



# Onlineworkshop zum Thema »Digitalisierung und Digitalität der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen«

## Ergebnisprotokoll

Donnerstag, 25.3.2021, 19:00–21:30 Uhr

---

**Projektleitung:** Dr. Patrick S. Föhl  
**Stellv. Projektleitung:** Suse Klemm

**NETZWERK KULTURBERATUNG  
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

Fidicinstraße 13c  
10965 Berlin  
Internet: [www.netzwerk-kulturberatung.de](http://www.netzwerk-kulturberatung.de)

---

**Moderation und Dokumentation:**

Dr. Patrick S. Föhl und Suse Klemm

**Impuls:**

Alain Bieber, Künstlerischer Leiter NRW-  
Forum Düsseldorf, Geschäftsführer Rosy DX  
GmbH

**Organisation, Koordination und Technik:**

Elke Scheler, Stadt Braunschweig  
Alexander Anton, Stadt Braunschweig

## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Ziele und Tagesordnung des Workshops .....</b>	<b>3</b>
1.1 Hintergründe, Themen und Ziele .....	3
1.2 Ablauf .....	5
1.3 Auszug leitfadengestützte Experten*inneninterviews zum Thema Digitalisierung im Kulturbereich.....	6
1.4 Aufbau Ergebnisprotokoll.....	7
<b>2 Dokumentation der zentralen Ergebnisse .....</b>	<b>8</b>
2.1 Input Impulsgeber und Stichpunkte aus der Diskussion .....	8
2.2 Ergebnisse Diskussion im Plenum – eine gemeinsame Bewegung erzeugen.....	8
2.2.1 Welche der diskutierten Ansätze zum Thema Digitalisierung würden Sie prioritär angehen?	11
2.2.2 Wie kann man das Thema Digitalisierung insgesamt nachhaltig anschieben?.....	12
2.3 Wie geht es weiter?.....	14
2.4 Ergebnisse zur Zufriedenheit mit dem Workshop.....	14
<b>3 Zusammenfassende Beobachtungen der externen Begleitung .....</b>	<b>15</b>
3.1 Zusammenfassende Beobachtungen zum 5. Onlineworkshop »Digitalisierung und Digitalität der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen« .....	15
3.2 Zusammenfassende Beobachtungen zur gesamten 2. Onlineworkshop-Sequenz.....	17
<b>Anlagen .....</b>	<b>19</b>
Präsentation zur Einführung in den Workshop	
Impuls von Alain Bieber	
Teilnehmer*innenliste	

# 1 Ziele und Tagesordnung des Workshops

## 1.1 Hintergründe, Themen und Ziele

### Hintergründe und Themen der Online-Workshops

Vom 17. März 2021 bis zum 25. März 2021 wurden insgesamt fünf Online-Workshops im Rahmen des Kulturentwicklungsprozesses (KultEP) der Stadt Braunschweig durchgeführt. Diese 2. Sequenz vertiefte, konkretisierte und ergänzte die Ergebnisse aus der ersten Online-Workshop-Reihe (November/Dezember 2020), den Beiratssitzungen, dem ersten Verwaltungsworkshop und den weiteren Analysen (u.a. leitfadengestützte Experten\*inneninterviews).<sup>1</sup>

Aufgrund der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Einschränkungen fand eine Umstellung von ursprünglich analog geplanten großformatigen Workshops der partizipativen Phase mit parallelen Arbeitsgruppen auf sequentielle, kleinformatische Online-Workshops statt. Als Videokonferenz-Plattform wurde das Format Webex<sup>2</sup> gewählt. Die Stadt Braunschweig bot im Vorfeld der Workshops Einführungen und Hilfestellungen zu Webex an.

Auf Grundlage der Ergebnisse der Vorabuntersuchungen und der 1. Workshop-Sequenz konnten zunächst vier Themenblöcke (schwarze Felder) abgeleitet werden:

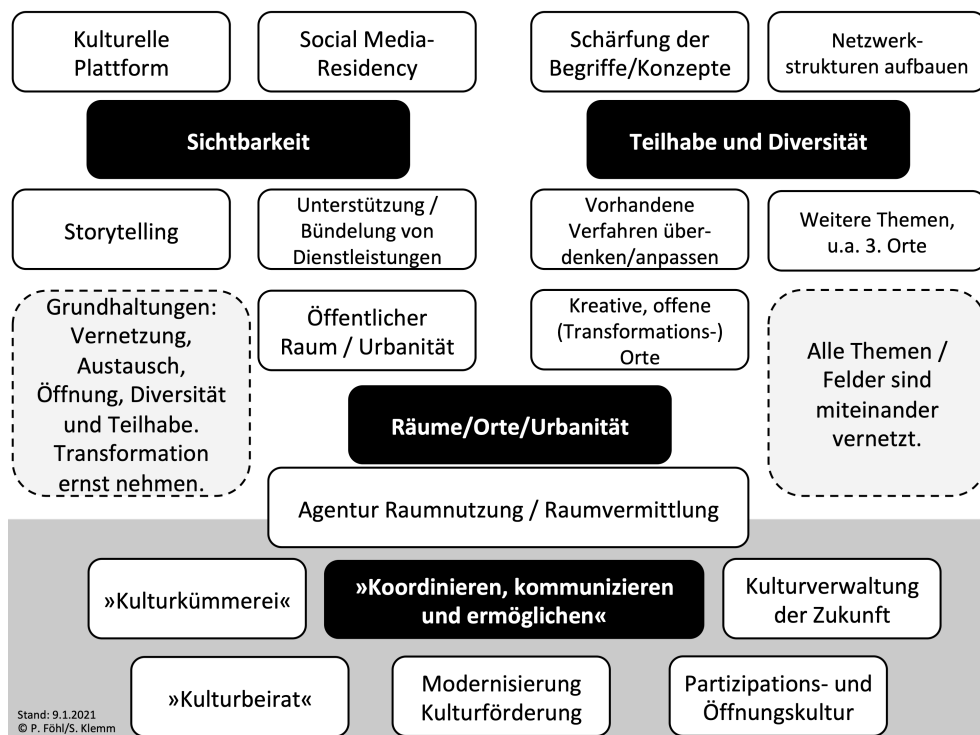


Abb.: Ergebnisse der Vorabuntersuchungen und der 1. Workshopsequenz.

1 Daten und Inhalte: siehe auch <https://www.braunschweig.de/kultur/kulturentwicklungsprozess/index.php>, letzter Zugriff am 12. April 2021.

2 S. <https://www.webex.com/de/video-conferencing.html>, letzter Zugriff am 14. Dezember 2020.

Zu drei der vier Themenblöcke »Sichtbarkeit«, »Teilhabe und Diversität« und »Koordinieren, kommunizieren und ermöglichen« wurde jeweils ein Onlineworkshop einberufen. Überdies entschied die externe Begleitung ihrer Fürsorgepflicht gerecht zu werden und rief noch zwei weitere Workshop-Themen auf, die in einem aktuellen Kulturentwicklungsprozess nicht fehlen können und dürfen: Das Thema »Ökologische Nachhaltigkeit im Braunschweiger Kulturbereich – Vordenken und anfangen« und das »Digitalität und Digitalisierung der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen«. Der vierte Themenblock »Räume/Orte/Urbanität« floss in allen fünf Workshops als Querschnittsthema prioritär mit ein. In den Workshops wurden u.a. die aus der ersten Onlineworkshop-Sequenz aufgeworfenen Themen und Maßnahmenansätze ausdifferenziert.

Aufbauend auf diese Workshops schließen sich noch aus den Workshops temporär herausgegründete AG-Treffen, ein zweiter Verwaltungsworkshop, Beiratssitzungen und die Abschlusskonferenz am 15. Juni 2021 an.

### **Zusammenfassung der Ziele und Leitthemen**

Der hier dokumentierte Workshop »Digitalisierung der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen« verfolgte folgende Ziele:

- **Kultur und Digitalisierung bzw. Digitalität: die wichtigsten Learnings, Notwendigkeiten und Dringlichkeit des Themas sowie generelle Haltung zum Thema erschließen**
- **Konkret folgende Themen kennenlernen:**
  - **Möglichkeiten der digitalen Kunst/Kulturproduktion (von VR/AR-Kunstwerke bis digitales Theater & Ausstellungen)**
  - **Sichtbarkeit/Kommunikation/Marketing/Social-Media + »Kundenservice«**
  - **Digitale Vermittlung/Bildung/Pädagogik u.a.**

Für den Workshop wurden folgende Leitthemen formuliert:<sup>3</sup>

- 1. Botschaft des Workshops:** Konsens herstellen, dass Kultur und Digitalisierung/Digitalität Bestandteil des KultEP sein sollte.
- 2. Agenda formulieren:**
  - Womit fangen wir an? Wie bringt man das Thema nun ernsthaft ins Rollen?
  - Wie schafft man Verbindlichkeit?
  - Wer möchte sich einbringen? (wie und mit was?)
  - Wo kann man ggf. schon einen konkreten (exemplarischen) Anker setzen?

---

3 Siehe weitere Details unten in der Tabelle zum Workshopablauf.

## 1.2 Ablauf

### Anmerkungen zum Ablauf

Der Workshop »Digitalisierung der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen« fand am 25. März 2021 von 19:00–21:30 statt.<sup>4</sup> Der Workshop begann mit einer Einführung in die Ziele, Grundregeln, Themen und Abläufe.<sup>5</sup> Um den Workshop möglichst abwechslungsreich und zugänglich zu gestalten, wurden verschiedene methodische Ansätze gewählt.

### Übersicht des Ablaufs

Der Workshop hatte folgenden Ablauf:

Zeit	Was?
19:00	Begrüßung seitens der Stadt Braunschweig
19:05	Einführung seitens des Moderators/der Moderatorin (mittels PPTX): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo stehen wir?</li> <li>• Ziele des Workshops</li> <li>• Grundregeln der Kommunikation / Rollen (kurzfassen, Chat-Funktion nutzen, um Zwischenfragen zu stellen etc.)</li> <li>• Hinweis auf Teilnehmer*innenliste (keine Vorstellungsrunde) / Protokoll (Stichpunkte und Chatverläufe/Ergebnisse der Befragungen etc.)</li> <li>• Einführung aktueller Stand (Ergebnisse bisheriger Prozess und Zuspitzungen)</li> <li>• Ablauf des Online-Workshop</li> </ul>
19:20	Input zum Thema »Kultur und Digitalisierung, die wichtigsten Learnings, Notwendigkeiten und Dringlichkeit des Themas sowie generelle Haltung zum Thema«. Titel »Get digital or die trying«: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alain Bieber, Künstlerischer Leiter NRW-Forum Düsseldorf, Geschäftsführer Rosy DX GmbH<sup>6</sup></li> </ul>
19:30	Verständnisfragen und Anmerkungen seitens der Teilnehmer*innen
19:40	Diskussion im Plenum – eine gemeinsame Bewegung erzeugen:
19:40	<b>1. Möglichkeiten der digitalen Kunst/Kulturproduktion (von VR/AR-Kunstwerke bis digitales Theater &amp; Ausstellungen)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulse Alain Bieber (Input / Good Cases)</li> <li>• Fragen und Diskussion</li> </ul>
20:00	<b>2. Sichtbarkeit/Kommunikation/Marketing/Social-Media + »Kundenservice«:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulse Alain Bieber (Input / Good Cases)</li> <li>• Fragen und Diskussion</li> </ul>
20:20	<b>3. Digitale Vermittlung/Bildung/Pädagogik u.a.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulse Alain Bieber (Input / Good Cases)</li> <li>• Fragen und Diskussion</li> </ul>

4 S. Teilnehmer\*innenliste im Anhang.

5 Die Einführung findet sich in Form einer PowerPoint-Präsentation im Anhang dieses Protokolls.

6 S. <https://www.nrw-forum.de/ueber/team> und <https://rosydx.com/ueber-uns>, letzte Zugriffe: 20.4.2021.

Zeit	Was?
20:40	<b>Umfragen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze offene Frage: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ »Welche der diskutierten Ansätze zum Thema Digitalisierung würden Sie prioritär angehen?«</li> <li>○ Dann kurzes Durchscrollen der Ergebnisse.</li> </ul> </li> <li>• Kurze offene Frage: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ »Wie kann man das Thema Digitalisierung insgesamt nachhaltig anschieben?«</li> <li>○ Dann kurzes Durchscrollen der Ergebnisse.</li> </ul> </li> </ul>
21:00	<b>Nächste Schritte festlegen</b>
21:30	Ende

### 1.3 Auszug leitfadengestützte Experten\*inneninterviews zum Thema Digitalisierung im Kulturbereich<sup>7</sup>

*Frage: Wie steht es um die Digitalisierung im Kulturbereich?*

»Insgesamt wurde deutlich, dass der überwiegende Teil der Kulturlandschaft im Feld der Digitalisierung scheinbar weder über weitreichendes spezifisches Wissen noch über digitale Infrastruktur verfügt. Damit ist es einem Gros der Kulturschaffenden bislang nicht möglich, aktiver Teil der gegenwärtigen umfassenden digitalen Transformation (fast) aller Lebenswelten zu sein.

Viele der Interviewpartner\*innen fokussieren sich in ihrem Verständnis digitaler Transformation auf singuläre Felder wie das Angebot von WLAN in den eigenen Räumlichkeiten, vereinzelt Social-Media-Aktivitäten oder die Umstellung analoger Angebote auf digitale Formate (z. B. Weiterbildungen im ZOOM-Format). Hinzu kommt die Einführung digitaler Standards wie RFID in der Bibliothek zur Selbstverbuchung der Medien durch die Nutzer\*innen oder von Online Ausleihen oder bspw. Digitalisierungsprojekte in den musealen Sammlungen.

Vor diesem Hintergrund wird vielfach darauf hingewiesen, dass es im Prinzip eine gesonderte Strategie zur Digitalisierung des Braunschweiger Kulturbereichs bedarf. Im Diskurs mit den Interviewpartner\*innen werden folgende Aspekte – mittels Impulsen der Interviewerin / des Interviewers – herausgearbeitet:

Was heißt digitale Transformation allgemein und wie kann sie genutzt werden bzw. wie muss jede/r Einzelne darauf reagieren?, z. B.:

- Einsatz digitaler Medien und Technologien zur Produktion von Kunst (z. B. auf der Bühne, hinter der Bühne oder in Ausstellungen; das Spektrum reicht hier vom Einsatz von 3D-Druckern, über intelligente Soundsysteme, digitale Lichttechnik, digitalen oder digital-analogen Bühnenbildern bis hin zum Einsatz von digitalen Exponaten u. v. m.)
- Einsatz digitaler Medien und Technologien für die Vermittlungsarbeit (digitale Medien in physischen Räumen, digitale Lernangebote, Online-Plattformen zum Mitmachen, Lern-Apps, interaktive Apps [u. a. »Augmented Reality] u. v. m.)

<sup>7</sup> Im Jahr 2020 wurden leitfadengestützte Expert\*inneninterviews mit Akteur\*innen aus Braunschweig durchgeführt. In Kürze kann die Auswertung auf <https://www.braunschweig.de/kultur/kulturentwicklungsprozess/index.php> (letzter Zugriff: 21.4.2021) heruntergeladen werden.

- Einsatz digitaler Medien zur Bewahrung und digitalen Sichtbarmachung von Kunst (z. B. Digitalisierung von Sammlungen)
- Einsatz digitaler Technologien im Feld des Kundenservice (Online-Ticketing, Online-Ausleihe, Online-Programme und -Informationen, WLAN in öffentlichen Gebäuden u. v. m.)
- Einsatz sozialer Medien zur Sichtbarmachung kultureller Angebote und zum Austausch mit dem (potenziellen) Publikum
- Kreierung neuer Kunstformen oder hybrider Kunstformen mittels digitaler Technologien.

Was braucht es dafür, diese Ansätze umzusetzen? Neben Weiterbildungen, Infrastruktur, Personal, externe Beratung/Impulse, Verringerung von Beschränkungen u. a.) vor allem das:

- Eine grundsätzliche Haltung zur digitalen Kulturwelt entwickeln, die divers, zugänglich und jederzeit verfügbar sein kann, ohne die analoge in Frage zu stellen, sondern bestenfalls beide Welten miteinander zu verbinden. Ggf. Masterplan Digitalisierung und Kultur?!
- Ggf. verschiedene »kulturelle Digitallabore« einrichten (in vorhandenen Projekten und Einrichtungen), in denen neue Ansätze erprobt und weitervermittelt werden können (u. a. in Kooperationen mit Hochschulen und Unternehmen).
- Diese Ansätze sind als Gesamtkonzept oder übertragen auf einzelne Einrichtungen/Projekte aus Sicht der Interviewpartner\*innen mit hoher Dringlichkeit weiterzuverfolgen.

## Vorbereitungstexte

Zur Vorbereitung des Workshops wurden folgende Texte übersandt:

- <https://kupoge.de/blog/2021/03/02/zurueck-in-die-zukunft-iv/>
- <https://www.kubi-online.de/artikel/hello-were-from-the-internet-zur-digitalen-transformation-des-kulturbetriebs>
- <https://www.hoou.de/materials/die-digitale-transformation-des-kulturmanagements-episode-1-christian-holst-kulturmarketing?embedded=true>

## 1.4 Aufbau Ergebnisprotokoll

Die Ergebnisse des oben dargestellten Ablaufs werden im Folgenden dokumentiert. Die Teilnehmer\*innen wurden gebeten, die jeweiligen Ergebnisse sowie weitere Anmerkungen und Ideen in den Chat zu schreiben. Zusätzlich wurden seitens der Stadt sowie der externen Moderation Stichpunkte notiert und die gesamte Sitzung zum Zwecke der Nachvollziehbarkeit aufgezeichnet. Alle Inhalte werden stets anonymisiert.

Es werden ausschließlich inhaltliche Anmerkungen aus den Chatprotokollen dokumentiert. Hinweise zur Technik o.ä. werden berücksichtigt, aber aufgrund der Übersichtlichkeit hier nicht wiedergegeben. Bei Bedarf können die Chatprotokolle eingesehen werden.

Die Ergebnisse aus den Umfragen werden hier 1:1 anonymisiert wiedergegeben.

Am Ende des Protokolls erfolgt eine Zusammenfassung und ein Ausblick.

## 2 Dokumentation der zentralen Ergebnisse

### 2.1 Input Impulsgeber und Stichpunkte aus der Diskussion

Nach der Einführung in den Workshop durch die externe Begleitung erfolgt externer Input zum Thema Kultur und Digitalisierung in vier Themenblöcken von:

- Alain Bieber, Künstlerischer Leiter NRW-Forum Düsseldorf, Geschäftsführer Rosy DX GmbH

Das Skript bzw. Präsentation ist den Anlagen zu entnehmen.

Die Impulse:

1. **»Kultur und Digitalisierung, die wichtigsten Learnings, Notwendigkeiten und Dringlichkeit des Themas sowie generelle Haltung zum Thema«**
2. **Möglichkeiten der digitalen Kunst/Kulturproduktion (von VR/AR-Kunstwerke bis digitales Theater & Ausstellungen)**
3. **Sichtbarkeit/Kommunikation/Marketing/Social-Media + »Kundenservice«**
4. **Digitale Vermittlung/Bildung/Pädagogik u.a.**

hatten zum Ziel, die bisherigen Ergebnisse durch weitere Expert\*inneneinschätzungen von außen zu ergänzen und diese auch im weiteren Workshopablauf partizipativ einzubeziehen.

Nach den Impulsen gab es – bis auf positives Feedback – direkt keine Verständnisfragen. Die Impulse wurden jedoch im Verlauf der weiteren Diskussion aufgegriffen, und der Impulsgeber war sehr aktiv an dieser beteiligt.

### 2.2 Ergebnisse Diskussion im Plenum – eine gemeinsame Bewegung erzeugen

#### Dokumentation des Chats und der Diskussion

In der anschließenden Diskussion wurde schnell deutlich, dass Kultur und Digitalisierung im Jahr 2021 für viele Teilnehmer\*innen ein dringliches Thema ist, das bisher zu wenig erschlossen wurde. Kultur und Digitalisierung sollten ein Pfeiler des KultEP darstellen. Im Chat gab es zudem noch folgende Anmerkungen:

- Corona als Beschleuniger der Digitalisierung
- »Ohne digitale Medien / Infrastruktur können wir nicht mehr leben«
- Viel Neues kann JETZT entstehen. Nicht immer besser, aber viele Entwicklungsmöglichkeiten.
- Vieles was jetzt da ist, wird bleiben.
- Sind hybride Wesen geworden.
- Querschnittsthema.
- Potenziale und Herausforderungen.
- Kritische Auseinandersetzung mit Technologien durch Künstler\*innen.
- Potenzial im Feld Teilhabe.
- Besucher\*innen mitgestalten.
- Jede(r) ist Mitgestalter.
- Kultureinrichtungen und Schulen z.T. abgehängt.
- Diversity anstatt Eurozentrismus.



- Nahbarkeit/Erreichbarkeit.
- Digitale Aura.
- Veränderungen antizipieren.
- Kultur der Digitalität statt Digitalisierung
- Demokratisierung von Kultur.
- Langer Weg.
- Das digitale Museum umfasst alle genannten Punkte.
- Kostet viel, also auch Frage des Geldes.
- Danke. Das hätte ich auch gerade geschrieben. Wer nicht digitalisiert, hat verloren, der läuft hinterher. (Wirtschaftlich) erfolgreich werden digitale Formate sein, keine digitalisierten.
- Changemanagement notwendig.
- Es reicht nicht zu wollen, man muss es auch können = Weiterbildung.
- Dafür braucht es Zeit/Ressourcen.
- Technologie kann noch nicht alles (s. Latenzzeiten).
- Wovon reden wir? -> ist wichtig.
- One fits all. -> Funktioniert nicht mehr.
- Man muss hochgradig adaptierbar sein. Individualisierung.
- Von mir kein Contra, sondern ein "so einfach ist es nicht"
- Haben Sie <https://jamulus.io/de/> probiert? Verspricht "niedrige Latenz"?
- Jamulus: ja auch das---
- Geringe Latenz ist nicht billig, aber auch kein Kernproblem. Wenn man es drauf anlegt kann man auch mit einem Staatsorchester weltweit verteilt spielen.
- Gibt gegenwärtig sehr viele Möglichkeiten der Förderung, Unterstützung und Kooperation!
- Wie kann man digitale Kunst sammeln? Hr. Bieber: Wichtige Frage. Große Herausforderung. Sind am Anfang.
- Wo finde ich Unterstützung?
- Aufbau von Netzwerken wichtig. Immer wieder neu. Verbündete suchen (z.B. Chaos Computerclub, Hochschulen)
- Wissensnetzwerk für BS aufbauen.
- Medienkoordination als Ansprechpartnerin in BS.
- Oliver Rod ist ein super Tecchi der Kunst unterstützt
- Hr. Rod (TU BS; für AR zuständig): Vorschlag für Netzwerke sind Hackathons. Richten das aus...könnte ne gute Zusammenarbeit mit Kunst/Kultur sein.
- Archivierung wird nur bedingt möglich sein (häufig singuläres Ergebnis für einen/r Nutzer\*in).
- Man muss jetzt digital werden, sonst wird man abgehängt.
- Riesiges Potenzial, auch für mehr Publikum.
- Gibt Experimente mit virtueller Kunst.
- Kreativität ist notwendig.
- Gute Inhalte können auch zu gutem Marketing führen bzw. sind dessen Grundlage.
- UI/UX.
- Schirn/ Städel haben vor drei Jahren 23 Vollzeit stellen Social media/ digitales Museum eingestellt
- TikTok und Auto sind nicht wirklich vergleichbar...
- Moralisches Dilemma im Hinblick auf Nutzung / Kooperation mit sozialen Medienplattformen.
- Ethik große Frage. Aber wo fängt das an und wo hört das auf. Konzerne verändern sich.
- Und zoom ist aus anderen Gründen abgelehnt worden.

- Wer sind meine Zielgruppen? Wen wollen Sie erreichen? → Dahin gehen wo Ihre (potenziellen) Zielgruppen sind.
- Wir wissen, wo die Zielgruppe steckt.
- Frage ist: Wie nutze ich die Tools professionell?
- → Anm.: Siehe Idee KultEP: Social Media Residency für mehrere Einrichtungen / Akteur\*innen.
- Man muss nicht alles machen.
- Man braucht einen Plan.
- Kanal nach Bedarf aussuchen.
- Zielgruppen kennen.
- Stein ins Rollen bringen.
- Thema muss Chef\*innensache sein.
- Mitarbeiter\*innen ermächtigen.
- @städel&schirn ein unfassbarer Direktor, der die finanzielle Grundlage geschaffen hat + eine freigiebige und kulturell engagierte Bürgerschaft
- Denken muss sich im Team verankern.
- Digitales und analoges zusammen denken.
- Gefühl kriegen. / Auch mal ausprobieren.
- Im Haus hat sich schon sehr viel bewegt.
- Rantasten.
- Verlagerung von Etats.
- Vorteil: Ich sehe sofort, ob es ankommt oder nicht (digitales Marketing).
- Digitalisierung als große Überschrift für alle.
- Kultur ist hier »nichts besonders«.
- Muss professionell gemacht werden.
- Denken in Geschäftsmodellen ist ungewohnt im Kulturbereich.
- Muss ständig überprüft werden. Sehr neu.
- Ich würde Geschäftsmodell durch Kundenorientierung ersetzen.
- Professionelle Begleitung notwendig.
- Was brauche ich, um zu beginnen?
- Gibt sehr viele Anbieter\*innen im Feld der digitalen Transformation.
- Man muss wissen, was man will.
- Mit einer Person, einem PC, können sie sehr viel machen.
- Man dringt nur noch schwer durch.
- Was ist mit der Pädagogik?
- Landesmuseum ist in die digitale Schule eingestiegen.
- Kurse sind in Osterferien ausgebucht.
- Haben »einfach« angefangen (mit NEUSTART Programm).
- Offen für Austausch.
- Gerade sehr viel Aktivität.
- TBZ/ Staatstheater in Kooperation.
- Digitale theaterpädagogische Angebote.
- Z.T. Live. Sowieso auf YT.
- Wird weiterentwickelt.
- Aufbau von Datenbank.
- Haben Lehrfilm produziert.
- Gibt Gruppen auf FB in der Theaterpäd., die sich dazu austauschen.
- Gute Erfahrungen.

- Digitalisierung/Digitalität und ökologische Nachhaltigkeit
- Wie Klimaneutralität herstellbar?
- Digitales Netzwerk. Gemeinsames Modellprojekt.
- Durch KultEP kommen sehr unterschiedliche Akteur\*innen zusammen. Mittels Oberthema kooperative Projekte im Digitalen auf den Weg bringen.
- Große Konkurrenz überwinden.
- Z.B. Eine Stelle teilen.
- Oder gemeinsame Clips.
- Viele wollen für sich sein.
- Kooperatives Projekt.
- Wäre tolles Signal.
- Kooperation muss Gewinn für alle Beteiligten sein.
- Vielfalt sichtbar machen.
- Digitale Tour mit extra Features.
- Rahmen für Kooperation schaffen.
- @Digitale Tour- starten wir gerade mit der BSL durch Ateliers und Kulturorte...
- Und mit der Drohne von Ort zu Ort ;)
- Braunschweigs Kultur in Second World?
- Digitale Welt schaffen (auf vorhandenen Plattformen). Digitales BS. Infrastruktur aufbauen.
- Wichtiger Aspekt ist die vielen kleinen Initiativen, die nicht selbst die Möglichkeit haben, in dieser digitalen Form aus dem Unbekannten zu holen...
- Vielen Dank an Herrn Bieber. Klasse Vortrag, super Denkanstöße, coole Clips, Thx!
- Großes Kompliment an den heutigen Referenten, Chapeau!
- Da kann ich nur zustimmen!

Den Teilnehmer\*innen wurde abschließend folgende zwei offene Fragen gestellt:

### 2.2.1 Welche der diskutierten Ansätze zum Thema Digitalisierung würden Sie prioritär angehen?

<b>Welche der diskutierten Ansätze zum Thema Digitalisierung würden Sie prioritär angehen?</b>
Kundenzentrierung und Geschäftsmodellentwicklung, Datennutzung
Wie und wo komme ich mit meinem Publikum virtuell in Kontakt und ins Gespräch?
Ich glaube, dass die "kleineren" Initiativen schnell abgehängt sind bei diesem Thema (waren heute auch weniger hier), und die Beispiele heute waren dann auch eher "eventig"
Netzwerk/ Plattform zum Spielen...
Digitales spielen mit den Sammlungen, dadurch neue Perspektiven und neues Publikum begeistern
Digitale Kunstprojekte, Tipps und Tricks zur Nutzung von den üblichen Kanälen im Social Media Bereich.
Fortbildung für die Kultur im Bereich Digitalisierung fördern
Alles wichtige Dimensionen. Wir setzen in The Basement erst auf Vermittlung und überlegen wie wir mit welchen sozialen Medien umzugehen.
Augmented Reality / VR // Pay per laugh
Mich interessiert in erster Linie das Teilen von digitaler Kompetenz in Bezug auf Tools die digitale Kunstproduktion ermöglichen.
Leicht zugängliche Formate zur Ausstellungs- und Kunstvermittlung. Wie geht man mit Vielsprachigkeit um?
Austausch zwischen TU Braunschweig / Hakerspace / Kultur -> Hackathon
Digitale Präsenz und Dokumentation der realweltlichen Aktion
Wie erreiche ich eine größere Community digital, wenn mir die finanziellen und personellen Ressourcen dazu völlig fehlen? Was kann im KEP dazu unterstützend geleistet werden
Tinder.

<b>Welche der diskutierten Ansätze zum Thema Digitalisierung würden Sie prioritär angehen?</b>
Für mich eine weiter Auseinandersetzung und künstlerische Suche mit der Einbindung digitaler Medien für die choreographische Arbeit.
Keine Antwort 20/36

Tab.: Antworten der Teilnehmer\*innen auf die Frage: »Welche der diskutierten Ansätze zum Thema Digitalisierung würden Sie prioritär angehen?« (Antworten werden 1:1 dokumentiert)

## 2.2.2 Wie kann man das Thema Digitalisierung insgesamt nachhaltig anschieben?

<b>Wie kann man das Thema Digitalisierung insgesamt nachhaltig anschieben?</b>
Verteiler/Plattform für Sammlung von Ideen/Denkansößen/Projekten (bspw. TikToks Kulturförderungsprogramm <sup>8</sup> )
Workshops wie heute Abend, mehr Infos und Unterstützung für Drittmittelanträge
Teil einer Jugendbewegung sein
Digitalisierung bei allen Projekten mitdenken
Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Im Kern sollte die Frage stehen, welche Bedürfnisse meiner Kunden ich befriedigen möchte. Dann erst kommt die technische Lösung ins Spiel.
Kulturkummerei könnte Digitale Best Practises in Braunschweig sammeln oder einen „Stammtisch“ dazu ins Leben rufen und moderieren
Vernetzung, Sichtbarkeit unterstützen
Regelmäßige Fortbildungsmöglichkeiten, interner Austausch auf der oft gewünschten Plattform (inkl. Kontakten für Pers. mit Know-How)
Workshops zu den verschiedenen Medien mit der Möglichkeit tiefer in die Funktionen & Möglichkeiten der Plattformen eingeführt zu werden.
Digital Beratung Schaufenster; z.B. Online Beratung durch die Verwaltung
Eine aktive E-Mail-Diskussionsgruppe / evtl. FB Gruppe mit Möglichkeiten für Austausch, Good Practice, kollegialem Austausch, Unterstützung etc.
Mit Tinder
Austausch, Fortbildung, Unterstützung z.B. durch die Kulturkummerei. Entsprechende Ansätze auch in der Förderung beachten.
Förderprogramme auch kleiner Institutionen
Fördertopf für digitale Projekte für Kooperationen und Weiterbildung
Keine Antwort 20/35

Tab.: Antworten der Teilnehmer\*innen auf die Frage: »Wie kann man das Thema Digitalisierung insgesamt nachhaltig anschieben?« (Antworten werden 1:1 dokumentiert)

8 S. hierzu: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-startet-foerderprogramm-fuer-kunst-und-kultur>, letzter Zugriff: 21.4.2021.

## Weitere ausführliche Rückmeldung via E-Mail

Im Nachgang des Workshops gab es noch einige Anmerkungen / Ergänzungen via Email, die an dieser Stelle anonymisiert dokumentiert werden:

### **Rückmeldung**

Liebe Frau Scheler,

liebe Frau Klemm und Herr Föhl,

vielen Dank für den Workshop gestern. Das war wirklich sehr anregend und ich habe mich dabei sehr wohl gefühlt. Ganz anders als einen Tag davor als die Thematik doch sehr Verwaltungs-bestimmt war und ich am Ende doch nicht wusste, was die Diskussionen eigentlich gebracht haben. Gestern war doch kreativer Spirit, agiles Handeln und Lust an Veränderung zu spüren.

Am Ende hatten wir uns über erste Projektideen unterhalten und es wird ja eine Gruppe geben, die einen Aufschlag machen. Das finde ich sehr prima. Ich finde, die beiden sollten das als Team vorantreiben. Bloß keine Arbeitsgruppe bilden.

@Frau Scheler: Wäre es eine Idee, dass Sie den beiden Initiatoren mit auf den Weg geben, dass wenn die beiden an einem Punkt sind, an dem sie sagen „Hier bräuchten wir jemanden mit folgenden Skills/Kompetenzen“, dass Sie das in die Runde geben und sich so zielgerichtet neue Mitstreiter finden, die einen konkreten Beitrag leisten können?

Im Nachgang garte die Projektidee dann noch weiter und bei mir sind folgende Gedanken hängengeblieben:

- Wir suchen Projekte,
  - die als Kristallisationskern unsere Kulturszene in der Digitalisierung weiterbringen
  - die die Kulturszene weiter verbinden und den Netzwerkgedanken stärken
  - die in der digitalen Welt angesiedelt sind und dort wachsen („second life“)
  - die die analoge Welt mit der digitalen zusammenbringen
  - die den Kulturschaffenden helfen,
    - ihre Positionierung am Markt im digitalen Umfeld zu finden und zu schärfen
    - Verständnis, Erfahrungen und Knowhow im Umgang mit digitalen Technologien zu erwerben in den verschiedenen Feldern
      - Marketing, Werbung, Kundenkommunikation, Kundenbindung
      - Produktion, künstlerische Gestaltung
      - Archivierung, Wiederverwertung
      - ...
  - und nicht zuletzt auch Geschäftsmodelle zu finden, mit denen sie im digitalen Umfeld auch Geld verdienen können
  - die einen Bezug auf Braunschweig und eine Relevanz und Identifikationspotenzial für die Braunschweiger Bürger haben
  - die zukunftsgerichtet sind
  - die in der Beteiligung von verschiedenen Kunstformen und Akteuren ausbaufähig sind
  - die skalierbar im Umfang sind und z.B. mit kleinen, ausgewählten Aspekten starten können und dann weitere dazunehmen können
  - an denen eine Entwicklung ablesbar ist

- die in Form z.B. eines "Making of"-Begleitprozesses ihre lessons learned / best practice dokumentieren können, um den Erfahrungszuwachs allen zu erschließen
- die eine allgemeingesellschaftliche Relevanz haben und somit die Chance haben, Fördermittel zu gewinnen.

Könnte so eine Projektidee z.B. unter dem Titel „Braunschweig 2030 Klimaneutral“ laufen?

- Alle Kulturschaffenden werden aufgerufen, diesen Weg mit künstlerischen Mitteln zu begleiten und im digitalen Raum zu präsentieren.
- Es wird ein virtueller Performanceraum als gemeinsame Plattform zur Verfügung gestellt, in dem das Publikum 24/7 die künstlerischen Präsentationen abrufen kann und sich auch verabreden und treffen kann, um die Kunst gemeinsam zu konsumieren.
- Ergänzend wird ein analoger Raum geschaffen und mit dem digitalen verbunden.
- Alle am Projekt beteiligten Künstler werden miteinander verbunden und bekommen von einem Unterstützerkreis konkrete Hilfe in Prozess- oder Technikfragen.

Ich habe diese Gedanken einfach mal runtergeschrieben und ich möchte Sie bitten, das als Steinbruch zu benutzen. Vielleicht bleibt ja was hängen....

Herzlichen Dank nochmal für Ihr Engagement, Ihren Fleiß und Ihren wertvollen Input.

### 2.3 Wie geht es weiter?

Als erstes konkretes Ergebnis erklärten sich folgende Einrichtungen bereit, ein gemeinsames Modellprojekt im Feld der Digitalisierung/Digitalität anzustoßen:

- Braunschweigisches Landesmuseum
- Brunsviga Kulturzentrum
- Staatstheater Braunschweig

Frau Scheler wird auf diese drei Einrichtungen zugehen und ein erstes gemeinsames Treffen avisieren.

### 2.4 Ergebnisse zur Zufriedenheit mit dem Workshop

Abschließend wurden die Teilnehmer\*innen gebeten, den Workshop im Hinblick auf ihre allgemeine Zufriedenheit zu bewerten. Das Ergebnis war wie folgt:

<b>Wie hat Ihnen der Workshop gefallen?</b>	
Sehr gut	12/33
Gut	11/33
Teils/Teils	2/33
Geht so	1/33
Gar nicht	0/33
Keine Antwort	7/33

Tab.: Ergebnisse der quantitativen Befragung »Wie hat Ihnen der Workshop gefallen?«.

## 3 Zusammenfassende Beobachtungen der externen Begleitung

### 3.1 Zusammenfassende Beobachtungen zum 5. Onlineworkshop »Digitalisierung und Digitalität der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen«

Der Workshop hat auf vielfältige und eindruckliche Art und Weise verdeutlicht, wie umfangreich das Spektrum digitaler Möglichkeiten für den Kulturbereich ist und wie unverzichtbar sich eine konstruktive, aber auch kritische Beschäftigung mit allen entsprechenden Potenzialen darstellt. Durch die Digitalisierung verflüssigen sich die Grenzen zwischen denjenigen, die produzieren und die (potenziell) konsumieren. Eindeutige Zuschreibungen, Grenzziehungen und Hierarchien lösen sich auf und das Publikum wird potenziell zum Mitgestalter, in jedem Fall gewinnt es an Einfluss. Nach den großen kulturpolitischen Paradigmen seit dem 2. Weltkrieg von der »Kulturpflege« zur »Kultur für alle« wird hier der Ansatz »Kultur von allen« besonders deutlich und greifbar. Diese Entwicklungen sind zu antizipieren und selbstredend auch kritisch einzuordnen. »Die Kernfrage lautet vielleicht: Wie lässt sich die Digitalität, die den Alltag so maßgeblich bestimmt, mit ihren eigenen Mitteln künstlerisch untersuchen?«<sup>9</sup> Und natürlich auch für Transformations- und Teilhabeprozesse nutzen?

Bisher konnten in Braunschweig wenige Einrichtungen, Projekte und Akteur\*innen umfangreiche digitale Konzepte und Angebote erarbeitet und konsequent weiterentwickelt. Häufig bedarf es noch an fachlichem Know-how, spezifischen künstlerischen Ansätzen und der entsprechenden technologischen sowie personellen Ausstattung.

Kultureinrichtungen und -projekte sowie Einzelkünstler\*innen sind dabei zu unterstützen und zu motivieren, alle Potenziale in den folgenden Feldern einschätzen, nutzen und kritisch einordnen zu können:

1. Möglichkeiten der digitalen Kunst/Kulturproduktion (von VR/AR-Kunstwerken bis zu digitalen Theatern & Ausstellungen)<sup>10</sup>
2. Sichtbarkeit/Kommunikation/Marketing/Social-Media + »Kundenservice«<sup>11</sup>
3. Digitale Vermittlung/Bildung/Pädagogik u.a.

Ohne eine nachhaltige Digitalisierungsoffensive werden es viele Akteur\*innen zunehmend schwer haben, Sichtbarkeit zu erlangen, in Austausch zu gehen oder neue künstlerische Wege zu beschreiten. Denn das Thema Digitalisierung steht auch stellvertretend für Netzwerke, für vernetztes Denken, für Knotenpunkte, für agile Strukturen, Offenheit, Partizipation und vieles mehr. Viele Punkte sind noch auszudifferenzieren. Dennoch können an dieser Stelle bereits auf Grundlage aller bislang gegangenen Schritte erste Ziel- und Maßnahmenvorschläge festgehalten werden:

9 <https://neuekuensteruhr.de/akteure>, letzter Zugriff: 23.4.2021. S. auch »Neue Künste Ruhr« als Programm, neue künstlerische Ansätze und Kollaborationen im Kontext von Digitalisierung zu fördern und nachhaltig zu verankern (s. <https://neuekuensteruhr.de/programm>, letzter Zugriff: 23.4.2021).

10 S. auch zu Digitalisierung als neue Kulturtechnik: <https://www.zkm.de/de/digitale-kultur>, letzter Zugriff: 21.4.2001.

11 Zzgl. »New Financial Models«, um Mittels Digitalisierung neue bzw. kreative Wege der Monetarisierung zu erschließen (z. B. »Donate-Buttons« oder »Pay per ...«-Optionen, s. dazu hier: <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/leben-und-gesellschaft/billige-witze-82036> [letzter Zugriff: 22.4.2021]), die oft auch Teilhabe-/Partizipationselemente beinhalten.

Nr.	Ziele und Maßnahmen
<b>Ziel 1: Digitalisierung als Säule kultureller Transformation verankern – Gründung eines Lern- und Transformations-Cluster »Digitaler Wandel in der Kultur«</b>	
1	<p>Lern- und Transformations-Cluster »Digitaler Wandel in der Kultur« gründen mit dem Ziel, erste kooperative Modellprojekte in den Feldern digitale Kunst/Kulturproduktion, Sichtbarkeit/Kommunikation, »Kundenservice« und Vermittlung/Teilhabe anzustoßen. Gründungsmitglieder sind u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Braunschweigisches Landesmuseum</li> <li>• Brunsviga Kulturzentrum</li> <li>• Staatstheater Braunschweig.</li> </ul> <p>Der Kreis wird inhalts- und bedarfsbezogen erweitert, sodass hier mittelfristig ein Netzwerk mit verschiedenen Knoten und Ankern entstehen kann (mit verschiedenen thematischen und künstlerischen Ansätzen).</p> <p>Der Cluster wird seitens der Kulturverwaltung dabei unterstützt, zusätzliche Mittel für die Modellprojekte zu akquirieren<sup>12</sup> und Expert*innen für Digitales zu gewinnen, um den Mitgliedern des Clusters die Aneignung neuer Kompetenzen, von Wissen und neuer Inhalte zu ermöglichen. Dies wird auch Auswirkungen auf die Arbeits- und Kommunikationsstrukturen der beteiligten Einrichtungen insgesamt haben (von linearen zu agilen Abläufen und Hierarchien).</p>
2	<p>Durchführung eines »Making of«-Begleitprozesses des Lern- und Transformations-Clusters »Digitaler Wandel in der Kultur«, um »lessons learned« und »good practice« zu dokumentieren und um allen Kulturakteur*innen den Erfahrungszuwachs zu erschließen.</p> <p>Dabei geht es nicht nur um die Erprobung und Implementierung neuer Ansätze und die entsprechende Wissensvermittlung, sondern auch um die Reflexion der Auswirkungen des digitalen Wandels auf die Gesellschaft und die Diskussion wie man digitalen Wandel gestalten möchte. Hier kann ein Raum für den Austausch aller stadtgeseftlichen Akteur*innen entstehen.</p> <p>Die avisierte »Kulturkummerei« o.a. könnte insgesamt digitale Best Practices in Braunschweig sammeln und dazu einen »Stammtisch« ins Leben rufen und moderieren.</p>
<b>Ziel 2: Digitalen Wandel ermöglichen – Anreize, Förderung und Vernetzung</b>	
1	<p>Austausch, Fortbildung, Vernetzung und Unterstützung zu allen Facetten des digitalen Wandels ermöglichen, insbesondere auch für kleinere Initiativen/Einzelkünstler*innen, z.B. durch die avisierte »Kulturkummerei« oder angegliedert an den Lern- und Transformations-Cluster »Digitaler Wandel in der Kultur« bzw. an die gewünschte Plattform.</p>
2	<p>Den digitalen Wandel auch in vorhandenen Förderinstrumenten berücksichtigen.</p>
3	<p>Prüfung folgender Idee: Einrichtung eines virtuellen Performanceraums als gemeinsame Plattform, auf der das Publikum 24/7 die künstlerischen Präsentationen abrufen und sich auch verabreden und treffen kann, um die Kunst gemeinsam zu konsumieren. Ergänzend wird ein analoger Raum geschaffen und mit dem digitalen verbunden.</p>
4	<p>Durchführung von Hackathons im Kulturbereich zur Entwicklung neuer Softwarelösungen. Im Austausch mit der TU Braunschweig durchführen.</p>
5	<p>Das Thema Digitalisierung im Kontext aller anderen Maßnahmenfelder (Teilhabe, Sichtbarkeit, Kulturermöglichung, Nachhaltigkeit) denken.</p>

Tab.: Entwurf Ziel- und Maßnahmenkatalog im Feld der Digitalisierung / Digitalität im Kulturbereich.

12 S. z. B. [https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/film\\_und\\_neue\\_medien/detail/kultur\\_digital.html](https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/projekte/film_und_neue_medien/detail/kultur_digital.html), letzter Zugriff: 22.4.2021.



## 3.2 Zusammenfassende Beobachtungen zur gesamten 2. Onlineworkshop-Sequenz

Gleichfalls war der 5. Onlineworkshop der Abschlussworkshop der zweiten Workshopsequenz. Deswegen sollen an dieser Stelle die wesentlichen Themen aller fünf Workshops – auch unter Hinzuziehung aller sonstigen Erkenntnisse aus dem bisherigen KultEP – zusammengeführt werden. Die folgende Abbildung zeigt zentrale Themen und Maßnahmenansätze als Netzwerk:

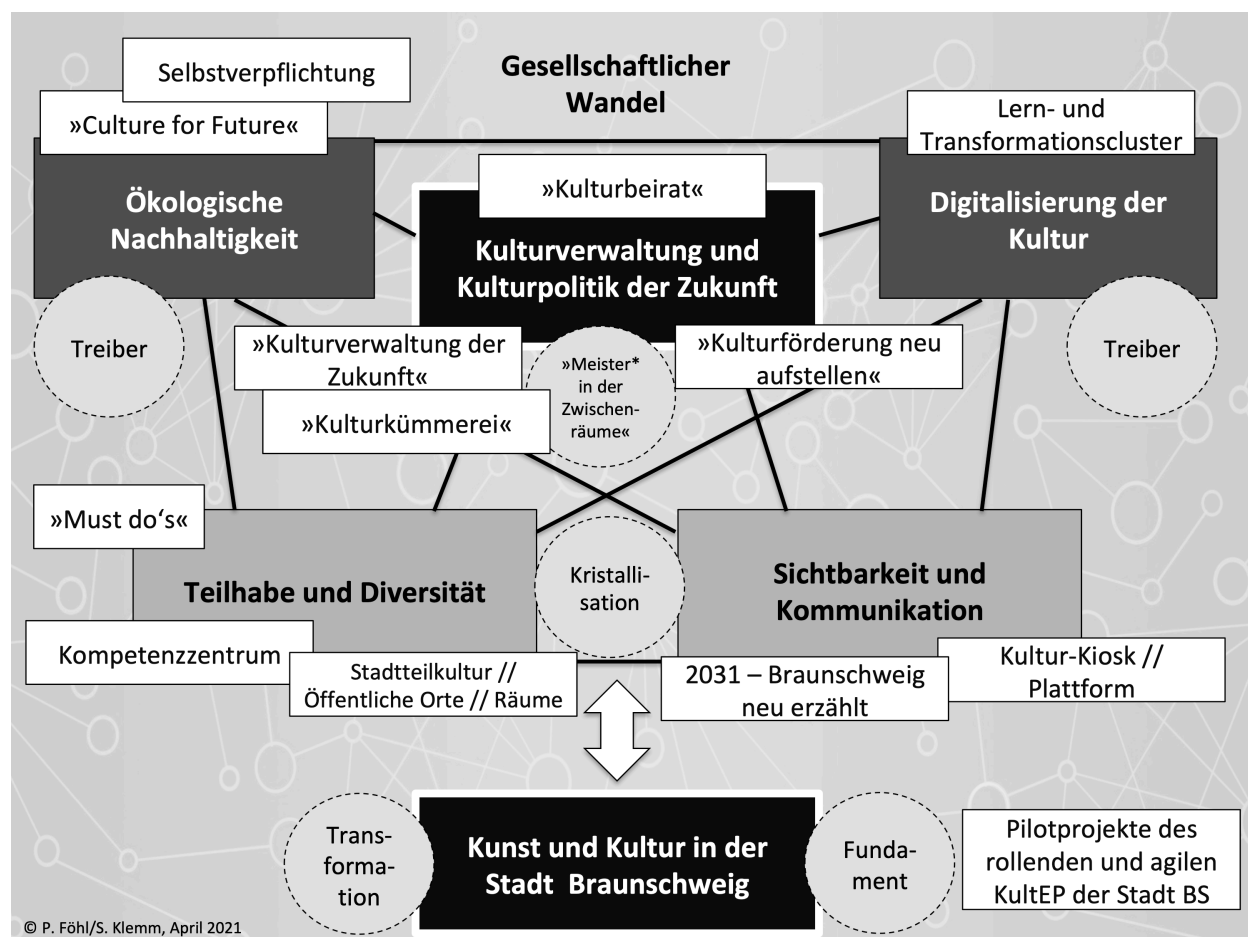


Abb.: Zentrale Themen und Maßnahmenansätze des KultEP als Knoten in einem Netzwerk (Stand: April 2021).<sup>13</sup>

13 Der Begriff »Meister\*in der Zwischenräume« beschreibt die Kulturverwaltung und Kulturpolitik in einem modernen und zukunftsorientierten Sinne als Akteur\*innen, die Menschen, Themen, Orte, Konzepte u.a. im Sinne einer kulturellen Stadtentwicklung sinnvoll miteinander verbinden und dabei u.a. koordinieren, übersetzen, vernetzen, ermöglichen, aktivieren, vermitteln, moderieren und steuern. S. dazu auch u.a.: <https://2020.ch/2020/07/04/meisterinnen-der-zwischenraeume-zehn-thesen-fuer-eine-kulturarbeit-in-neuen-raeumen/>, <https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/meister-der-zwischenraeume/p65880-sf-magazin-ih-gzd.pdf>, [https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/cultural-managers-as-masters-of-interspaces-in-transformation-processes-a-network-theory-perspective/b38\\_zkm2016.1-xx-fohl-et-al-id033.pdf](https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/cultural-managers-as-masters-of-interspaces-in-transformation-processes-a-network-theory-perspective/b38_zkm2016.1-xx-fohl-et-al-id033.pdf), [https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/kulturentwicklungsplanung/foehl\\_kulturentwicklungsplanung\\_kompodium-kulturmanagement-4.-aufl.2017.pdf](https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/kulturentwicklungsplanung/foehl_kulturentwicklungsplanung_kompodium-kulturmanagement-4.-aufl.2017.pdf), [https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/ueber-den-positiven-gestaltungswillen-praktische-transformation-arbeit-im-kulturmanagement/kmn1908\\_transformation\\_psf\\_sk.pdf](https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/ueber-den-positiven-gestaltungswillen-praktische-transformation-arbeit-im-kulturmanagement/kmn1908_transformation_psf_sk.pdf) und <https://kupoge.de/wp-content/uploads/2020/05/Essay-F%C3%B6hl-Klemm.pdf>, letzte Zugriffe: 27.4.2021.

Die Abbildung verdeutlicht, dass alle Handlungsfelder und auch die entsprechenden Pilotprojekte in einem interdependenten Zusammenhang stehen. Es zeigt sich ein Netz mit verschiedenen Knoten, die auf unterschiedliche Art und Weise miteinander verbunden sind. Im Prinzip zeigt sich ein agiles Netzwerk, das auch verdeutlicht, dass lineares und auf Hierarchien aufbauendes Arbeiten nur noch bedingt geeignet sind, die abgebildete Komplexität zu bearbeiten bzw. zu nutzen bzw. zu bewältigen. Ebenfalls wird deutlich, dass die Bearbeitung eines Knotens (=Handlungsfeld) bereits Aktivitäten in anderen Handlungsfeldern auslösen wird. Im Sinne einer rollenden Planung können folglich Schritt für Schritt gemäß vorhandener Kapazitäten und entsprechender Priorisierung einzelne Maßnahmen angegangen werden. Das kann entlastend wirken, da komplexe Kulturpläne mit umfänglichen Maßnahmenkatalogen häufig zu einer Überforderung führen, da die Akteur\*innen den Druck verspüren, alles sofort und auf einmal umsetzen zu müssen.

Dem Netzwerkknoten »Kulturverwaltung und Kulturpolitik der Zukunft« kommt als »Spinne im Netz« eine besondere Bedeutung und Priorisierung zu, da er z. T. Grundlagen im Feld der Koordination, Kommunikation, Qualifizierung, Ermächtigung und Vernetzung schafft, die eine wichtige Voraussetzung darstellen, um Maßnahmen in anderen Netzwerkknoten zu realisieren.

## **Anlagen**

**Präsentation zur Einführung in den Workshop**

**Impuls von Alain Bieber**

**Teilnehmer\*innenliste**



»Digitalisierung der Kultur –  
Denken und Handeln auf allen Ebenen«  
– 25.3.2021

# Kultur entwicklungs prozess Braunschweig

## Kulturentwicklungsprozess für die Stadt Braunschweig

Dr. Patrick S. Föhl / Suse Klemm

[www.netzwerk-kulturberatung.de](http://www.netzwerk-kulturberatung.de)

**NETZWERK KULTURBERATUNG**  
**NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING**

»Digitalisierung der Kultur –  
Denken und Handeln auf allen Ebenen«

25. März 2021

Online

## Ablauf

1. Aktueller Stand und Ergebnisse

2. Impuls: Alain Bieber, Künstlerischer Leiter NRW-Forum  
Düsseldorf, Geschäftsführer Rosy DX GmbH

Get  
digital  
or die  
trying

3. Diskussion im Plenum (mit Umfragen)

4. Wie geht es weiter?

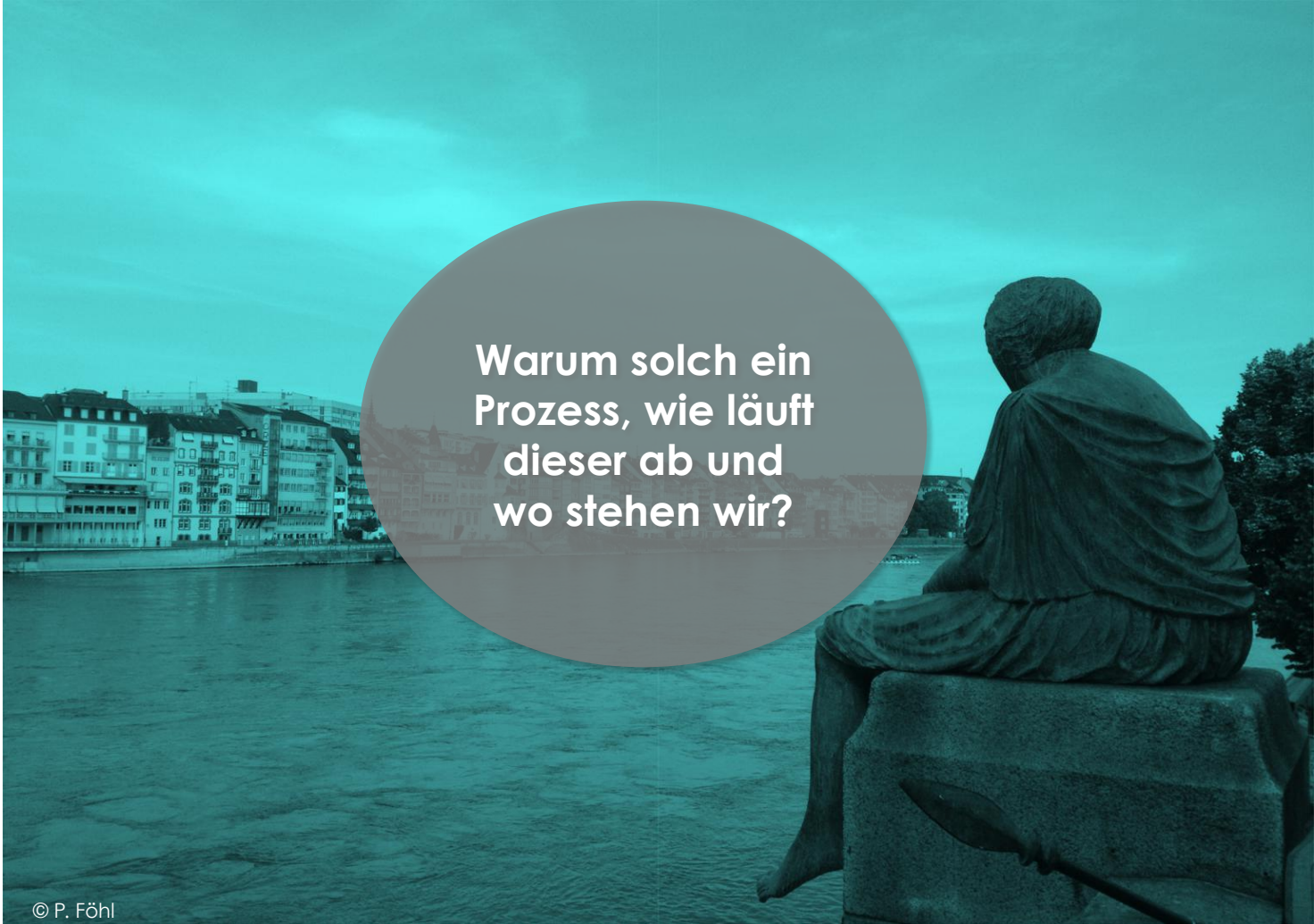
5. Umfragen und Diskussion

## Ziele des Workshops

1. Impulse und Austausch

2. Ideen und Bewegung

3. Wie weiter?



Warum solch ein  
Prozess, wie läuft  
dieser ab und  
wo stehen wir?

© P. Föhl

## Vorgehensweise

### Prozessziele des Kulturentwicklungsprozesses

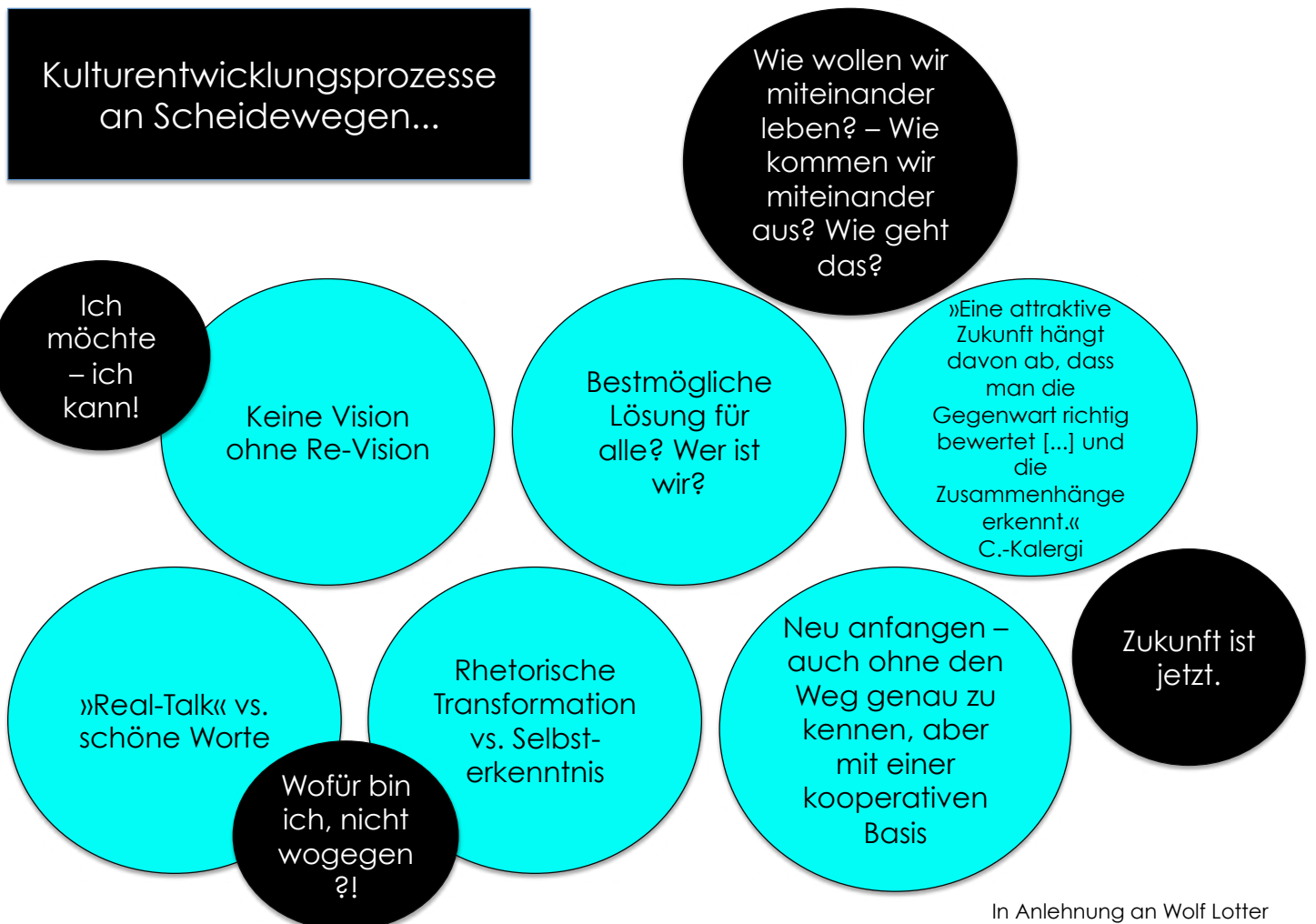
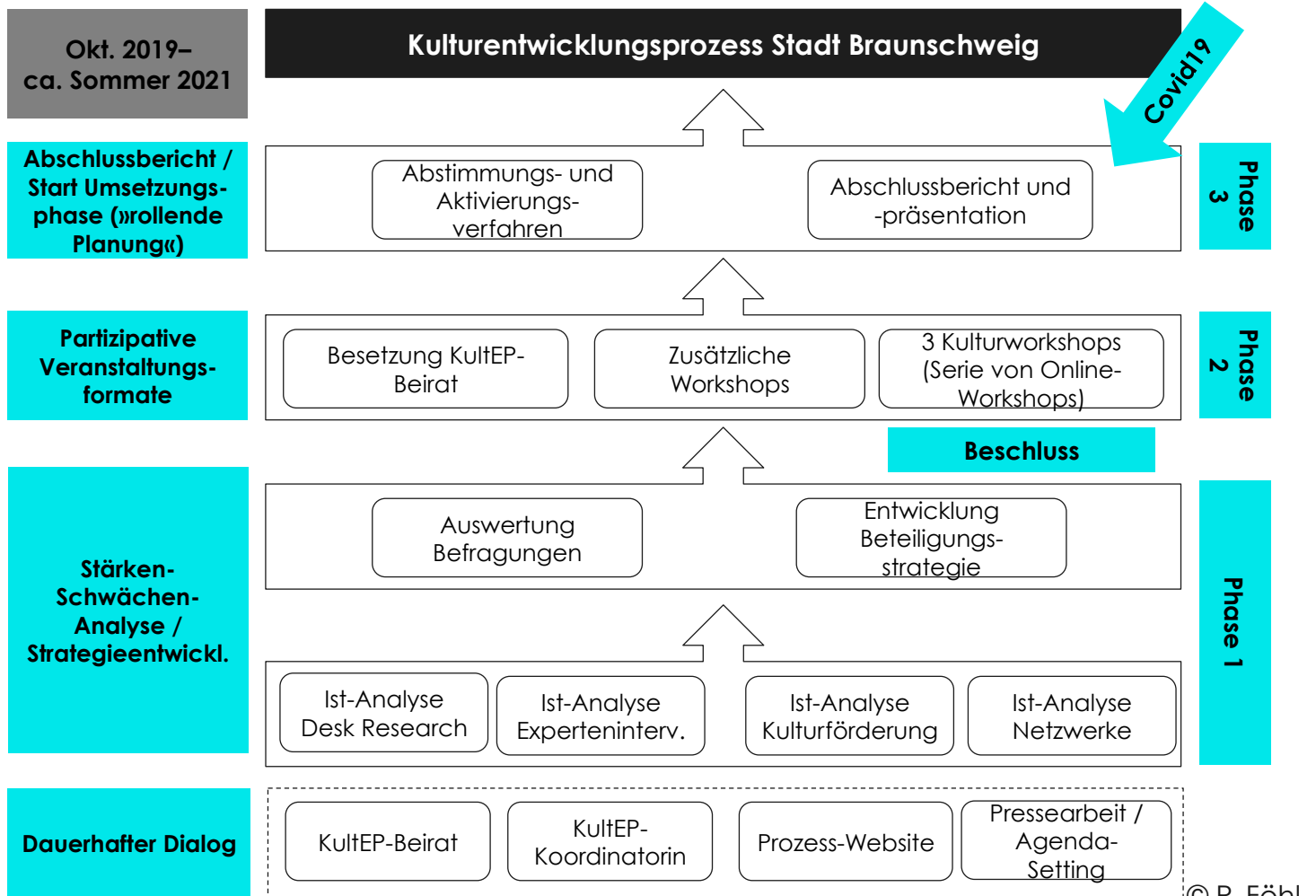
**Formulierung kulturpolitischer Leitlinien für  
die zukünftige Kulturlandschaft Braunschweigs**

**Beschluss der Leitlinien durch den  
Rat der Stadt Braunschweig**

**Schrittweise Umsetzung**

**Herausfor-  
derungen /  
Potenziale**

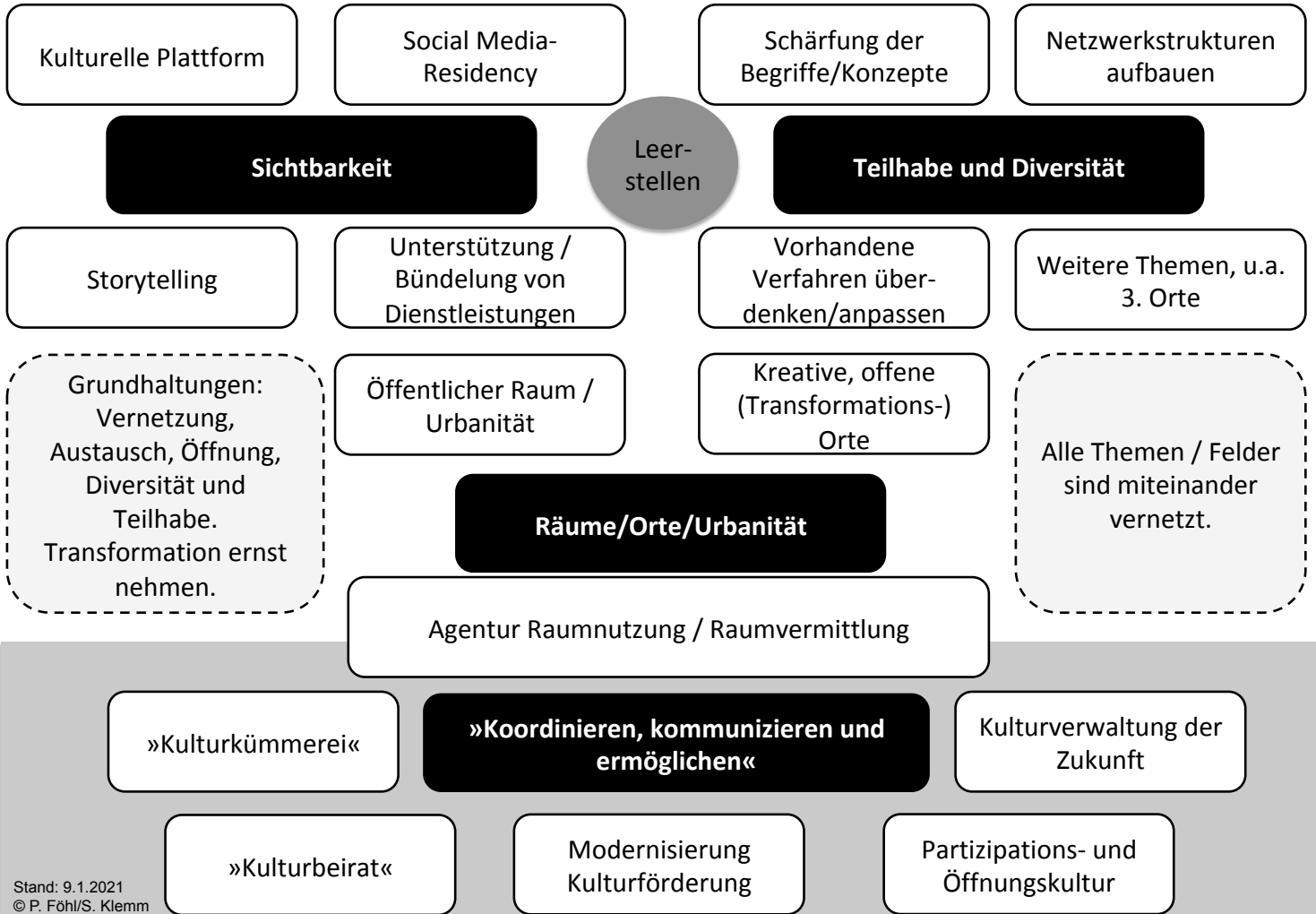
**Neue  
Situation  
seit  
Covid19-  
Pandemie**





**Ergebnisse der  
Online-Workshops  
und Thema des  
Tages**

© Justina Wilhelm





Ergebnisse aus den  
Experten\*inneninterviews

**Digitalisierung  
steckt vielerorts  
noch in den  
Kinderschuhen  
(Infrastruktur,  
Kapazitäten,  
Know-how,  
Netzwerke)**

**Was heißt  
digitale  
Transforma-  
tion?**

Einsatz  
digitaler  
Medien und  
Technologien  
zur  
Produktion  
von Kunst

Einsatz  
digitaler  
Medien und  
Technologien  
für die  
Vermittlungs-  
arbeit

Einsatz  
digitaler  
Medien zur  
Bewahrung  
und digitalen  
Sichtbar-  
machung  
von Kunst

Einsatz  
digitaler  
Technologien  
im Feld des  
Kunden-  
service

Kreierung  
neuer  
Kunstformen  
oder hybrider  
Kunstformen

Einsatz  
sozialer  
Medien

Ergebnisse aus den  
Experten\*inneninterviews

**Was ist zu tun?**

Haltung zur  
digitalen  
Kulturwelt!

Masterplan  
Digitalisierung  
und Kultur?

»Kulturelle  
Digital-  
labore«?

Modell-  
projekte?

Anschlussfähige Themen des bisherigen Prozesses

### **Sichtbarkeit**

- Social-Media-Residency
- Kulturkiosk
- Kulturelle Plattform
- Kunstprojekte

### **Teilhabe und Diversität**

- Auch digital denken...

### **Kulturverwaltung**

- Digitalisierung von Prozessen
- Ermöglichung
- Beratung
- Vernetzung
- ...

**AGs /  
Kultur-  
beirat**

Thema des heutigen Tages

**Möglichkeiten der digitalen Kunst/  
Kulturproduktion (von VR/AR-Kunstwerke  
bis digitales Theater & Ausstellungen)**

**Sichtbarkeit/  
Kommunikation/  
Marketing/Social-  
Media +  
»Kundenservice«**

**Digitale Vermittlung/  
Bildung/Pädagogik  
u.a.**



Wie geht es  
weiter?


# Digitale Kunst/ Kulturproduktion

# Top 5

# VORSTELLUNGSÄNDERUNG: DER UNHEIMLICHE EINDRINGLING

am 12. Mai von 18 bis 21 Uhr,  
"Einlass" ab 17.30 Uhr

Twittern Sie mit, aus IHRER Vorstellung, von einem Theaterabend, der gar nicht stattfindet, einem Stück, das gar nicht existiert, aus einem Theater, das gar nicht geöffnet haben darf. Twittern Sie aus dem Foyer, aus der Vorstellung, aus der Pause und gern auch von der Party danach: Was sehen Sie in Ihrer Vorstellung? Was erleben Sie da? Was freut Sie? Unterhalten Sie sich mit anderen Gästen. Wir freuen uns auf Ihre Tweets!

Bitte verwenden Sie den Hashtag  #vorstellungsänderung.

## #Vorstellungsänderung, Burgtheater Wien

- + Imaginäres Theater, als kollektive Erfahrung, über Twitter
- + Ohne große, aufwendige Technik/budgets

# Top 4

## VR-Ausstellung, NRW-Forum Düsseldorf

- + Erste Ausstellung komplett in Virtual Reality (2017), danach VR-Performance „Whiteout“
- + Digitaler Museumsanbau
- + Neue Zielgruppen, neue Erfahrungen, neue Partner
- + Gut für die Positionierung des Hauses





# Top 3



Hochschule Kassel / documenta archiv, Kassel

+ Historische Rekonstruktionen in VR

+ Documenta 1 & Bauhaus-Ausstellung Fifo 1929 in VR

+ Kunsthistoriker arbeiten und forschen mit VR

+ Hessischer Hochschulpreis für Exzellenz in der Lehre

**Top 2**

## AR-Biennale 2021, NRW-Forum Düsseldorf

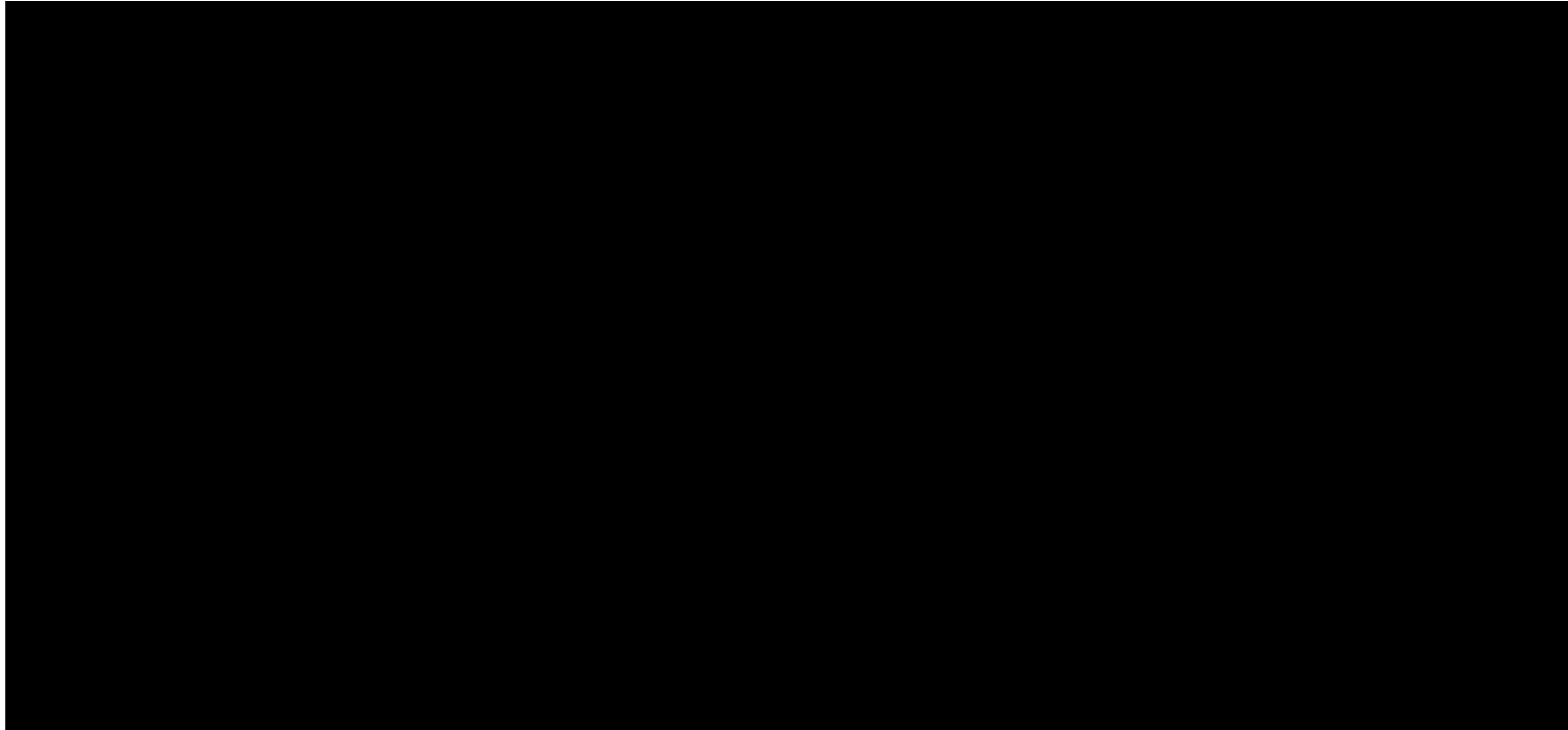
- + Erste Skulpturenausstellung im öffentlichen Raum, komplett digital
- + Passt perfekt in die Corona-Beschränkungen (eigenes Device, Outdoor, mit Abstand)
- + „Trend-Thema AR“, einfach um Sponsoren und Partner zu finden



**Top 1**

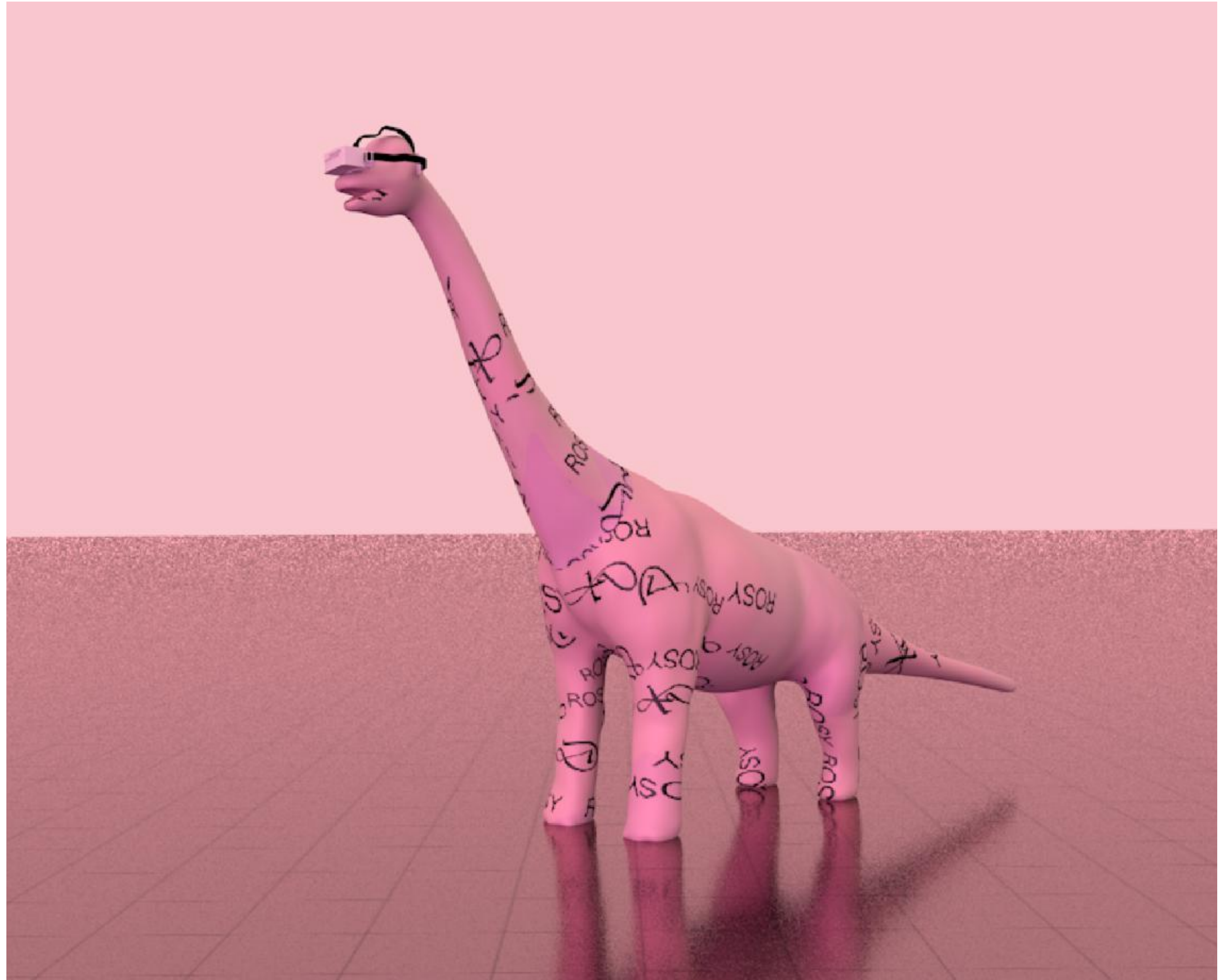
## Twitch Plays Bees, Paolo Pedercini

- + „Drone Sound“-Konzert via Twitch
- + User steuern gemeinsam den Sound über Chat-Befehle
- + Alles in Echtzeit und im Livestream



*Ulna*

d.h.?



- + Viele digitale Kunstproduktionen sind noch sehr teuer und technisch herausfordernd (ob Livestream, Virtual-Reality-Produktion oder digitale Ausstellung) = aber es gibt viele neue Fördertöpfe und Sponsoren
- + Verbündete & Partner suchen: Technische Hochschulen, Technologie-Firmen, Startups, Informatiker/Entwickler
- + Austausch fördern, „Sharing is Caring“, Wissen verfügbar und zugänglich machen
- + Auf die Idee, das Konzept, die kreative Umsetzung kommt es an. Kulturinstitutionen verfügen über einen Schatz an Kunstwerken, Archiven, Inszenierungen, Ensembles, Symphonikern, Menschen - dieses Potential gilt es zu nutzen und die Schätze zu heben
- + Trial and Error: „Überall wird nur mit Wasser gekocht“



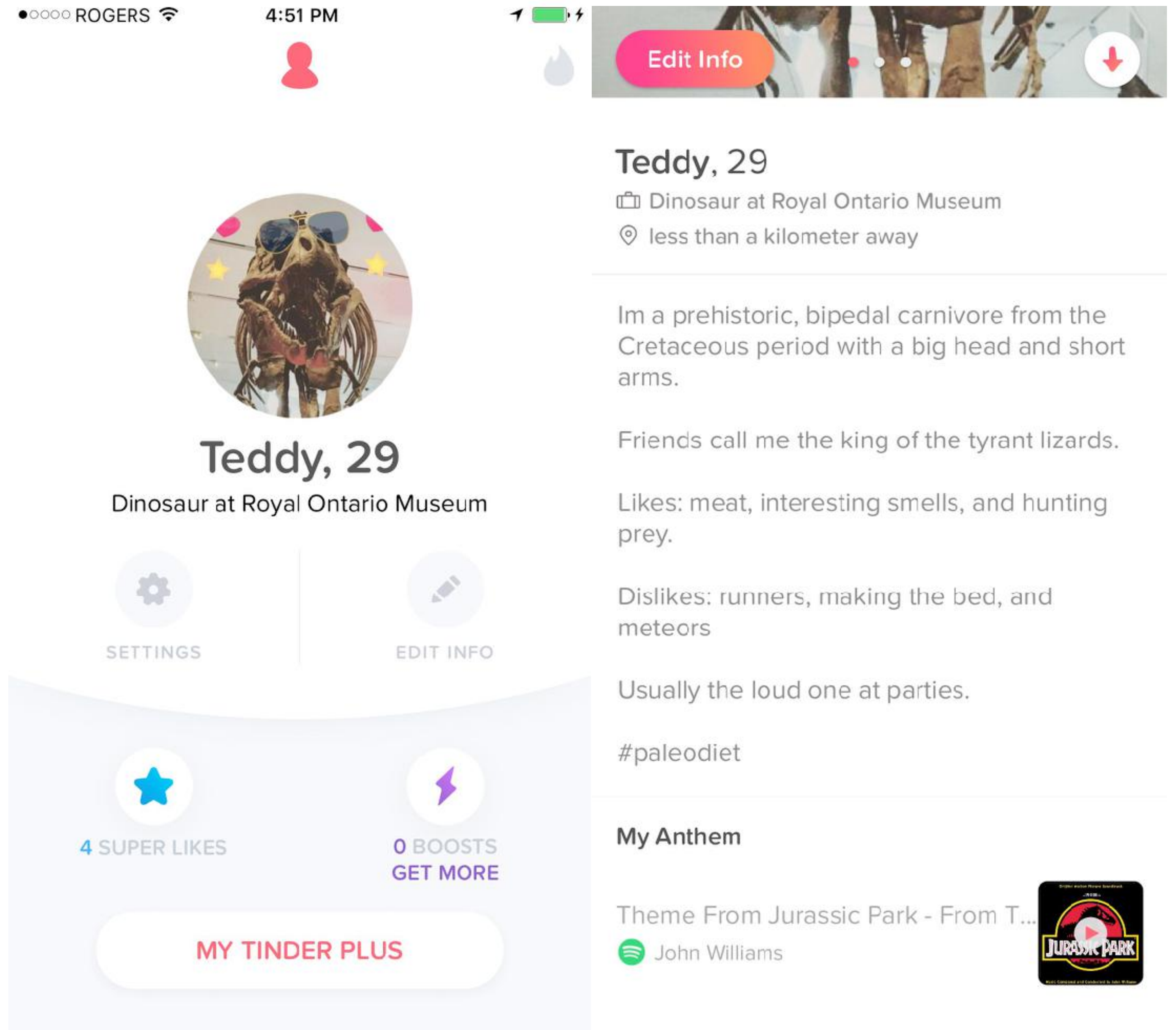
# Digitales Marketing

# Top 5



## Teddy @ Tinder, Royal Ontario Museum

- + Dino auf Tinder
- + Direkte Kommunikation mit Usern
- + Promo für Veranstaltungsreihe
- + Berichterstattung/PR-Effekt



# Top 4



### Miquela, Brud, LA

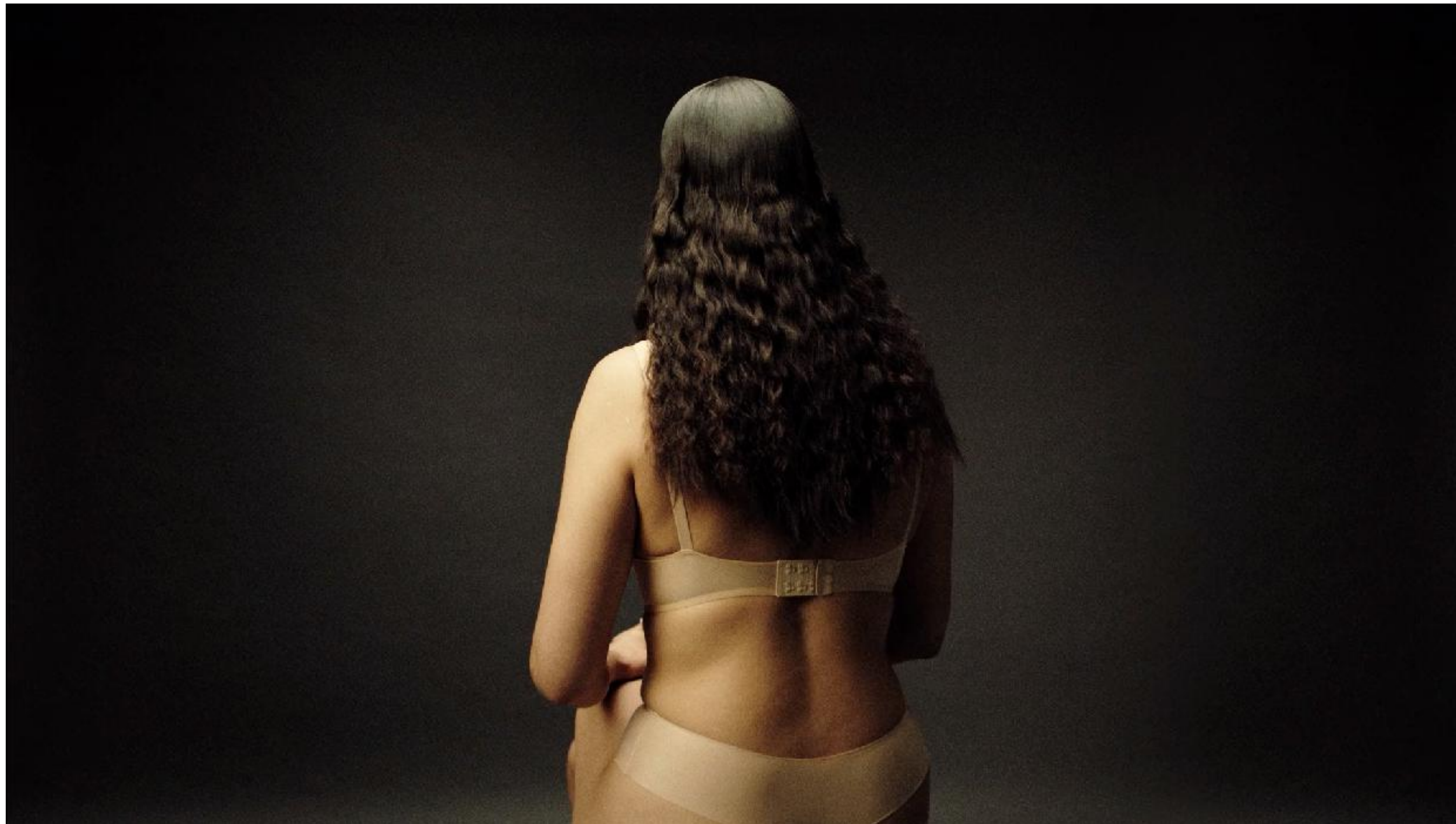
Digital Avatar als Influencerin

- + Eigenes Transmedia-Storytelling auf Social Media (3 Mio. Follower Instagram)
- + Werbegesicht/fiktionale Figur/buchbares Model (Merch, Musik etc.)

# Top 3

Lisa Gherardini, Mimic Production, Berlin

- + Digitalisierung eines Klassikers als 3D-Avatar, Face Mapping auf Model
- + Große Aufmerksamkeit: Kunstwelt trifft Mode trifft WerbeWelt



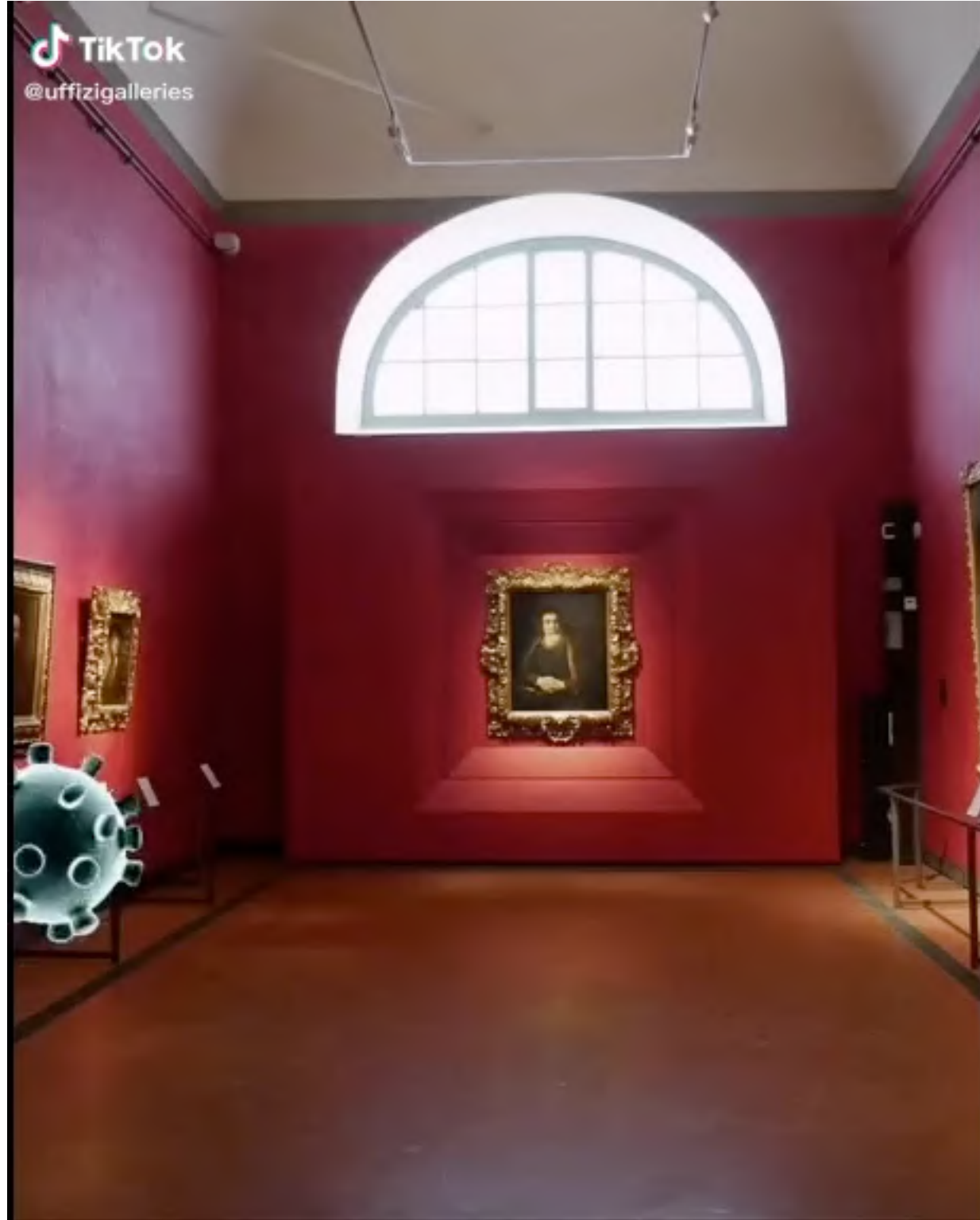
## Tik Tok Kampagne Uffzien, Florenz

- + Mutig (wird belohnt: über 71.000 Follower, 470.000 Likes)
- + junges Publikum vs. alte Inhalte (Antike-Spätbarok)
- + Schwellenangst abbauen

"Fernsehserien oder Netflix stellen aktuell das kollektive Bildmaterial, das die Jugendlichen in ihre Köpfe aufnehmen. Aber unsere großartigen Kunstwerke, die unserer Meinung nach höchste Relevanz für die Gegenwart und auch für die Zukunft haben, die kommen meistens gar nicht in die Köpfe dieser Generation hinein." (Eike Schmidt)

Apropos: TikTok hat ein eigenes Förderprogramm für Kultureinrichtungen gestartet: „Mit dem Programm #creatorsForDiversity fördert TikTok 50 Kulturinstitutionen mit jeweils mit bis zu 100.000 Euro und unterstützen sie beim Einstieg in die digitale Kommunikation und dem Erreichen neuer Zielgruppen.“





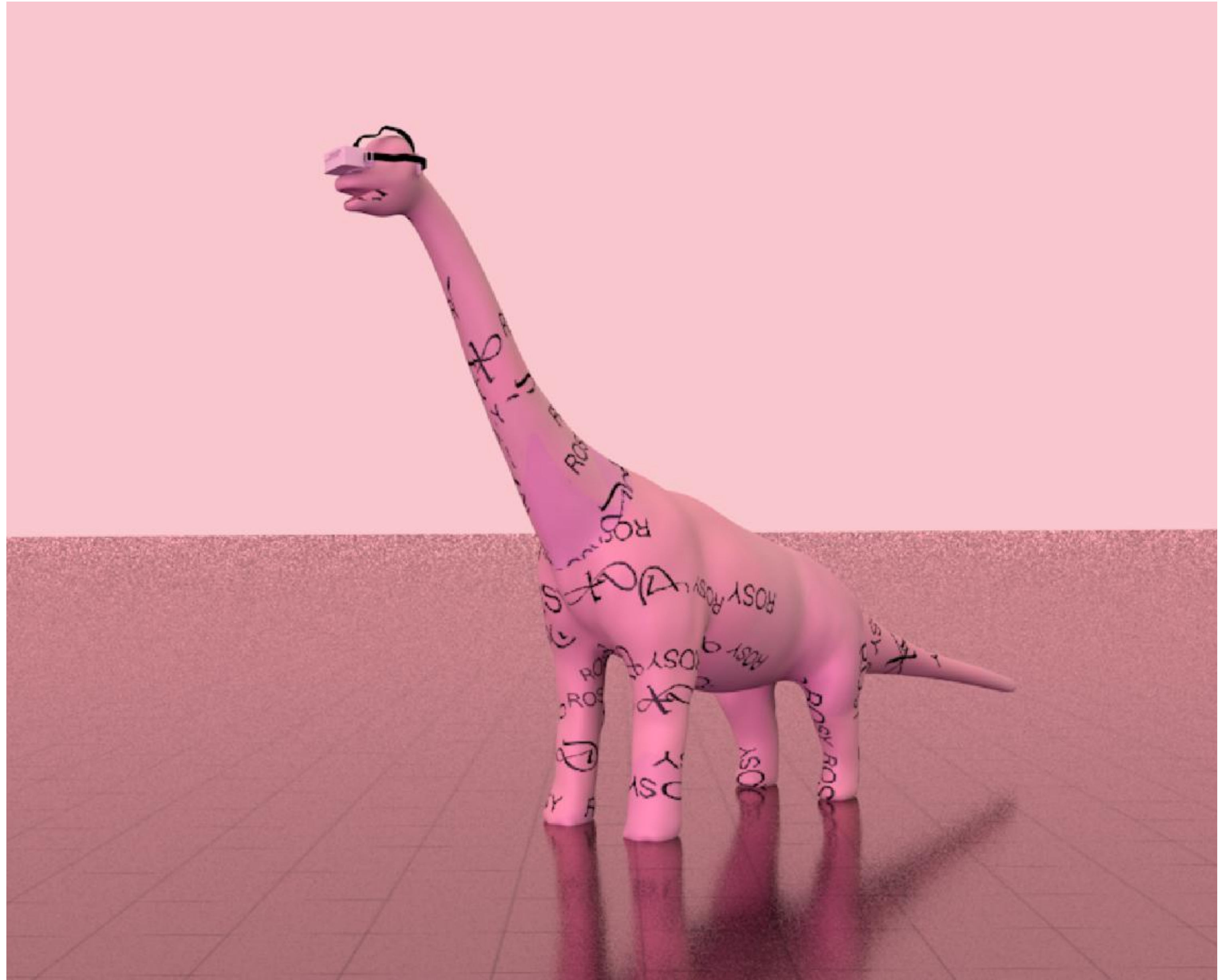
**Top 1**

## Teatreneu Barcelona: Pay Per Laugh

- + Marketing + Vermittlung + Erlösmodell verknüpft
- + Neue Technologien innovativ (und einzigartig) eingesetzt
- + Durch Experimentation weltweiter PR-Effekt



*Ulna*  
d.h.?



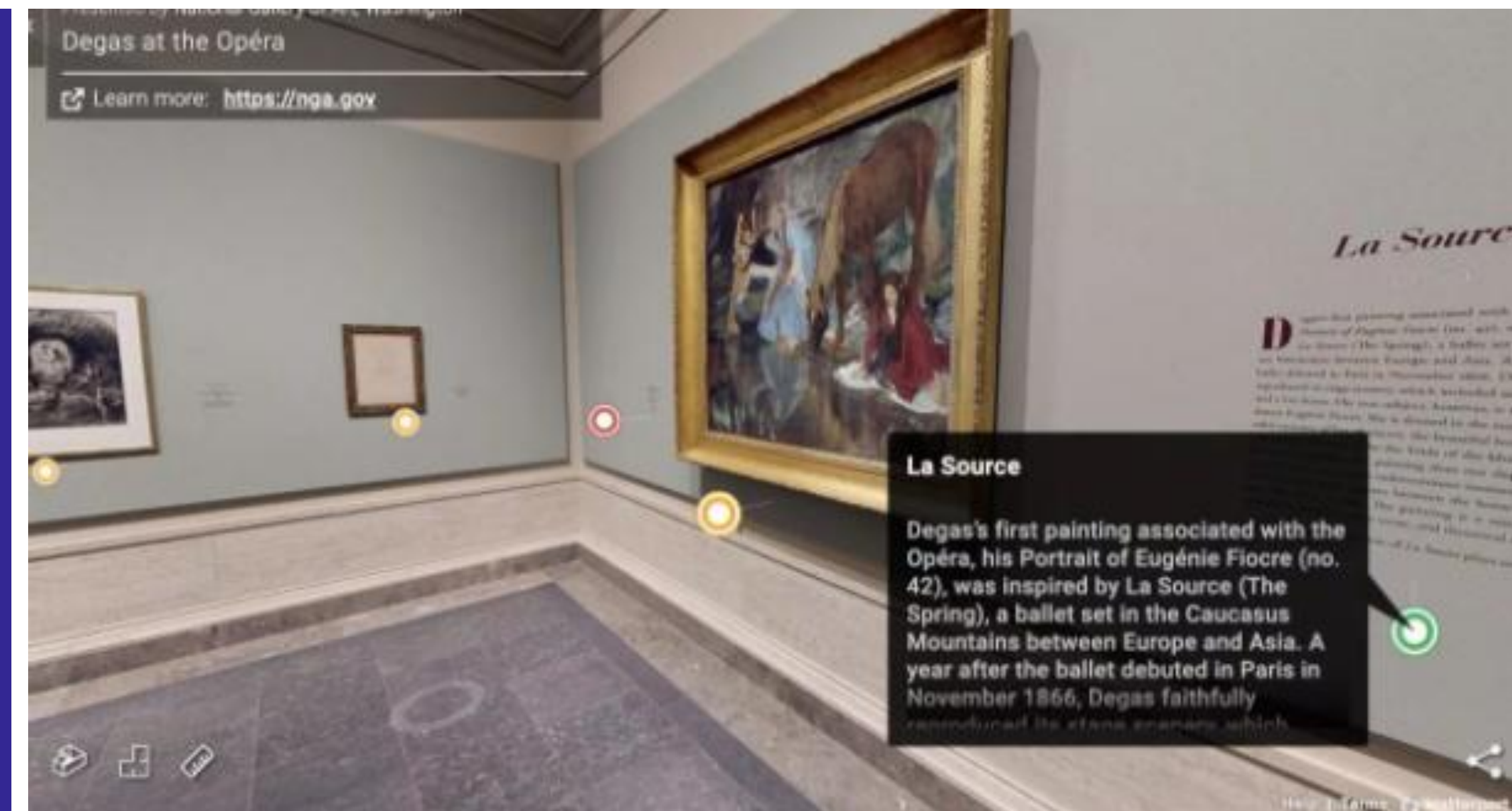
- + **Begriffe, die man auch im Kulturbereich kennen sollte: SEO, Customer Journey (Daten), KPI**
- + **Social-Media & Digitales Marketing ist ein Beruf (und Berufung), keine Freizeitbeschäftigung**
- + **Weiterbilden und/oder Einstellen (Vollzeit-Kräfte!) und/oder Expertise einkaufen**
- + **Ohne vernünftiges Online-Media-Budget (Kampagne, z.B. große Ausstellung, Festival mind. 5000 Euro) keine Reichweite**
- + **Herausforderung: Kleine Kultur-Marken konkurrieren in der Erwartungshaltung des Publikums mit Unternehmen und deren Mega-Etats (aufwendige Film-Produktion für Insta vs. verwackeltes Handyvideo des Kurators)**
- + **Digitales Marketing ist idealerweise ganzheitlich („360-Grad-Marketing“) und kreativ**
- + **Alles ist messbar - und diese Daten sollte man nutzen nutzen (um Kampagnen zu optimieren, Zielgruppen einzugrenzen, Traffic zu generieren etc.)**
- + **Digitales Marketing ist kein Add-On, sondern ein Muss**

# Digitale Vermittlung

# Top 5

## Common Garden, Office Impart, Berlin & Virtual Museum Tours

- + Digitale Ausstellung bzw. digitalisierte Ausstellung (inkl. persönlicher Guide & Vernissage)
- + Ideal für Netzkunst und Videokunst
- + Software, von Künstler\*innen für Künstler\*innen (Constant Dullaart)

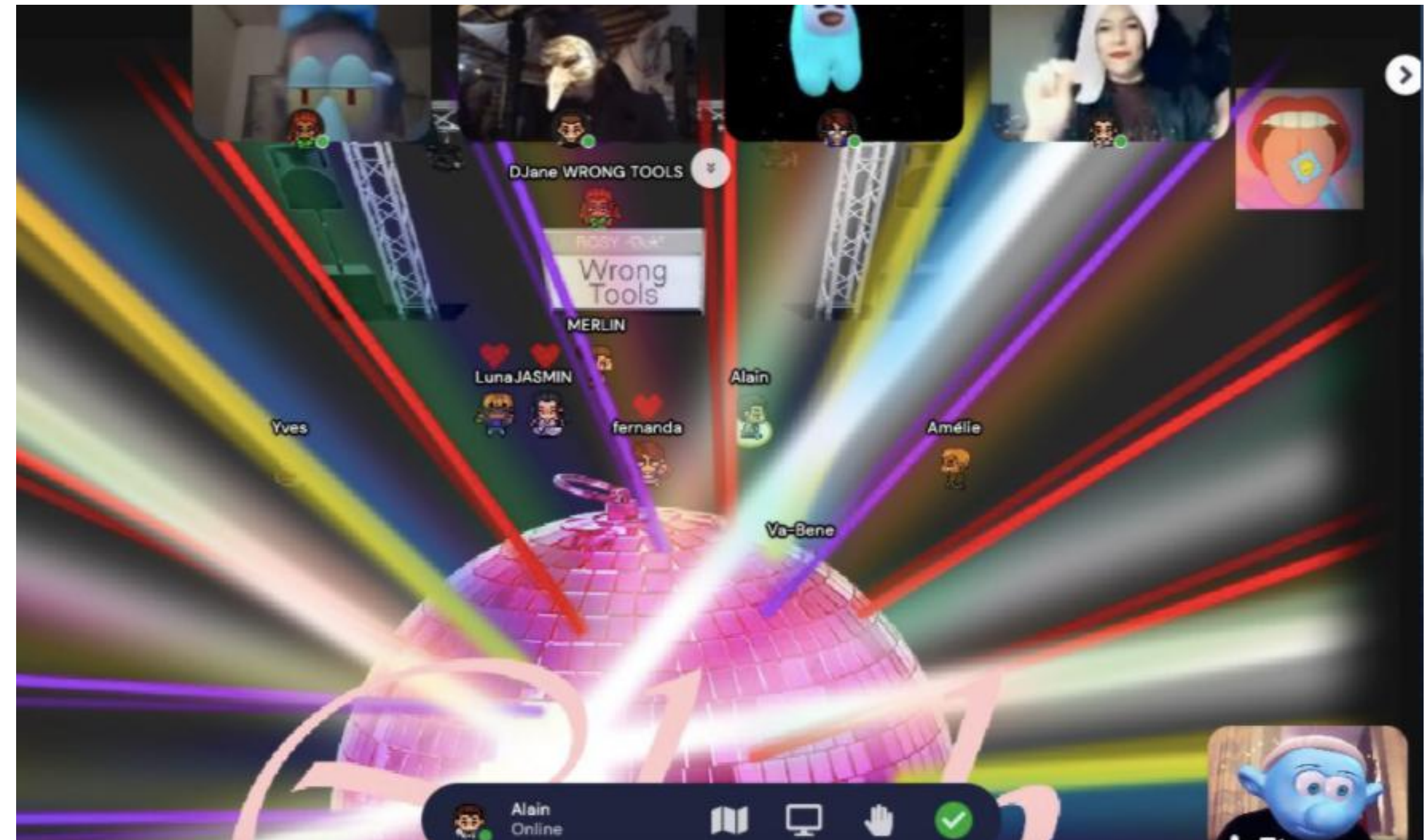
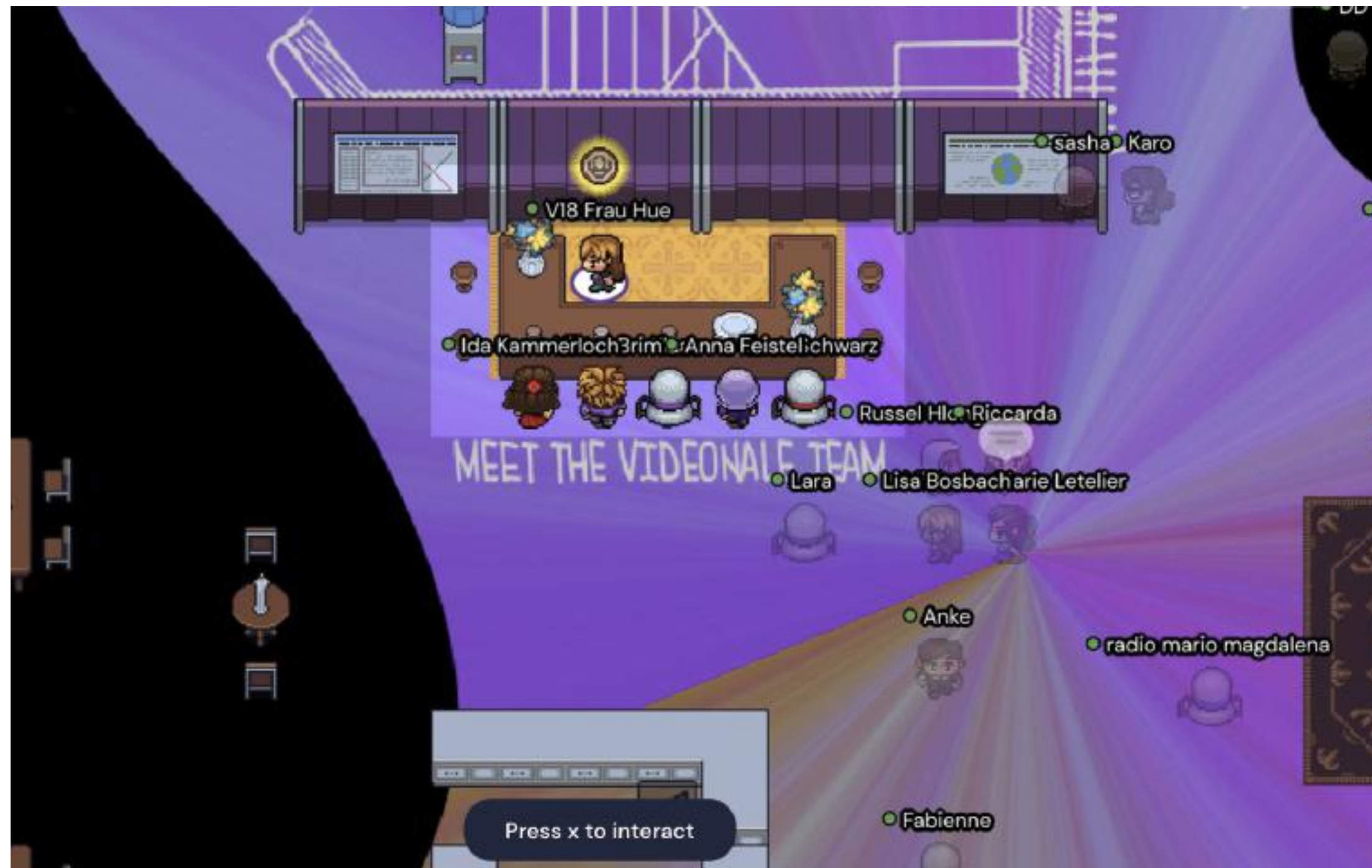


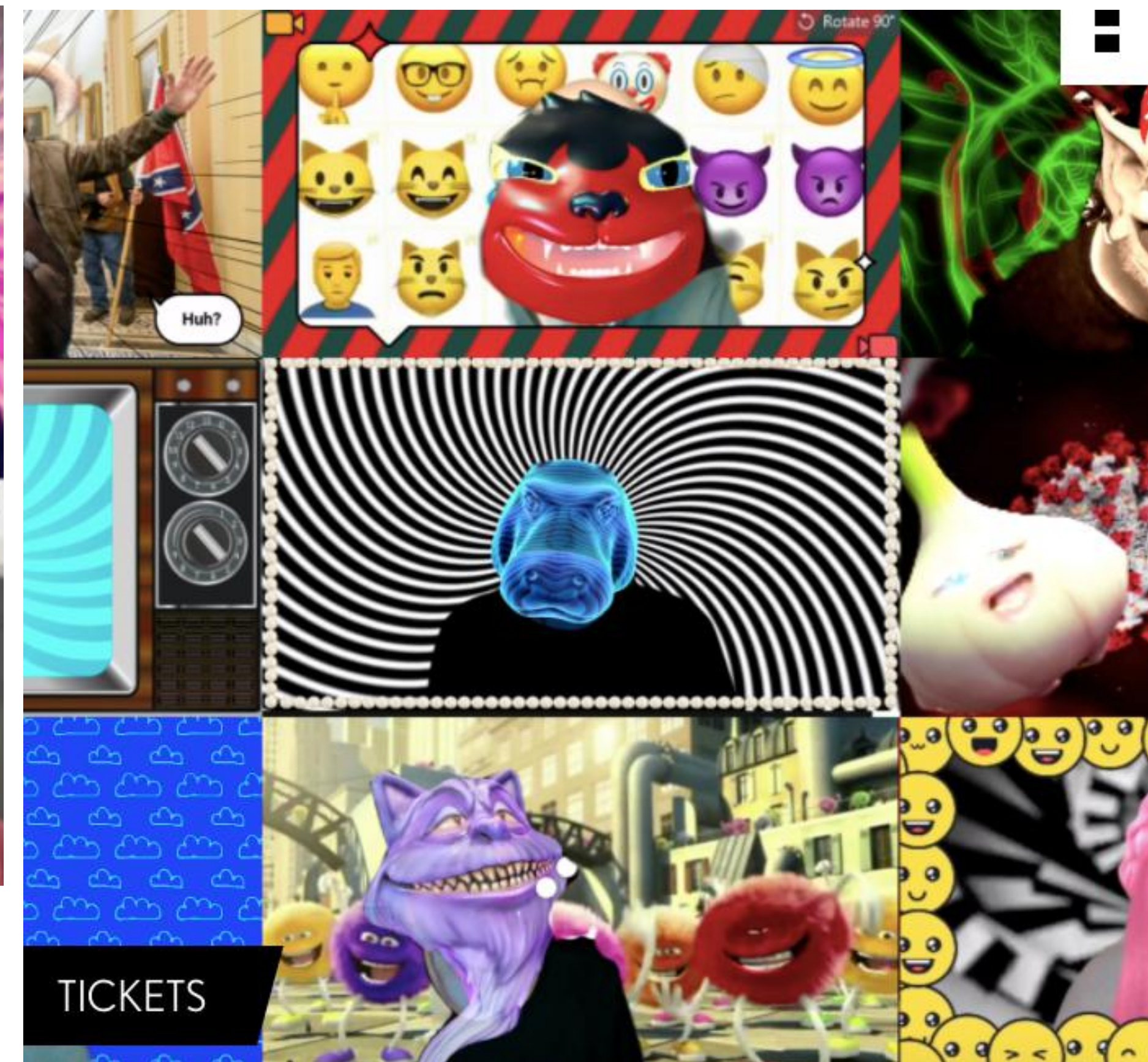


# Top 4

## Gather, Videonale Bar, Digitale Events

- + Eigene Welt, adaptiert auf die eigene Marke/Institution
- + Preisgünstig, innovativ, experimentell
- + Videochat 2.0, gegen Zoom Fatigue





New Year's Bal Masqué, Impakt Festival, Utrecht

- + Facefilter & Virtual Background Battle
- + Bestehende Softwares: Zoom + Snap Camera
- + Moderiertes Event, mit Künstler\*innen und Kreativen
- + Networking & Fun

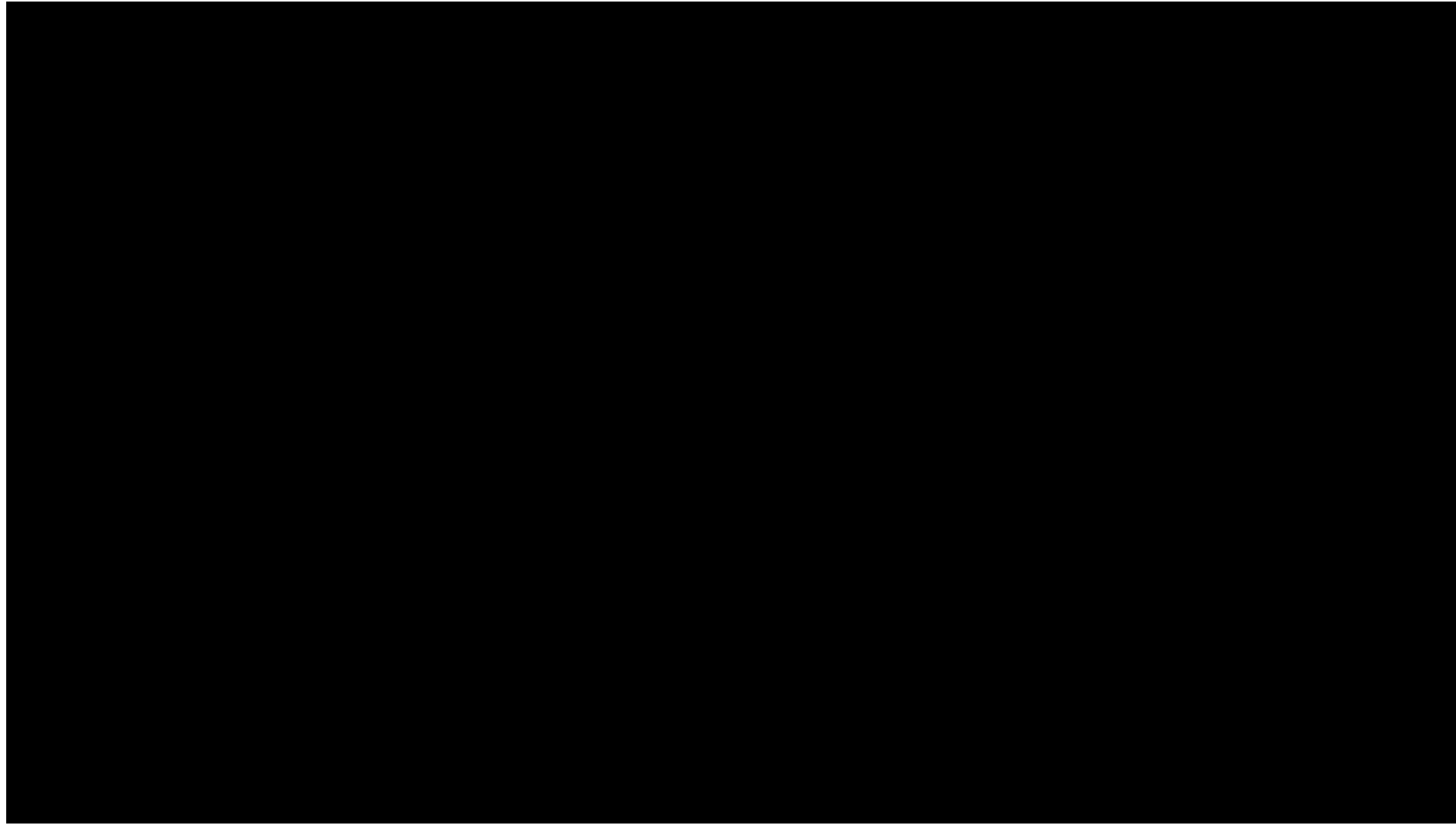
# Top 3

Instagram Interview, Serpentine Gallery u.a.

- + Eigenes Device, direkt im Instagram Account
- + Einfach, kostengünstig, schnell
- + Mit Kurator\*in/Künstler\*in/Musiker\*in, zur Ausstellung, zum Konzert o.ä.



**Top 2**



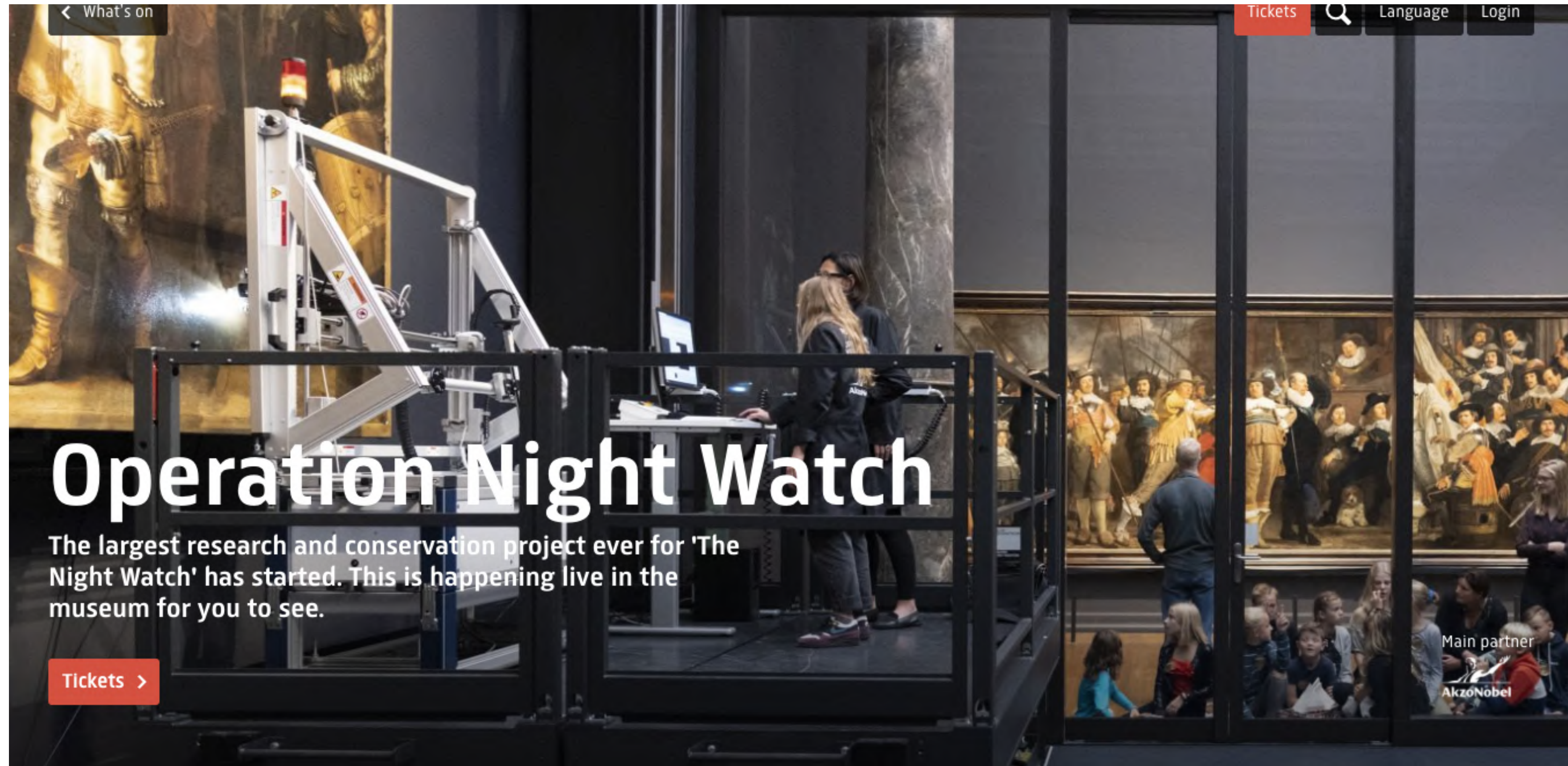
Jahrestagung Dramaturgische Gesellschaft, Berlin

+ Lectures, Screenings in 3D-Welt Mozilla Hubs

+ Open Source, in VR und Desktop

**Top 1**



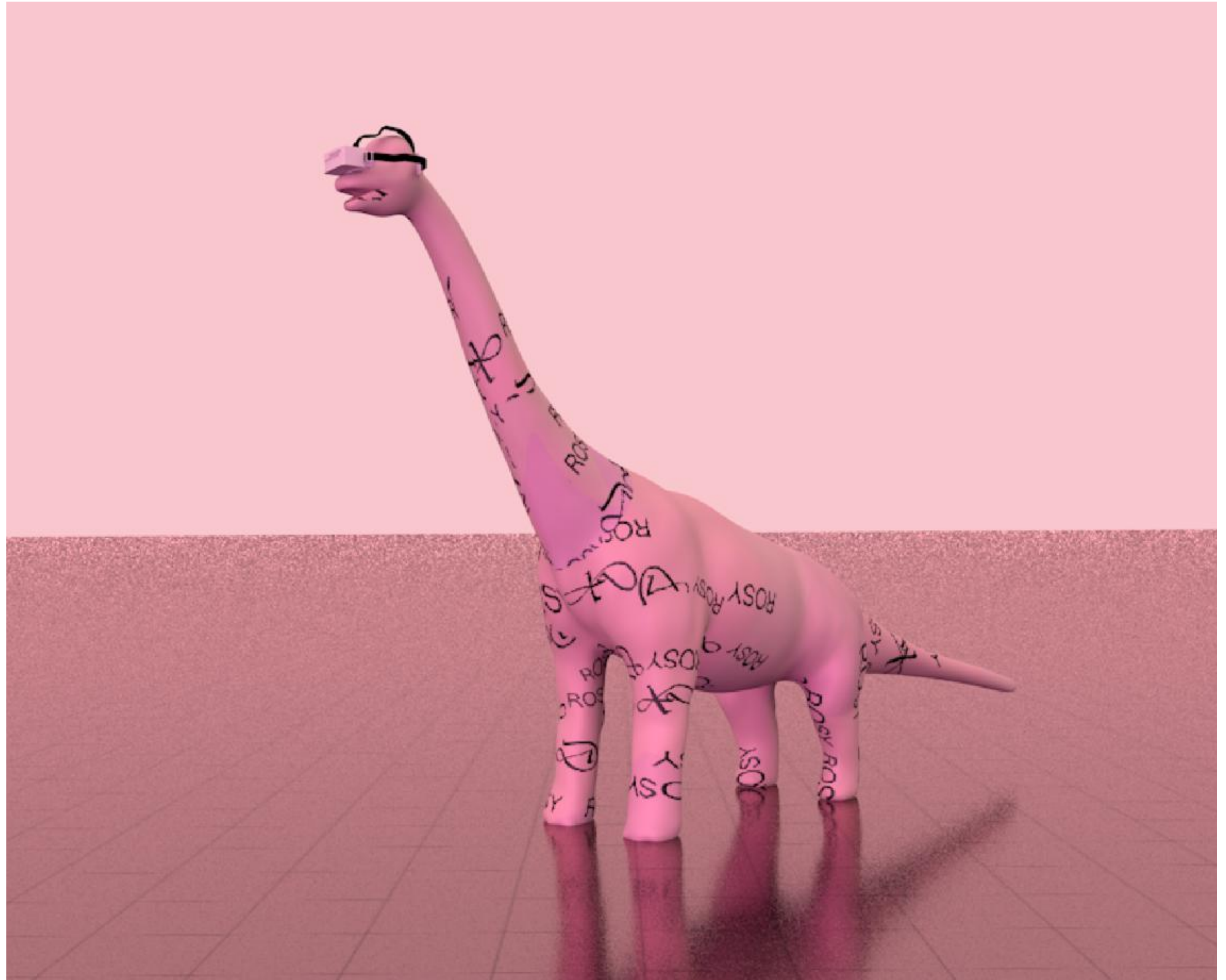


## Operation Night Watch, Rijksmuseum Amsterdam

- + Öffentliche Restaurierung im Livestream (kostenpflichtiges Ticket)
- + Mischung aus Spendenaktion, Forschung, Show
- + Arbeit im Museum wird erlebbar und unterhaltsam vermittelt

*Ulna*

d.h.?



- + Interne digitale Infrastrukturen aufbauen
- + Flache Hierarchien & „New Work“-Spirit (vgl. Tech Firmen)
- + Lieber weniger als mehr Tools
- + An Barrierefreiheit denken und Zugangsschwellen niedrig halten (Bsp. nicht überall Accounts einrichten)
- + On- und Off-Boarding ist elementar, emphatische und intensive Moderationen, Betreuung und Animation
- + Großes Potential neue (junge) Zielgruppen zu erschließen und für die Kultur zu begeistern

**Fragen? Lust auf ein Projekt mit uns?**

**Rosy DX - Studio für Digitalität**

**Düsseldorf & Berlin**

**Alain Bieber**

**[ab@rosydx.com](mailto:ab@rosydx.com)**



## Teilnehmer\*innenliste

»Digitalisierung der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen« **Donnerstag, 25.3.2021, 19:00–21:30 Uhr**

*Die Teilnehmer\*innen erklären sich mit ihrer Einwahl in die Videokonferenz damit einverstanden, dass die Veranstaltung »»Digitalisierung der Kultur – Denken und Handeln auf allen Ebenen« zu internen Dokumentationszwecken aufgezeichnet wird.*

Vorname	Nachname	Institution	Funktion / Abteilung
Alain	Bieber	NRW-Forum Düsseldorf / Rosy DX GmbH	Künstlerischer Leiter / Geschäftsführer
Andreas	Böttcher	Fachbereich Kultur und Wissenschaft Stadt Braunschweig	Raabe-Haus
Henning	Bundies	Braunschweig-BAROCK	
Elke Almut	Dieter	Friedenszentrum Braunschweig e. V.	
Kerstin	Dopatka-Durston	Büro für kritische Kultur und Geschichten	
Dr. Volker	Eckhardt	KinderKlassik com e. V.	Vorstand
Dr. Elke	Flake	Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, Fraktion BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN	Kulturpolitische Sprecherin
Frank	Flake	Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, SPD Fraktion	Fraktionsgeschäftsführer
Kai	Florysiak	Metropolregion	Geschäftsführer
Dr. Patrick S.	Föhl	Netzwerk Kulturberatung	Externe Projektleitung KultEP
Antonia	Fuchs	undercover GmbH	
Constanze	Geishauser	Protohaus	Projektleiterin "makerAcademy"
Martin	Geißler	tanzRAUM Braunschweig	
Moritz	Geneit	LOT Theater	
Oliver	Giem	giem Veranstaltungssysteme	
Jörg	Heckmann	Kultur- und Kommunikationszentrum Brunsviga e. V.	Programmleitung Brunsviga
Sylvia	Heyden	T.A.N.Z.- Braunschweig	
Dr. Jule	Hillgärtner	Kunstverein Braunschweig e. V.	Direktorin
Thorsten	Höfler	Spielraum TPZ für Braunschweig und die Region e. V.	
Andreas	Jäger	Freier Schauspieler	
Sara	Kleinwechter	Fachbereich Kultur und Wissenschaft Stadt Braunschweig	Stellv. Leiterin Veranstaltungsabteilung

<b>Suse</b>	<b>Klemm</b>	Netzwerk Kulturberatung	Externe stellvertretende Projektleitung KultEP
<b>Prof. Felicitas</b>	<b>Macgilchrist</b>	Georg-Eckert-Institut, Abteilung Mediale Transformationen	Leiterin
<b>Dr. Heike</b>	<b>Pöppelmann</b>	Braunschweigisches Landesmuseum	Leitende Museumsdirektorin
<b>Lisanne</b>	<b>Rinke</b>	Fachbereich Kultur und Wissenschaft Stadt Braunschweig	halle267 - städtische galerie braunschweig
<b>Thorsten</b>	<b>Rinke</b>	Internationales Filmfest Braunschweig e.V.	Vorsitzender
<b>Oliver</b>	<b>Rod</b>	Umweltkultur Verein	
<b>Elke</b>	<b>Scheler</b>	Fachbereich Kultur und Wissenschaft Stadt Braunschweig	Koordinatorin KultEP
<b>Christine</b>	<b>Schmidt</b>	KreativRegion e. V.	
<b>Ingo</b>	<b>Schramm</b>	Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, Fraktion FDP	Fraktionsgeschäftsführer
<b>Bernd</b>	<b>Stolte</b>	Writers Ink. e. V.	
<b>Hiam</b>	<b>Stülten</b>	Bilmati e. V.	1. Vorsitzende, Projektleiterin für soziokulturelle Projekte
<b>Jasmin</b>	<b>Surowietz</b>	KuK-BS e. V. (Laut Klub)	
<b>Julia</b>	<b>Taut</b>	Braunschweiger Bildende Künstlerinnen und Künstler e. V., Kunsthaus BBK	Geschäftsführerin
<b>Martin</b>	<b>von Hoyningen Huene</b>	LOT-Theater	Geschäftsführer
<b>Jörg</b>	<b>Wesemüller</b>	Staatstheater Braunschweig	Leiter Junges! Staatstheater
<b>Gregor</b>	<b>Zöllig</b>	Staatstheater Braunschweig	Leiter Tanztheater und Chefchoreograf

**Technik: Alexander Anton, Stadt Braunschweig**