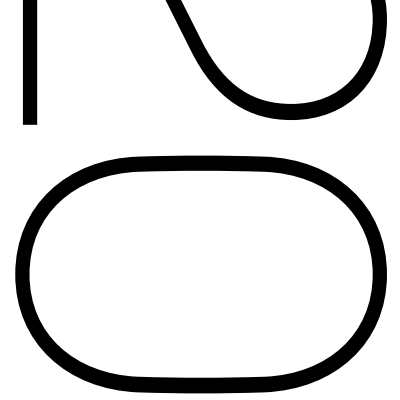


20

„KULTUR + X:
gemeinsam.
prozesse.
neu.denken“

20



Im Frühjahr diesen Jahres mussten wir alle gemeinsam das gleichzeitige Verschwinden von Märkten und Öffentlichkeiten erleben. Eine so noch nie dagewesene Ausnahmesituation, in der eine Vielzahl von Voraussetzungen für den kulturellen „Normalbetrieb“ weder gegeben war noch ohne weiteres (etwa durch Soforthilfen) wieder hergestellt werden konnte. Diese Erfahrung teilen - bei aller Unterschiedlichkeit in den Voraussetzungen und den konkreten Umständen - kreative Freischaffende und institutionelle Akteure (Bibliotheken, Kinos, Konzertveranstalter, Museen, Theater...)

Auch jetzt wurden die Maßnahmen zur Eindämmung der Ausbreitung der COVID-19-Pandemie wieder verschärft und wir sind noch weit von einer Rückkehr zur Normalität entfernt. Dabei drängt sich immer wieder die Frage auf, ob die aktuelle Umbruchsituation mit all ihren Unsicherheiten und Unwägbarkeiten nicht auch als gestaltbarer Übergang in eine neue - vielleicht sogar bessere - Normalität verstanden werden kann.

Dank der Finanzierung durch das Ministerium für Bildung und Kultur des Saarlandes konzipierte K8 Institut für strategische Ästhetik gGmbH in Kooperation mit s:coop eG einen mehrteiligen Austausch- und Ideenentwicklungsprozess. Hierzu wurden Kulturakteure eingeladen, genau darüber nachzudenken, zu debattieren und gemeinsam mit Fachleuten aus dem Kreativ- und Digitalsektor sowie anderen gesellschaftlichen Bereichen Handlungsoptionen zu identifizieren und zu gestalten.



Im Zeitraum von September bis November 2020 fand der zweiteilige Hackathon statt: Im ersten Teil trugen Kulturakteure zunächst Herausforderungen ihrer Institutionen bzw. der Kulturszene zusammen, ordneten sie in Cluster und wählten drei für sie besonders relevante Problemfelder aus. Im zweiten Teil arbeiteten einige dieser Kulturakteure gemeinsam mit weiteren Fachleuten an Lösungsansätzen.



Eindrücke





Wie sieht eine spezifische Digitalisierung für Kulturakteure aus?

- **ACHIM BECKER** - Softwareentwickler - *aventurin.one*
- **MARKUS BRIXIUS** - Herausgeber, Redakteur - *poprat-saarland.de* · *e-paper.popscene.club*
- **CHRISTOPH BROSIUS** - Game-Designer - *christoph-brosius.de*
- **DAMIAN PADERTA** - Webgeograph und Digitalberater - *paderta.com*
- **SUSA POP** - Kuratorin - *publicartlab-berlin.de*
- **KATHARINA RITTER** - künstlerische Leitung Stadtgalerie Saarbrücken - *stadtgalerie-saarbruecken.de*
- **CHRISTIANE WIEN** - Vorstand Saarländisches Künstlerhaus - *kuenstlerhaus-saar.de* · *christianewien.com*

Die Digitalisierung ist die Einführung neuer ungewohnter Werkzeuge mit damit verbundenen neuen Arbeitsabläufen. Solche Werkzeuge müssen gekauft, gelernt, gewartet, angewandt und in den Arbeitsalltag zielführend integriert werden. Dieser Prozess des sich Nutzbarmachens digitaler Werkzeuge - Digitalisierung - ist neben der Überalterung unserer Gesellschaft und dem Klimawandel eine der drei großen Herausforderungen unserer Zeit und hat für kulturelle Institutionen besondere Brisanz.

Kulturelle Institutionen sind in ihrer Legitimation auf die Aufmerksamkeit einer Öffentlichkeit angewiesen, die sich zunehmend ins Digitale verlagert. Sie profitieren von der kreativen und organisatorischen Zusammenarbeit zwischen Menschen nah und fern, wie sie durch die Digitalisierung erleichtert wird. Darüber hinaus sind sie gefordert, den neuen und alten Ausdrucksmitteln einer Gesellschaft gerecht zu werden, die sich ebenfalls in ihrem eigenen Digitalisierungsprozess befindet.

Von den Teilnehmer:innen des zweiten Teils des Hackathons wurden für das Themenfeld Digitalisierung drei sich komplementierende Ansätze herausgearbeitet und Orientierungspunkte für ihre praktische Umsetzung identifiziert.

BESCHREIBUNG DER LÖSUNGSANSÄTZE

1. Initiieren eines Change Management Prozesses, der auf den Werten und Zielen der Kulturinstitutionen selbst fußt und sich an den Erfahrungen und best practices aus der Software-Industrie orientiert.
2. Durchführen punktueller Interventionen vor Ort, die digitale Werkzeuge und Arbeitsweisen in Form eines Kulturkoffers in die Arbeitswirklichkeit der betroffenen Organisationen hinein tragen und ein Tor in die digitale Welt aufstoßen.
3. Aufbau einer sich nicht auf das Digitale beschränkenden Plattform, das heißt, einer Gemeinschaft und von ihr genutzter Kommunikationswege, die den Digitalisierungsprozess trägt und lebendige Zusammenarbeit erlaubt.

ZIELE

Aufbau von Strukturen, die die saarländischen Kulturbetriebe durchdringen und den durch die Digitalisierung erforderlichen, dauerhaften Weiterentwicklungsprozess fortlaufend unterstützen.

ZIELGRUPPEN

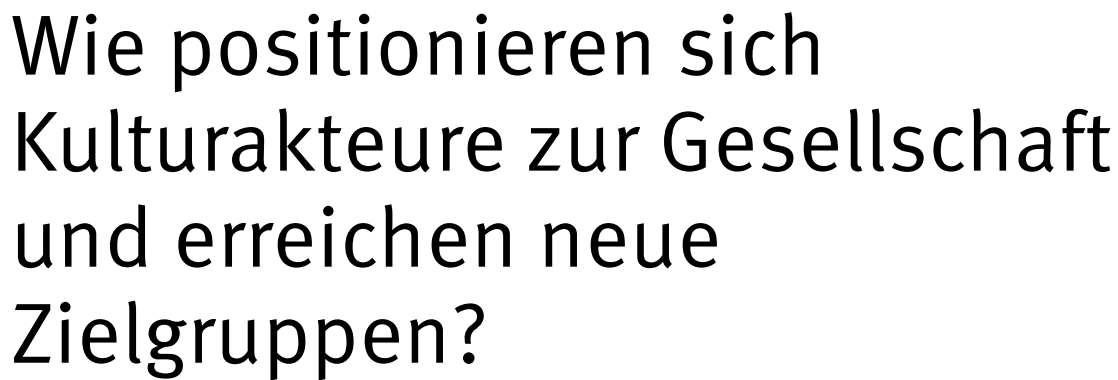
Kulturinstitutionen und Projekte im Saarland und in der Großregion, vertreten durch ihre Mitarbeiter:innen.

MÖGLICHE NÄCHSTE SCHRITTE

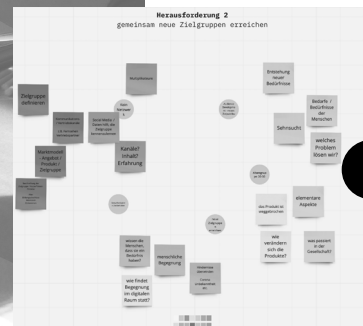
- Bildung einer Arbeitsgruppe.
Optimalerweise sind Institutionen durch mindestens zwei Mitarbeiter:innen vertreten.
Optimal: Bereitschaft einer eigenen IT-Abteilung, in geringem Umfang zu unterstützen
- Organisation eines gemeinsamen Treffens der an der Arbeitsgruppe Interessierten
 - Erstellung eines Katalogs der Werte und Ziele der einzelnen Institutionen
 - Strukturierung der zukünftigen Zusammenarbeit
 - Identifikation von Finanzierungsmöglichkeiten durch die beteiligten Organisationen bzw. Identifikation von Fördermöglichkeiten
 - Identifikation der unter den Teilnehmer:innen meist genutzten Online-Kommunikationsplattformen und Einrichtung einer Gruppe/ eines Kanals für die Kommunikation im Projekt

WENN EINE FINANZIERUNG SICHERGESTELLT IST

- Bildung eines Teams zur Entwicklung des Kulturkoffers
- Organisation von Interventionen bei den teilnehmenden Organisationen mit dem Kulturkoffer - die Interventionen orientieren sich daran, welche Werkzeuge und Prozesse zu den Werten und Zielen der jeweiligen Institution passen
- regelmäßige Dokumentation über die Kommunikationsplattform der vor Ort stattfindenden Interventionen
- regelmäßiger Austausch der Teilnehmer:innen und Hilfestellung untereinander in (Online-)Treffen und über die Kommunikationsplattform
- Organisation einer Technik-Sprechstunde über den Kanal



-



AUSGANGSSITUATION

Kulturinstitutionen und Kunschtschaffende gestalten Erfahrung. Dadurch unterscheiden sie sich von Akteuren anderer Bereiche, da die Konzeption und Umsetzung eines Kunstwerkes oder eines kulturellen Formats sich zwar immer an ein Publikum richtet und in den allermeisten Fällen auch die Rezeption durch ein Publikum voraussetzt. Die Beziehung zwischen Kunst- und Kulturschaffenden und ihrem Publikum funktioniert aber anders als die Beziehung anderer Produkthanbieter oder Dienstleister und ihrer Kundschaft.

Kunstwerke und kulturelle Formate zielen darauf ab, Momente menschlicher Begegnung zu schaffen, diese Begegnung zu gestalten und ein gemeinsames Erlebnis zu ermöglichen. Anbieter anderer Bereiche streben in der Regel an, Lösungen für Probleme oder die Befriedigung von Bedarfen und Bedürfnissen anzubieten.

Zielsetzung ist es, Lösungsansätze für die Ansprache und Gewinnung neuer Zielgruppen für Angebote von Kunst- und Kulturschaffenden zu entwickeln. Deshalb erscheint es sinnvoll, die Besonderheiten des kulturellen Sektors und der spezifischen, im Laufe der Jahrhunderten entwickelten Interaktionsformen zwischen Kunstwerk und Publikum zu betrachten. Genauso wichtig ist dabei aber auch, die Vorgehensweisen aus der Wirtschaft und dem Kommunikationsdesign in Betracht zu ziehen und diese für den kulturellen Bereich zu adaptieren.

BESCHREIBUNG DER LÖSUNGSANSÄTZE (in unterschiedlichen Konkretisierungsstufen)

1. digitaler Art Walk: der Ansatz folgt der Grundidee, den Kulturort als Ort des Verweilens und der Inspiration ins Digitale zu überführen. Der Digitale Art Walk ermöglicht dem/der Netzer:in, eine direkte Beziehung zum Werk aufzubauen und direkt mit dem Werk zu interagieren (Veröffentlichung der eigenen Reflektionen). Dadurch besteht die Möglichkeit, mit anderen anderer Netzer:innen zu interagieren und ihre Reflektionen zu konsultieren. Kulturschaffenden bietet der Digitale Art Walk Raum für Mikro-Ausstellungen und digitale kuratorische Ansätze unter Einbindung des Publikums.
2. Entwicklung neuartiger Interaktionsmöglichkeiten zwischen Künstler:innen unter sich im Rahmen von digitalen Formaten. Dabei sollen, über die Chat-Funktion hinaus, sowohl analoge als auch digitale Formen der Interaktion mit und zwischen dem Publikum entwickelt werden, die ähnlich wie das gemeinsame Erlebnis eines Live-Formats eine wesentliche Dimension des Kulturgenusses darstellen: z.B. digitale Performances unter Einbindung des Publikums, das im analogen Raum Anweisungen der Künstler:innen umsetzt, Workshops als integratives Angebot, Cross-Media-Ansätze, bi-direktionale Streams (über Plattformen mit offenen Schnittstellen).
3. "Audience Melting": Zusammenführung verschiedener Publikumsgruppen durch Verbindung von (analogen und digitalen) Formaten aus unterschiedlichen Bereichen (z.B. Kultur und Streaming-Anbieter, Kultur und digitale Bildungsangebote, Kultur und Stadtentwicklung), dadurch entsteht ein Mehrwert für die jeweiligen Anbieter (Ko-Produktion, geteilte Ressourcen, gemeinsames Marketing, Crowdfunding > Geld und aktive Teilnehmer:innen), aber auch für die einzelnen Nutzer:innen (vielseitiges Angebot, Möglichkeiten das Angebot mitzuentwickeln (Co-Creation), Austausch unter den verschiedenen Publikumsgruppen)

ZIELE DER LÖSUNGSANSÄTZE

Alle drei Lösungsansätzen zielen darauf ab, durch die Weiterentwicklung von kulturellen Formaten als digitale oder Hybrid-Formate sowie durch das Angebot neuartiger Interaktionsformen mit den Künstler:innen, den Werken und anderen Nutzer:innen bestehende Zielgruppen auf neue Art und Weise, aber auch neue Zielgruppen zu erreichen. Alle drei Ansätze bieten Potential, die Formate durch spezifische Angebote für Nutzer:innen mit besonderen Bedürfnissen (aufgrund von Behinderungen, besonderen Lebenssituationen (Elternschaft, Krankheit), Erstnutzer:innen mit Bedarf an spezifischen Heranführungsangeboten) zu ergänzen und so zielgruppenspezifische Erfahrungsräume zu gestalten.

ZIELGRUPPEN

Mit den Ansätzen werden einerseits bestehende Zielgruppen adressiert, die vorübergehend oder dauerhaft das analoge Kulturangebot nicht nutzen können (Lock-Down, zeitliche Einschränkungen, Mobilitätseinschränkungen, Entfernung von der Kultureinrichtung, etc.). Durch digitale Cross-Over-Angebote und neuartige Interaktionsansätze sollen aber auch neue Nutzer:innengruppen, die sonst eher Angebote anderer Bereiche nutzen (mediale Angebote, Bildungsangebote, Sport, Gastronomie und Tourismus), erreicht werden. Auch die Kulturschaffenden selbst stellen eine Zielgruppe dar, da die digitalen oder Hybrid-Formate neue Gestaltungsräume eröffnen.

MÖGLICHE NÄCHSTE SCHRITTE:

- Bildung einer Arbeitsgruppe. Optimalerweise sind Institutionen durch mindestens zwei Mitarbeiter:innen vertreten. Organisation eines gemeinsamen Treffens der an der Arbeitsgruppe Interessierten
 - Priorisierung gemeinsamer Aktivitäten
 - Strukturierung der zukünftigen Zusammenarbeit
 - Identifikation von verfügbaren Ressourcen und Finanzierungsmöglichkeiten durch die beteiligten Organisationen, Synergieeffekte durch Kooperation bzw. Identifikation von Fördermöglichkeiten
 - Identifikation der unter den Teilnehmer:innen meist genutzten Online-Kommunikationsplattformen und Einrichtung einer Gruppe/ eines Kanals für die Kommunikation im Projekt
- regelmäßiger Austausch der Teilnehmer:innen und Hilfestellung untereinander in (Online-)Treffen und über die Kommunikationsplattform

WENN EINE FINANZIERUNG SICHERGESTELLT IST

- Konzeption und Durchführung eines ersten gemeinsamen Kooperationsprojekts

Welche Rolle spielen Kulturakteure innerhalb der Entwicklung einer grenzüberschreitenden Region?

- **KATHARINA BIHLER & STEFAN SCHEIB** - SchauspielerIn & Musiker - *liquidpenguin.de*
- **MARTHA KAISER** - Festivalkoordinatorin - *festival-perspectives.de*
- **SIMONE KRANZ** - Dramaturgin - *staatstheater.saarland*
- **NINA JÄGER** - Gestalterin - *institut-aktuelle-kunst.de*
- **ANJA PETSCHAUER** - Leiterin Marketing - *strukturholding.de/unternehmen/gwsaar-gesellschaft-fuer-wirtschaftsfoerderung-saar*
- **JULIETTE RONCERAY** - Referentin für deutsch-französische Öffentlichkeitsarbeit - *carreau-forbach.com*
- **LISA ZEIGER** - Projektleitung „Digitales Tourismusmarketing für die Großregion“ - *urlaub.saarland*



AUSGANGSSITUATION

Es werden drei wichtige Aspekte identifiziert und analysiert:

1. Der Bedarf an Koordination:

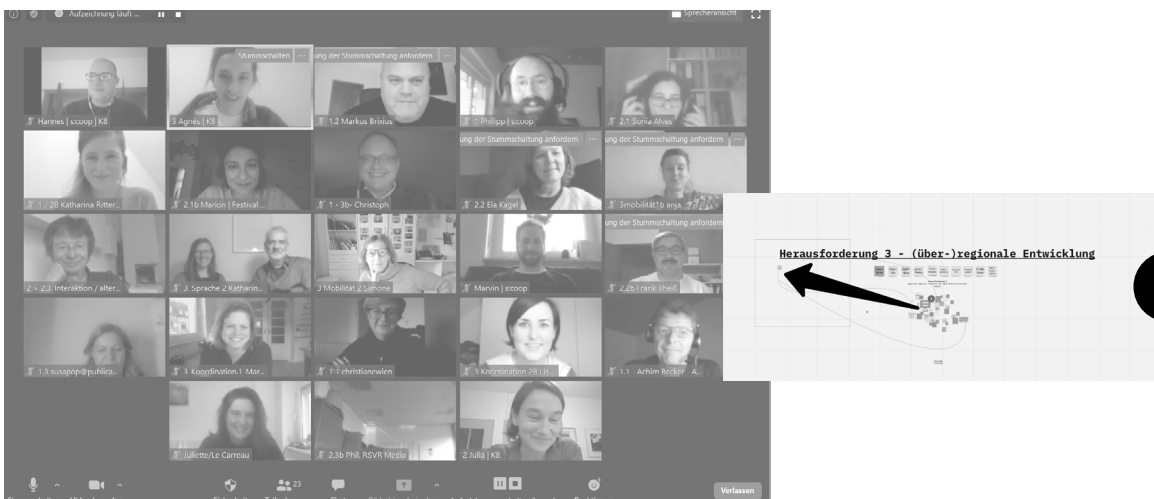
Hier geht es sowohl um interne Koordination als auch um Koordination zugunsten des Publikums. Die Kommunikation innerhalb der kulturellen Szene ist durch einen fehlenden überregionalen Verteiler bzw. eine Akteursdatenbank erschwert. Das großregionale kulturelle Angebot ist groß und breitgefächert, aber die Kulturinstitutionen selbst wissen nicht immer, was in den anderen Ländern passiert. Dadurch werden Synergieeffekte und Senkung der Kosten (z.B.: bei Einladung eines/r Künstler:in) verhindert. Ähnliche Herausforderungen wie Übersetzung von Antragstellungen oder juristische Fragen werden einzeln angegangen, was viel Zeit und Energie kostet. Auf Seite des Publikums stellt es sich als Hindernis dar, dass die Vielzahl an kulturellen Angeboten über verschiedene Kanäle kommuniziert werden und sich Interessierte deshalb schwer einen Überblick verschaffen können.

2. Die Frage der Mobilität:

Das Publikum, die Kulturschaffenden und die Werke könnten mehr innerhalb der Großregion zirkulieren. Allerdings ist der ÖPNV in der Region ziemlich schwach ausgebaut: Wer auf der anderen Seite der Grenze ein Theaterstück besuchen möchte, kann sich nicht auf Bus- oder Zugverbindungen verlassen. Dazu kommt, dass die kulturellen Strukturen sich in den verschiedenen Ländern unterscheiden, so dass auch die Zirkulation der Werke innerhalb der Großregion erschwert und ländliche Regionen vernachlässigt werden.

3. Die Hürde der Sprache

Die Verschiedensprachigkeit ist für die meisten Leute, seien es für Kulturschaffende oder das potentielle Publikum entlang der Grenze, eine Herausforderung. Die grenzüberschreitende Kooperation und damit verbundene zweisprachige Kommunikation ist nicht für alle kulturellen Institutionen eine Selbstverständlichkeit. Es fehlen oft die menschlichen, technischen und finanziellen Ressourcen für deren Umsetzung. Ein wichtiger Aspekt ist, dass z.B. schriftliche Übersetzung (etwa in Form der Übertitelung eines Theaterstückes) keine geeignete Lösung ist für Personen, die nicht kulturrain sind.



BESCHREIBUNG DER LÖSUNGSANSÄTZE

1. Koordination

Als Basis könnte der Verein Kulturräum Großregion als Institution dienen und die digitale Plattform Plurio.net neu aktiviert werden. Darüber hinaus streben die Kultureinrichtungen den Aufbau einer zentralen Koordinationsstelle / eines Expertenbüros / eines Kompetenzzentrums "Kultur in der Großregion" an, die/das über eigene Ressourcen verfügen und folgende Aufgaben übernehmen sollte:

- überregionaler Verteiler bzw. Akteursdatenbank
 - Vernetzung (regelmäßiger runder Tisch)
 - allgemeine Beratung
 - juristische Expertise
 - Hilfestellung bei Übersetzungen, z.B. von Antragstellungen
 - Planung und Umsetzung Fortbildungsprogramm für Kulturschaffende
 - Recherche und Evaluierung der Finanzmöglichkeiten von Projekten im kulturellen Bereich
 - Entwicklung und Umsetzung einer gemeinsamer Marketing-Strategie
 - Bereitstellung eines überregionalen Veranstaltungskalender
- Finanzierung: öffentliche Gelder - Landes-, Bundes- und EU-Ebene + Kulturtourismus
- Ziele: Synergieeffekte fördern

2. Mobilität

- Theater und Kunsthaus für die freie Szene aus dem Saarland und der Großregion / Ein dritter Ort als Proberaum und Ort der Begegnung
 - Residenzen und Workshops finden außerhalb der Kulturinstitutionen statt und gehen z.B. in Schulen, um Zuschauer:innen in die Produktion eines Werkes einzubeziehen
 - Regelmäßiges Angebot eines Kulturbusses (eigens für diesen Zweck eingerichtet), der das Publikum innerhalb der Großregion an verschiedene Veranstaltungsorte transportiert. Diesen Bus könnte man auch als Tournee-Bus nutzen.
- Finanzierung: Kommunen + EU + Großregion, Nutzungsentgelte (z.B. Abonnement für den Bus), Kultursponsoring
- Ziel: Entwicklung eines grenzenlosen Raum und Einbindung von ländlichen Regionen

3. Sprache

- Kooperation mit der Universität des Saarlandes (Bsp.: Computer Linguistic, Dolmetscher Institut)
 - Sprachförderung in den Schulen
 - Entwicklung deutsch-französischer künstlerischer Projekte
 - Bilingualität im öffentlichen Raum fördern
 - Bilingualität in den Schulen fördern
- Finanzierung: EU-Gelder, Zugang zu weiteren Drittmitteltöpfen durch interdisziplinäre Kooperationen und Projekte
- Ziel: Sprache nicht als Ausgrenzung sehen, grenzüberschreitende, vielsprachige Identität schaffen, Zusammengehörigkeitsgefühl in der Großregion

ZIELE DER LÖSUNGSANSÄTZE

Diese entwickelten Lösungsansätze sollen eine bessere Kommunikation und Planung des Geschehens innerhalb der großregionalen Kulturszene ermöglichen. Außerdem zielen die konkreten Vorschläge auf die langfristige Entwicklung eines funktionierenden Netzwerks aus Kulturinstitutionen, Kulturschaffenden und Kulturinteressierten ab. Insbesondere durch die Gründung eines "Kompetenzzentrums" werden die Fort- und Weiterbildung und damit die Anbindung der Kulturschaffenden an die Region gestärkt und Synergieeffekte durch die gemeinsame Entwicklung einer Strategie gefördert, u.a. im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit (Marketing und Audience Development).

Längerfristig geht es darum, einen grenzenlosen Raum durch die Einbindung von ländlichen Regionen sowie eine grenzüberschreitende Identität, ein Zusammengehörigkeitsgefühl in der Großregion zu schaffen.



ZIELGRUPPEN

Als Zielgruppen werden die Akteure der Kulturszene (Künstler:innen, Bühnentechniker:innen, Kulturschaffende) sowie das breite Kulturpublikum der ganzen Großregion.

identifiziert ► Alle Menschen entlang der Grenze

MÖGLICHE NÄCHSTE SCHRITTE

- Bildung einer Arbeitsgruppe. Optimalerweise sind Institutionen durch mindestens zwei Mitarbeiter:innen vertreten
- Organisation eines gemeinsamen Treffens der an der Arbeitsgruppe Interessierten
 - Priorisierung gemeinsamer Aktivitäten
 - Strukturierung der zukünftigen Zusammenarbeit
 - Identifikation von verfügbaren Ressourcen und Finanzierungsmöglichkeiten durch die beteiligten Organisationen, Synergieeffekte durch Kooperation bzw. Identifikation von Fördermöglichkeiten (z.B. Creative Europe)
 - Identifikation der unter den Teilnehmer:innen meist genutzten Online-Kommunikationsplattformen und Einrichtung einer Gruppe/ eines Kanals für die Kommunikation im Projekt
- Kontaktaufnahme mit dem Verein Kulturräum Großregion
- regelmäßiger Austausch der Teilnehmer:innen und Hilfestellung untereinander in (Online-)Treffen und über die Kommunikationsplattform

WENN EINE FINANZIERUNG SICHERGESTELLT IST

- Konzeption und Durchführung eines ersten gemeinsamen Kooperationsprojekts

