews mit den verschiedenen Kultureinrichtungen und Akteuren konnten bereits erste Bedarfe identifiziert werden, die im Projektverlauf weiter verfolgt werden sollten. Hierzu zählt, dass Ticketing ein Thema ist, dass viele Kulturschaffende beschäftigt und vor Herausforderungen stellt, da nicht mehr nur der Verkauf vor Ort sondern auch der Online-Verkauf an Relevanz gewinnt. In diesem Rahmen wird Ticketing auch oft über den bloßen Verkauf von Tickets hinaus gedacht und mit anderen Schnittstellen wie Besucher*innenkommunikation, bspw. dem Versenden von Newslettern, Empfehlungen zu anderen Aktivitäten oder der Besucher*innenforschung verbunden.

Des Weiteren ist eine gute Auffindbarkeit des jeweiligen Kulturangebots essentiell, um konkurrenzfähig zu bleiben. Hierbei wird vor allem auf eigene Webseiten und einen guten Social Media-Auftritt Wert gelegt. Besonders im Bereich der Sozialen Medien spielen maßgeblich im Theater und Museumsbereich (audio-)visuelle Darstellungen ihres Angebots und ihres Tagesablaufs eine immer größere Rolle. Zudem ist in diesem Kontext herausgekommen, dass sich viele Kulturschaffende eine zentrale Datenplattform zur Aggregation und Distribution von Informationen wünschen, da sie derzeit teils viel Zeit und Aufwand in das Bespielen verschiedener Plattformen stecken.

Ein weiterer Punkt, der für viele Akteure im Zusammenhang mit der digitalen Entwicklung des Kulturbereichs sehr wichtig ist, bezieht sich auf die Vernetzung der Kulturschaffenden untereinander. Die Einrichtungen könnten dadurch spartenübergreifend einiges voneinander lernen, wenn sie sich zu best- aber auch worstpractice austauschen würden.

Die soeben genannten Faktoren greift kulturBdigital durch verschiedene Workshop-Angebote, Informationsveranstaltungen, einen Design Sprint und strategische Pilotprojekte auf, um die daraus entstandenden „Learnings“ für die bedarfsgerechte Ausgestaltung der Förderrichtlinie für den Innovationsfonds 2020 zu nutzen. Fest steht, dass in einer solchen Phase durchaus Fehler gemacht werden dürfen, aus denen die Berliner Kulturszene zukünftig lernen kann.

Klar ist auch, dass nicht alle Aspekte, die sich in den Gesprächen und anderen Schritten der Bedarfsanalyse herauskristallisiert haben, durch den Innovationsfonds abgedeckt werden können. Beispielsweise gibt es für den Bereich Archivierung andere Fördermaßnahmen und -projekte, auf die sich die Einrichtungen und Akteure bewerben bzw. über die sie Informationen einholen können.

2. Forschungsdesign

Als Erhebungsinstrument für die Interviews wurde sich für die Methode des Leitfadeninterviews entschieden. „Das Leitfadeninterview [ist eine Form] nichtstandardisierter Interviews (...), bei denen der Interviewer eine vorbereitete Liste offener Fragen (den Leitfaden) zur Grundlage des Gesprächs macht.“¹

Da die Zielgruppe von kulturBdigital sehr breit gefächert ist, wurden die Interviewfragen an die jeweilige Einrichtungen bzw. den jeweiligen Akteur angepasst. Im Kern wurden allerdings bei sämtlichen Einrichtungen bzw. Akteuren essentielle Bereiche für das Projekt abgefragt, um eine Vergleichbarkeit der Interviews zu gewährleisten.

Der folgende Leitfaden bietet eine Aufstellung der zentralen Fragen, die durch die Studienleiterinnen gestellt wurden:

Fragenkatalog - Leitfaden

<p>Haben Sie bereits vom Innovationsfonds gehört?</p> <p>Haben Sie bereits von dem Projekt kulturBdigital zur digitalen Entwicklung des Kulturbereichs gehört?</p> <p>Wo stehen Sie beim Einsatz digitaler Technologien/Werkzeuge in Ihrer Arbeit?</p> <p>Welche digitalen Aktivitäten, Projekte sowie Angebote gibt es bereits?</p> <p>Setzen Sie digitale Tools ein?</p> <p>Welche digitalen Tools setzen Sie bereits ein?</p> <p>Wo besteht bei Ihnen Bedarf hinsichtlich digitaler Hilfsmittel?</p> <p>Haben Sie eine Stelle für Digitalisierung/Datenmanagement o.ä.?</p> <p>Wie sind Sie für Besucher*innen auffindbar?</p> <p>Wie verkaufen Sie ihre Tickets?</p> <p>Wie kommen ihre Daten zu Kulturplattformen bzw. wie kommen die Plattformen zu den aktuellen Daten (berlin.de, berlinbuehnen, visitberlin...)?</p> <p>Aus Ihrem heutigen Blickwinkel: Wovon profitieren (Genre einsetzen bspw. Museen) und deren Besucher*innen von digitalen Medien und der Digitalisierung am meisten?</p> <p>Welche Herausforderungen entstehen durch die Digitalisierung Ihrer Meinung nach für den Kulturbereich?</p> <p>Was können Sie sich vorstellen, was hinsichtlich digitaler Hilfsmittel von vielen Einrichtungen gebraucht wird?</p> <p>Haben Sie sich bereits mit anderen Einrichtungen/ Personen zum Thema der Digitalisierung des Kulturbereiches ausgetauscht?</p> <p>Was erwarten Sie vom Innovationsfonds?</p> <p>Was wünschen Sie sich für die Konzeptionsphase des Innovationsfonds?</p> <p>Wen dürfen wir in den Verteiler aufnehmen?</p> <p>→ Viele weitere Fragen wurden durch die beiden Interviewleiterinnen individuell formuliert und an die jeweilige Einrichtung bzw. den Akteur angepasst.</p>
--

¹ Gläser, J./ Laudel, G.: Experteninterviews und Qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden 2010, S.111.

3. Probandenauswahl

Bei der Auswahl der Gesprächspartner*innen für die Interviews ging es zunächst darum, ein möglichst breites Spektrum an verschiedenen Kultursparten und aus den verschiedenen Förderungsbereichen – sprich Einrichtungen der Landes- und Bezirksebene sowie aus der Freien Szene – abzudecken.

4. Durchführung der Interviews

Die Interviewleiterinnen haben insgesamt 42 Gespräche mit Einrichtungen geführt. Hierbei wurden auch Gespräche mit Bezirkseinrichtungen geführt, zu denen meist mehrere Häuser gehören. 67 weitere Gespräche wurden angefragt, bei denen es allerdings keine Rückmeldung seitens der Einrichtung bzw. Akteure gab. Somit konnte kein Interviewtermin mit diesen Personen vereinbart werden. Zwei Einrichtungen haben einen Gesprächstermin abgelehnt. Gründe hierfür waren, dass die Beteiligung an einem solchen Projekt für die Institution derzeit nicht in Frage käme und/ oder dass kein Mehrwert in der digitalen Entwicklung des Kulturbereichs gesehen werde.

Die Interviewleiterinnen sind für die Gespräche, je nach Wunsch der/s Gesprächspartner*in, in die Einrichtung bzw. zum/r Kulturschaffenden gefahren. Alternativ hat das Interview in den Räumlichkeiten der Technologiestiftung Berlin stattgefunden. Allgemein lässt sich festhalten, dass die Gespräche meist eine Stunde gedauert und zu Projektbeginn, am 01.04., gestartet haben.

5. Ergebnisauswertung

Um die qualitative empirische Erhebung zu einem brauchbaren Ergebnis zu bringen und die Qualität der Forschungsergebnisse zu sichern, wurden die Ergebnisse zur Auswertung unter Berücksichtigung der sechs Gütekriterien nach Mayring codiert. Hierzu zählen: Verfahrensdokumentation, argumentative Interpretationsabsicherung, Regelgeleitetheit, Nähe zum Gegenstand, kommunikative Validierung, Triangulation.²

² Vgl. Mayring, P.: Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Weinheim und Basel⁵ 2002, S.140-142.

Aus den Gesprächen wurden pro Einrichtung/Akteur bis zu drei derzeitige digitale Aktivitäten für den Status quo und bis zu drei Bedarfe, die besonders wichtig waren, codiert. Da während der Gespräche meist viele Aspekte genannt wurden, haben die Interviewleiterinnen diese Aspekte auf die drei wichtigsten reduziert, um die Aussagen vergleichsfähig zu machen. Die dafür verwendete Liste an Schlüsselwörtern wurde auf Basis der dokumentierten Gespräche erstellt (siehe Abb. 1).

Code	Benennung	Kurzbeschreibung	Anzahl Status quo	Anzahl Bedarf für IFK
1	Ohne weitere Codierung	Wurde eingesetzt, wenn sich diesbezüglich keine Antwort im Gespräch ergeben hat. Beispiel einer Antwort: "Für den Kulturbereich kann ich nicht sprechen."	0	0
2	Sonstiges	Wenn sich der genannte Aspekt keinem Code zuordnen lässt und nicht sonderlich relevant für das Projekt ist wie bspw. Smart Building.	0	2
3	Auffindbarkeit	Social Media; Online-Plattform/en (bspw. berlin.de/ visit-berlin.de); Empfehlungs-Plattform/en (bspw. yelp, tripadvisor etc.); eigene Webseite; digitale Datenvisualisierungen (bspw. Karte)	30	7
4	Inklusion/Barrierefreiheit	barrierefreie Webseite (bspw. leichte Sprache, Gebärdensprache); Obertitel; Blindenschrift an Gemälden etc. (vor Ort)	3	5
5	Datenmanagement/ Datenvisualisierung	bspw. zentrale Datenplattform für die Aggregation und Distribution von Informationen; Schnittstellen für Daten wie bspw. Öffnungszeiten, Veranstaltungen, Ort	2	5
6	Digitaler Workflow/ Verwaltung	elektronische Aktenführung und Dokumentenmanagement-System; digitale Geschäftsprozesse, Abrechnungsmanagement, Mitgliederverwaltung; Projektmanagement	5	8
7	Besucher*innenbindung und -forschung	aktive Besucher*innenbefragung/en (bspw. durch KULMON - Kulturmonitoring); Besucher-Tracking	2	4
8	Besucher*innenbeteiligung	Chatprogramm/e, Citizen Science, (Feedback-)Plattformen	2	2
9	Vernetzung (Akteure, Einrichtungen untereinander)	Teilnahme an Austauschplattform/en, Roundtables etc.	9	11
10	IT-Infrastruktur	Hardware (intern/extern)/ Software	12	9
11	Open Source	Anwendungen mithilfe von Open Source; neue Software-Lösungen	1	2
12	Nachhaltiges Kulturerlebnis (Vor-/ Nachbereitung des Besuchs)	Newsletter, Audioguide/s	10	9
13	OER (Open Educational Resources)	freie Lern- und Lehrmaterialien mit einer offenen Lizenz wie etwa Creative Commons	2	2
14	Kulturelle Bildung	bspw. Einrichtung eines digitalen Ateliers zur fachübergreifenden Arbeit im Bereich der kulturellen Bildung	2	1
15	Digitale Inhalte für Besucher*innen vor Ort/ digitale Kunst	künstlerische Arbeit mit digitalen Werkzeugen/Medien (VR/AR, digitale Aufführungen/Projekte); digitale Technik für künstl. Arbeiten	11	3
16	Ticketing	E-Commerce; Schnittstellen zu anderen Services	6	17
17	Personelle, finanzielle Ressourcen	bspw. Stelle für Digitalisierung	3	11
18	Archiv/ Datenbank	bspw. Hilfe bei der Digitalisierung des Archivs oder Weiterentwicklung des Archivs; Erstellung/Weiterentwicklung einer Datenbank	1	10

Abb. 1 Codierungstabelle (IFK = Innovationsfonds Kultur) – eigene Darstellung

Hierbei war ausschlaggebend, dass die Liste der Diskursstränge bzw. Schlüsselwörter eine übersichtliche Form hat und das jeweilige Schlüsselwort mit einer Kurzbeschreibung versehen wird. Diese kurze Beschreibung ist wichtig, damit nachvollzogen werden kann, was genau unter dem Schlüsselwort zu verstehen ist und worauf es sich bezieht. Wenn es mehrere Einrichtungen/ Häuser auf bspw. Bezirksebene gab, wurde nur ein Haus in die Auswertung miteinbezogen, damit die

kleineren Häuser mit ihren Bedarfen nicht untergehen. Jede Institution bzw. jeder Akteur hat somit dieselbe Gewichtung für die Auswertung.

Für die folgenden Auswertungen werden keinerlei Zitate verwendet. Es geht lediglich darum, ein erstes Stimmungsbild der Institutionen und Akteure einzufangen, aus dem sich die einrichtungs- und spartenübergreifenden Bedarfe und der jetzige Stand hinsichtlich digitaler Entwicklungen ableiten lassen. Sämtliche Dezimalstellen hinter dem Komma der Prozentzahlen wurden auf- oder abgerundet.

5.1. Status quo

Die Gespräche haben ergeben, dass ca. 71 % der Gesprächspartner*innen annehmen, dass sie gut auffindbar sind. Hierzu zählt, dass ein Großteil dieser Einrichtungen/ Akteure einen eigenen Webauftritt hat, Social Media Kanäle wie bspw. Facebook, Twitter und/ oder Instagram bespielt und/ oder auf großen Berliner Online-Plattformen wie bspw. berlin.de, visit-berlin und/ oder bei den Seiten der Kulturprojekte vertreten ist. Einige der Befragten gaben an, dass bspw. im Museums-, Tanz- und Theaterbereich Instagram zu einer immer wichtigeren Plattform werde, da Nutzer*innen vermehrt einen besonderen Wert auf die (audio-)visuelle Vermittlung von Inhalten legen würden.

Ca. 29 % der Interviewpartner*innen geben außerdem an, dass sie eine gute IT-Infrastruktur haben. Diese Aussage bezieht sich meist auf einzelne Aspekte einer IT-Infrastruktur. So haben einige Einrichtungen mit schnellem WLAN aufgerüstet, andere haben neue und schnelle Hardware, wiederum andere Gesprächspartner*innen nutzen bspw. ein iPad im Eingangsbereich, damit sich ihre Besucher*innen im virtuellen Gästebuch eintragen können.

Auf Platz drei der meistgenannten Schlüsselwörter hinsichtlich der Ist-Situation der Kulturschaffenden wurde angegeben, dass ca. 26 % der Interviewpartner*innen bereits Projekte mit digitalen Inhalten und in Bezug auf digitale Kunst durchgeführt haben. Hierzu zählen Projekte mit Virtual und Augmented Reality, aber auch andere

experimentelle Formate, in denen bspw. ein Theaterstück mittels Livestream auf zwei Bühnen gleichzeitig stattfinden konnte. Die Zuschauer*innen saßen somit in Berlin und haben den Künstler*innen zugeschaut, während eine Liveschaltung im Hintergrund die Schauspieler*innen in Kanada zeigen konnte.

Ein weiterer wichtiger Punkt für Kulturschaffende ist aktuell, dass sie ihren Besucher*innen/ Nutzer*innen ein nachhaltiges Kulturerlebnis bieten können. Zu 24 % legen die Interviewpartner*innen Wert darauf, dass Newsletter verschickt werden, Begleitmaterial zu bspw. Ausstellungen und Veranstaltungen online verfügbar ist und z.B. Apps im Vorherein auf das eigene Smartphone gespielt werden können.

Ferner ist in den Gesprächen herausgekommen, dass gerade einmal 9 der 42 Gesprächspartner*innen regelmäßig an Roundtables, Stäkos (ständige Konferenzen) oder anderen Netzwerkveranstaltungen teilnehmen. Hierbei fällt auf, dass sich die Kulturschaffenden größtenteils in ihrer eigenen Sparte bewegen und meist keine spartenübergreifenden Verbindungen pflegen.

Gerade einmal 14 % der Befragten nutzen Online-Ticketing Systemen bzw. haben ein eigens für sich programmiertes System. Darüber hinaus stellen Inklusion/ Barrierefreiheit auf den Webseiten der Einrichtungen/ Akteure, der digitale Workflow/ Verwaltung, Besucher*innenforschung und die aktive Besucher*innenbeteiligung durch bspw. Chatprogramme große Hürden für den Berliner Kulturbereich dar. Das Thema Open Source kam nur bei einer Person zur Sprache, die sich aktiv damit auseinandersetzt. Nachholbedarf besteht auch im Bereich kultureller Bildung, Open Educational Resources³ und auch beim Aufbau eines Archivs und/ oder einer Datenbank. Nur drei der 42 Interviewpartner*innen sprechen offen darüber, dass sie mit ihren personellen und finanziellen Mitteln zufrieden sind und sich zum Teil eine eigene Stelle für die Entwicklung einer digitalen Strategie leisten können. Ein wichtiger

³ Bei Open Educational Resources handelt es sich um freie Lehr- und Lernmaterialien, die eine offene Lizenz bspw. Creative Common haben.

Aspekt ist allerdings auch hier das Besetzen der IT-Stellen bzw. die Verfügbarkeit von IT-Support.

5.2. Bedarfe für den Innovationsfonds

Durch die Gespräche hat sich deutlich gezeigt, dass Ticketing ein wichtiges Thema für die Kulturschaffenden ist. 40 % der Befragten und somit der am meisten genannte Bedarf im Bereich digitaler Entwicklungen bezieht sich auf den Ticketing-Bereich. Hierbei sind die Ausgangslagen der Akteure und Einrichtungen äußerst divers. Es gibt zum einen Einrichtungen, die kein Online-Ticketsystem sondern lediglich ein Reservierungssystem besitzen. Das bedeutet, dass potentielle Besucher*innen Karten reservieren können, den Eintrittspreis jedoch erst vor Ort zahlen.

Einerseits stellt dies einen hohen organisatorischen Aufwand für kleine Einrichtungen dar, andererseits können diese nur schlecht einschätzen, wer tatsächlich kommt und wer nicht. Eine finanzielle Kalkulation ist somit durch solche Reservierungen nicht möglich. Andere Einrichtungen haben bereits ein Online-Ticketingsystem, sind allerdings nicht zufrieden mit ihrem Anbieter. Diese Unzufriedenheit ist auf verschiedene Kriterien zurückzuführen. Der größte Kritikpunkt spiegelt sich in den hohen Preisen für die meist großen kommerziellen Anbieter wieder. Darüber hinaus wünschen sich viele der Befragten eine individuellere Anpassungsmöglichkeit der Services an die eigenen Bedarfe und Vorstellungsformate.

Des Weiteren gibt es Einrichtungen mit kostenfreiem Eintritt, die sich jedoch vorstellen könnten, über ein „0 Euro-Ticket“ in Kontakt mit ihren Besucher*innen zu treten und in den entsprechenden Portalen neben Einrichtungen mit Eintritt ebenfalls auffindbar zu sein.

Am zweithäufigsten, mit 26 %, wurde im Bereich der Bedarfe für die digitale Entwicklung im Kulturbereich angemerkt, dass sich die Akteure eine bessere Vernetzung untereinander wünschen würden. Die Einrichtungen könnten auch spartenübergreifend viel voneinander lernen, wenn sie sich öfter zu best- aber auch worstpractice austauschen würden. Ebenfalls am zweithäufigsten wurde der Bedarf

nach besseren finanziellen und personellen Mitteln vermerkt. Wenn beispielsweise nur zwei Personen für ein ganzes Museum zuständig seien, wäre es eher unwahrscheinlich, dass sich diese beiden Mitarbeiter*innen mit Themen der digitalen Entwicklung auseinandersetzen könnten.

Einen weiteren großen Bedarf sehen die Einrichtungen und Akteure zu ca. 24 % bei dem Aufbau bzw. der Weiterentwicklung einer digitalen Datenbank oder eines Archivs. Auch eine mangelhafte IT-Infrastruktur führt oft zu Frust-Potential bei Kulturschaffenden. Wenn bspw. kein WLAN in einer Einrichtung verfügbar ist, stellt dies heutzutage so manche Hürde sowohl für Mitarbeiter*innen als auch für Besucher*innen dar. Darüber hinaus wollen viele der Gesprächspartner*innen ein nachhaltiges Kulturerlebnis liefern, indem sie bspw. Begleitmaterialien zu ihren Formaten zum Download zur Verfügung stellen oder Terminerinnerungen im Vorherein zu einer Veranstaltung an die Besucher*innen verschicken.

Zu 19 % wünschen sich die Interviewpartner*innen einen verbesserten digitalen Workflow. Hierzu zählen bspw. elektronische Aktenführung, digitale Geschäftsprozesse, Abrechnungsmanagement, Mitgliederverwaltung, aber auch das Nutzen von Projektmanagementsoftware.

Ein Thema, das nicht außer Acht gelassen werden darf, bezieht sich auf den Bedarf verschiedener Gesprächspartner*innen hinsichtlich einer besseren Auffindbarkeit. Wenn eine Einrichtung/ ein Angebot oder ein/e Akteur*in keine angemessene Auffindbarkeit gewährleisten kann, ist sie letztendlich nicht konkurrenzfähig. Hieran lässt sich der Bedarf einer Datenvisualisierung anknüpfen. Hierbei wünschen sich die Gesprächspartner*innen teilweise eine zentrale Datenplattform für die Aggregation und Distribution von Informationen.

Inklusion und Barrierefreiheit auf Webseiten sind Themen, die zu 12 % ebenfalls als Bedarf klar geäußert werden. Auch der Bedarf an Besucher*innenbindung und –forschung ist nicht zu vernachlässigen.

Weniger interessant für die Gesprächspartner*innen scheinen die Themen Besucher*innebeteiligung durch z.B. Projekte wie Citizen Science⁴ oder auch Open Source Anwendungen zu sein. Des Weiteren sind die Bereiche OER (Open Educational Resources), kulturelle Bildung und das Kreieren digitaler Kunst eher selten zur Sprache gekommen. Das bedeutet allerdings nicht, dass es unwichtige Themen für die Einrichtungen sind.

Neben vielen Interviews mit unterschiedlichen Kulturschaffenden, wurde kulturBdigital auch auf mehreren relevanten Runden vorgestellt:

- bezirkliche Fachbereichsleiterrunde Kunst und Kultur
- Stäko der Bezirksbibliotheken und ZLB (Zentral- und Landesbibliothek Berlin)
- Roundtable „Digitale Strategien an Berliner Museen“
- Amtsleiterrunde bei der Senatsverwaltung für Kultur und Europa
- Sitzung der Musikschulleitungen
- Mitgliederversammlung des Fördervereins der Technologiestiftung Berlin

Somit wurden und werden Gespräche mit vielen unterschiedlichen Stakeholdern geführt und das Projekt berlinweit vorgestellt.

⁴ Citizen Science kann als eine Form des Crowd Sourcing oder der Bürgerbeteiligung, also die Auslagerung bestimmter Aufgaben wie das Erheben von Daten, in der Wissenschaft angesehen werden.