



YouCurate

YouCurate

Digitale Co-Kreation
als transformative
Vermittlungsmethode

Brooke Jackson

Zürcher Hochschule der Künste
Master of Arts in Art Education Curatorial Studies
Mentorin: Prof. Angeli Sachs

FS 2021

Inhaltsverzeichnis

<u>01</u>	<u>Einleitung</u>	<u>8</u>		
<u>02</u>	<u>Digitale Kulturvermittlung</u>	<u>20</u>		
	2020 - Der Weg zur digitalen Kulturvermittlung			
02.01	Digitale Vermittlungsformate	26		
	Begriffe und Berufsfeld			
	Beziehung zum analogen Raum			
02.02	Digitalität und Institution	42		
	Affirmation und Reproduktion			
	Chancen für Dekonstruktion, Reformation und Transformation			
02.03	Partizipation und Hierarchien im digitalen Raum	57		
<u>03</u>	<u>Co-Kreation</u>	<u>70</u>		
03.01	Glossar	74		
03.02	Zwischen Partizipation, Kollaboration und institutionellen Strukturen	82	03.03	Digitale Co-Kreation als transformative Vermittlungsmethode 85
			<u>04</u>	<u>Analyse</u> <u>100</u>
				Open Culture BW meets VR, Kunsthalle Karlsruhe, 2020
				Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021, Museum Ulm
				Life on Planet Orsimanirana, Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, 2021
			04.01	Digitale Co-Kreation in der Praxis 126
			<u>05</u>	<u>Konzept: YouCurate</u> <u>134</u>
			<u>06</u>	<u>Fazit</u> <u>148</u>
			<u>07</u>	<u>Literaturverzeichnis</u> <u>154</u>
			<u>08</u>	<u>Anhang</u> <u>166</u>
			08.01	Abbilungsverzeichnis 166
			08.02	Eidesstattliche Erklärung 170



Einleitung

«Wenn im Corona-Shutdown die digitalen Kanäle unser Alltagsleben vom täglichen Home-Office über E-Learning bis zum abendlichen Workout aufrecht erhalten, kann dann auch im Internet Ersatz für die momentanen Defizite in unserem Kulturleben gefunden werden?»¹

Seit Anfang 2020 steht der kulturelle Betrieb, wie er bis anhin war, still. Die Museen sind in regelmässigen Abständen immer wieder geschlossen, Off-Spaces können nur begrenzt Projekte realisieren und Ausstellungen können nur mit einer grossen Planungsunsicherheit organisiert werden. Viele Formate haben sich in die digitale Welt, wo Alternativen zur kulturellen Erfahrung im analogen Raum gesucht werden, verschoben. Über *Zoom* werden Talks gehalten, Kurator*innen stellen in Videos ihre Lieblingsbilder und -objekte vor. Führungen durch Museen werden auf *YouTube* gestreamt. Was bedeutet die Digitalisierung auf verschiedenen Ebenen für Museen und die Kulturvermittlung?

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Thematik der Digitalisierung von Kulturvermittlung und deren Auswirkungen auf partizipative Prozesse. Es wird ausgehend von der aktuellen Situation einer globalen Pandemie und den damit verbundenen Veränderungen in musealen

Institutionen nach Chancen und Schwierigkeiten der Digitalisierung in Bezug auf das Einbinden unterschiedlicher Stimmen in museale Entscheidungs- und Deutungsprozesse gefragt. Im Zentrum der Auseinandersetzung steht die Frage, welchen Einfluss die Digitalisierung auf die Öffnung der Museen in Bezug auf Mehrstimmigkeit, Partizipation und kulturelle Teilhabe hat. Dabei wird die digitale Co-Kreation, die als Einbinden von Besuchenden und museumsexternen Personen über digitale Medien in die Produktions- und Konzeptionsprozesse von Ausstellungen verstanden wird, als partizipative Vermittlungsmethode definiert und untersucht. Es wird die These verfolgt, dass der digitale Raum und die Co-Kreation neue Formen der Partizipation ermöglichen und damit Ausschlussmechanismen abgebaut werden können. Es soll untersucht werden, welches transformative Potenzial eine solche Vermittlungsmethode birgt, wie weit die museale Deutungshoheit abgebaut werden kann und inwieweit eine Repräsentation unterschiedlicher Öffentlichkeiten erreicht werden kann. Dabei werden auch Hierarchien und Ausschlussmechanismen des digitalen Raumes beleuchtet. Es soll an dieser Stelle schon erwähnt werden, dass Menschen ohne Zugang zum Internet, ohne digitale Geräte oder dazugehörige Kompetenzen ausgeschlossen sind. Weiterführend kann darüber nachgedacht werden, wie solche Personen in digitale Vermittlungsformate integriert werden können. Dieser Frage nachzugehen, sprengt jedoch

1 Buschmann 2020, Zugriff: 03.01.2021.

den Rahmen der vorliegenden Arbeit. Ebenfalls ist zu klären, ob solche digitalen, partizipativen Vermittlungsformate und das damit verbundene Einbeziehen unterschiedlicher Personen zur Legitimation einer Institution in der Krise eingesetzt werden. Ist es denkbar, die digitale Co-Kreation als Mittel einzusetzen, um Menschen und Communities eine Plattform zu bieten, über die sie sich am kulturellen Geschehen beteiligen und bestehende Repräsentationen hinterfragen und somit das Museum zu einem pluralistischen Ort, der nicht nur einen bestimmten privilegierten Teil der Gesellschaft abbildet, machen zu können?

Zentral für diese Arbeit sind die Begriffe Co-Kreation und Partizipation. Co-Kreation versteht sich in diesem Rahmen als Methode und Anwendungsform. Partizipation bildet dabei das theoretische Grundgerüst. Partizipation wird entlang von Gesa Krebbers *Kollaboration in der Kunstpädagogik* definiert. Sie versteht Kollaboration als Überbegriff verschiedener Strategien, die Besuchende in das museale Geschehen integrieren. Partizipation wird demnach als Form verstanden, bei der die Beteiligung im Vordergrund steht. Bei der Kollaboration wird der Fokus auf das Miteinander gelegt.² Da das Museum jedoch als Institution, die sehr stark in ihren institutionellen Strukturen verankert ist,

2 Krebber 2020, 53 f.

verstanden wird und bei den analysierten Formaten nicht von einem Miteinander im Sinne der Kollaboration gesprochen werden kann, ist von Partizipation die Rede. Im Zentrum steht trotzdem die Frage, wie innerhalb dieser fixen Strukturen eine Transformation über digitale Co-Kreation evoziert werden kann. Die digitale Co-Kreation als transformative Vermittlungsmethode wird hier als von ihrem etymologischen Ursprung aus der Betriebswirtschaft losgelöst betrachtet, wobei die Co-Kreation im kulturellen Bereich weniger auf ein Endprodukt abzielt, sondern eher auf den Prozess. Digitale Co-Kreation soll als Methode, die hierarchische Strukturen der Institution offenlegt und danach fragt, wer entscheidet, untersucht werden. Wer entscheidet, was gezeigt wird? Wer entscheidet, in welchem Zusammenhang es gezeigt wird? Wer entscheidet, wie es rezipiert wird?

Die Beispiele und die verwendete Literatur beziehen sich vor allem auf Europa und den deutschsprachigen Raum, da das Feld der Digitalisierung sehr umfassend ist und daher im Rahmen der vorliegenden Arbeit kein globaler Überblick über das Thema gemacht werden kann. Als Ausnahme wird das Buch *The Participatory Museum* von Nina Simon, die sich primär auf die US-amerikanische Museumslandschaft bezieht, hinzugezogen. Obwohl hier kein direkter Vergleich zur europäischen Museumslandschaft gemacht werden kann, versteht sich das Buch im Zusammenhang mit

dem Konzept der Partizipation im Museum als wichtige Referenz und wird zur Definition dieses und verwandter Begriffe hinzugezogen. Es ist jedoch anzumerken, dass gerade im digitalen Raum örtliche Grenzen verschwimmen und somit auch keine klare Grenze gezogen werden kann. Wichtige theoretische Grundlagen zur Kulturvermittlung und ihrem Verhältnis zur Institution bilden Carmen Mörschs Text *Am Kreuzpunkt von vier Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation* und die Online-Publikation zur Kulturvermittlung *Zeit für Vermittlung*, herausgegeben vom Institute for Art Education der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) im Auftrag von Pro Helvetia. Zum Thema «Partizipation und Vermittlung» werden zudem der Text von Susanne Karow *Local Art – Transformative Perspektiven in der partizipativen Museumsarbeit* und das Buch *Das partizipative Museum*, herausgegeben von Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli und Sibylle Lichtensteiger, hinzugezogen. Hinsichtlich der Digitalisierung und der Entwicklungen im kulturellen Bereich bezieht sich die Arbeit primär auf Felix Stalders Bücher *Kultur der Digitalität* sowie weitergehend auf *Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor*, herausgegeben von Christian Holst. Insbesondere wird der Beitrag von Tabea Schwarze *Mit Co-Creation und Partizipation auf dem Weg zum digitalen Museum. Über den Bildungsauftrag im 21. Jahrhundert* mit dem Thema der

Digitalisierung und den Chancen und Schwierigkeiten der Co-Kreation innerhalb der musealen Arbeit betrachtet. Ebenfalls werden verschiedene Artikel von Anita Thanhofer vom Blog *durchblickkunst.at*, die sich mit den aktuellen Entwicklungen digitaler Vermittlungsarbeit und Co-Kreation befassen, hinzugezogen.

Die Arbeit ist in vier Kapitel gegliedert, wobei die ersten zwei Kapitel eine theoretische Grundlage zur digitalen Vermittlung und digitalen Co-Kreation bilden, auf welche die Analyse der aktuellen Fallbeispiele aufbaut. Im letzten Teil wird ein Konzept vorgestellt, welches als Antwort auf die theoretische und analytische Auseinandersetzung verfasst wurde. Im Kapitel *Digitale Kulturvermittlung* wird zuerst die Ausgangslage der digitalen Vermittlung thematisiert. Danach wird auf die damit verbundene Begrifflichkeit und das Berufsfeld eingegangen. Darauf folgend werden verschiedene Formen des Bezuges digitaler Vermittlungsformate zum analogen Raum untersucht. Dabei wird der These, dass Vermittlung grundsätzlich weder digital noch analog ist, nachgegangen. Anschliessend werden verschiedene digitale Formate entlang der unterschiedlichen Funktionen von institutioneller Kulturvermittlung (Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion, Reformation und Transformation) nach Carmen Mörsch definiert. Es sollen partizipative Möglichkeiten verschiedener Formate hervor gehoben werden, um anschliessend die damit

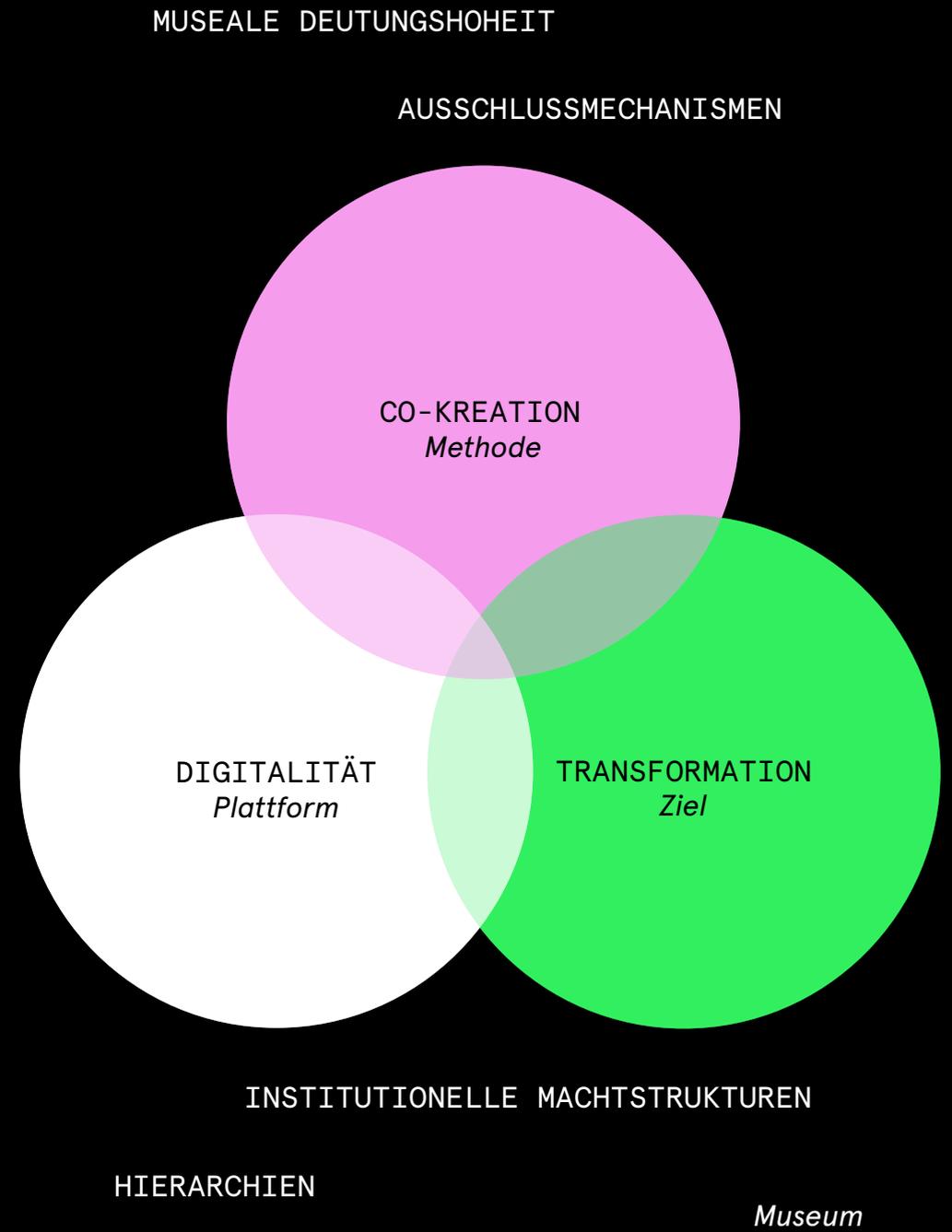
verbundenen partizipativen Chancen und Hierarchien des Digitalen zu thematisieren. Hierzu wird vor allem Bezug auf Felix Stalder und die von ihm genannten formalen Eigenheiten der Digitalität (Referenzialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität) genommen.

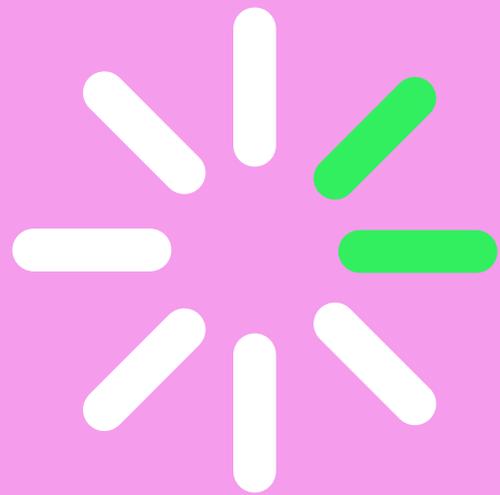
Im ersten Teil des Kapitels *Co-Kreation* wird der Begriff in Abgrenzung an verwandte Begriffe definiert. Im Anschluss wird er spezifisch entlang der Begriffe Partizipation und Kollaboration bestimmt. Mit Fokus auf die von Mörsch definierten institutionellen Funktionen der Transformation wird nach dem transformativen Potenzial digitaler Co-Kreation gefragt und den folgenden Fragen nachgegangen: 1. Welche Möglichkeiten für co-kreative Ansätze bietet der digitale Raum respektive die post-digitale Welt? 2. Welches transformative Potenzial birgt der Ansatz der digitalen Co-Kreation in Bezug auf das Einbeziehen unterschiedlicher Öffentlichkeiten, den Abbau von institutioneller Deutungshoheit und das Manifestieren der Institution Museum als wandelbare gesellschaftliche Akteur*in? (Abb. 1)

Auf diesem theoretischen Grundgerüst werden im Kapitel *Analyse* drei Beispiele co-kreativer Vermittlungsformate aus Kunstmuseen betrachtet. Der Fokus liegt dabei auf den Aspekten Partizipation, Besuchende, Machtstrukturen und Museum als Möglichkeitsraum. Zu den ausgewählten Formaten gehören erstens der Hackaton *Open Culture BW meets VR*, der 2020 in Baden-Württemberg stattfand, spezi-

fisch die Arbeit der Kunsthalle Karlsruhe, zweitens die sich zurzeit im Open Call befindende Ausstellung *Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* des Museums Ulm und drittens die Online-Plattform der Ausstellung *Life on Planet Orsimanirana* des Museums für Kunst und Gewerbe Hamburg. Im Anschluss daran werden die Erkenntnisse und Fragen aus der Analyse zusammengetragen. Abschliessend wird das Konzept *YouCurate*³, welches als Antwort auf die vorliegende Arbeit verfasst wurde, vorgestellt. Es muss angemerkt werden, dass eine Transformation der Institution, wie sie in der vorliegenden Arbeit untersucht wird, noch nicht definiert werden kann, da es Zeit benötigt, um festzustellen, ob eine Transformation tatsächlich eintritt. Die Arbeit verfolgt vielmehr das Ziel eines Gedankenanstosses, diese globale Krise und die damit verbundenen Veränderungen zum Umdenken und zu einer kritischen Perspektive auf herrschende Normen zu nutzen.

³ Der Name bezieht sich auf die Onlineplattform *YouTube*. Diese Referenz ist eine ironische Bezugnahme es werden damit keinesfalls die politischen Werte der Firma vertreten.





Digitale
Kultur-
vermittlung

2020 – Der Weg zur digitalen Kulturvermittlung

Die Digitalisierung der Institution Museum, die man bereits vor Covid-19 in Europa anstrebt, wurde nach Ausbruch der Pandemie innert kürzester Zeit vorangetrieben. Franziska Dürr, Leiterin von *Kuverum – CAS Studiengang für Kulturvermittlung* diskutierte in einem Interview mit Geneviève Hertzog von *Kulturvermittlung Schweiz* die Situation, vor welche die Museen auf der Ebene der Vermittlung und des Ausstellens gestellt werden. Dabei betonte sie, dass jene Institutionen im Vorteil seien, die schon zuvor auf digitale Formate gesetzt haben. Es eröffne sich mit der Digitalisierung jedoch ein komplett neues Berufsfeld, das von den Vermittler*innen und den Kurator*innen eine Zusammenarbeit mit Personen mit technischem Fachwissen erfordert.⁴

Anita Thanhofer schreibt in ihrem Artikel *Kulturvermittlung im digitalen Raum. Chancen und Herausforderungen für Kultur und User im Zeitalter digitaler Transformation*, dass zum Teil über Nacht neue digitale Formate erstellt wurden und Sammlungen sowie Archive in den Prozess der Digitalisierung kamen, wo vor Covid-19 keine Fortschritte sichtbar waren. Gerade im Bereich der Kulturvermittlung waren in der Vergangenheit zu wenige Ressourcen, zu wenig Begeisterung und Vision vorhanden,

4 Von Däniken 2020, Zugriff: 28.02.21.

weshalb der Sektor «digitale Kulturvermittlung» eher stillstand. Ausgelöst durch die Pandemie, wurde dieser ganze Bereich, so Thanhofer, vor eine ganz neue Ausgangslage gestellt.⁵ Laut Renate Buschmann sind sinnliche Erfahrungen von Raum, zwischenmenschliche Erfahrungen und haptische Qualitäten von beispielsweise Skulpturen und Malereien im digitalen Raum nicht nachzubilden.⁶ Felix Stalder argumentiert in seinem Buch *Kultur der Digitalität*, dass diese Prozesse der Digitalisierung schon seit einiger Zeit im Gange seien. So seien viele Entwicklungen bereits in kulturellen Nischen passiert. Diese neuen Technologien seien von grossen Institutionen jedoch nicht beachtet worden. Diese würden erst entwickelt und eingesetzt, sobald der Bedarf, den soziale, politische und ökonomische Krisen generieren, für die Institutionen besteht.⁷

5 Thanhofer 2020, Zugriff: 28.02.21.

6 Vgl. Buschmann 2020, Zugriff: 03.01.2021. Eine Strategie, im Bereich von Kunstaussstellungen sei es auf «Netzkunst» («Internet Art») zu setzen. Diese umfasst künstlerische Arbeiten, die spezifisch für den digitalen Raum geschaffen wurden, diesen als Medium haben und somit nicht von der haptischen Wahrnehmung abhängen. Ein Beispiel für eine solche Ausstellung ist *We=Link: Ten Easy Pieces, Et Cetera*, welche vom Chronus Art Center, Shanghai initiiert wurde und international mit verschiedenen Kulturinstitutionen wie dem HeK, Basel mitveranstaltet wird.

7 Stalder 2016, 35.

«'Digitalisierung' speziell in Museen bedeutet zunächst die Übersetzung des analogen Objekts ins Digitale, also das Digitalmachen der Sammlungen und Ausstellungen. Aber 'Digitalität' in Museen ist noch viel mehr. Man kann beispielsweise differenzieren zwischen Digitalisierung, digitaler Strategieentwicklung, digitaler Kommunikationsstrategien, digitalen Vermittlungsaspekten oder kultureller Bildung und neuen Arbeitswelten durch Digitalität. Das alles sind große Chancen und Herausforderungen für Museen und ihr Umfeld in unserer Zeit. Digitalität ist nicht mehr wegzudenken, wird gesellschaftlich gewollt, politisch gefördert und natürlich auch von den Häusern selbst eingefordert.»⁸

Durch die Krise haben sich im Bereich der institutionellen Kulturvermittlung Formate entwickelt, die trotz sozialer Distanz digital vermitteln können. Es ist jedoch zu beobachten, dass viele dieser Vermittlungsformate im Digitalen einen affirmativen und reproduzierenden⁹ Charakter aufweisen. Beispiele hierfür sind Kurator*innen-Führungen durch Ausstellungen wie

8 Kramer 2020, 44.

9 Vgl. Mörsch 2009, 12.

*Im Herzen wild. Die Romantik in der Schweiz – mit Kurator Jonas Beyer (Abb. 2)*¹⁰ im Kunsthaus Zürich¹¹ oder *Das Belvedere digital erleben* (Abb. 3) vom Belvedere Museum Wien.¹²

Einmal mehr scheint es, als würde sich die institutionelle Kulturvermittlung als Marketinginstrument einer Institution in der Krise verstehen. Wäre es in einer Zeit einer globalen Pandemie nicht Zeit für einen radikalen Umbruch, für ein Umdenken und eine kritische Perspektive auf herrschende Normen? Seit Ende des 20. Jahrhunderts hat der Ruf nach Pluralismus und Inklusion in Bezug auf demografische, kulturelle und gesellschaftliche Faktoren der Museumsbesucher*innen stark zugenommen. Um diese Idee der sozialen Verantwortung zu verwirklichen, wurde das Konzept der Partizipation immer mehr in die museale Arbeit integriert.¹³ Welche Rolle und Möglichkeiten entstehen gerade durch die rasante Digitalisierung der musealen Arbeit und der Vermittlung für solche partizipativen Verfahren?

10 Die QR-Codes zu den Abbildungen können mit einem Smartphone gescannt werden. Man gelangt zur jeweiligen Internetseite des Beispiels.

11 <https://www.kunsthhaus.ch/besuch-planen/ausstellungen/im-herzen-wild/>, Zugriff: 05.04.2021.

12 <https://www.belvedere.at/digitale-fuehrungen>, Zugriff: 05.04.2021.

13 Düspohl / Miera / Bluche 2012, 156.



Abb. 2



Ansehen auf  YouTube

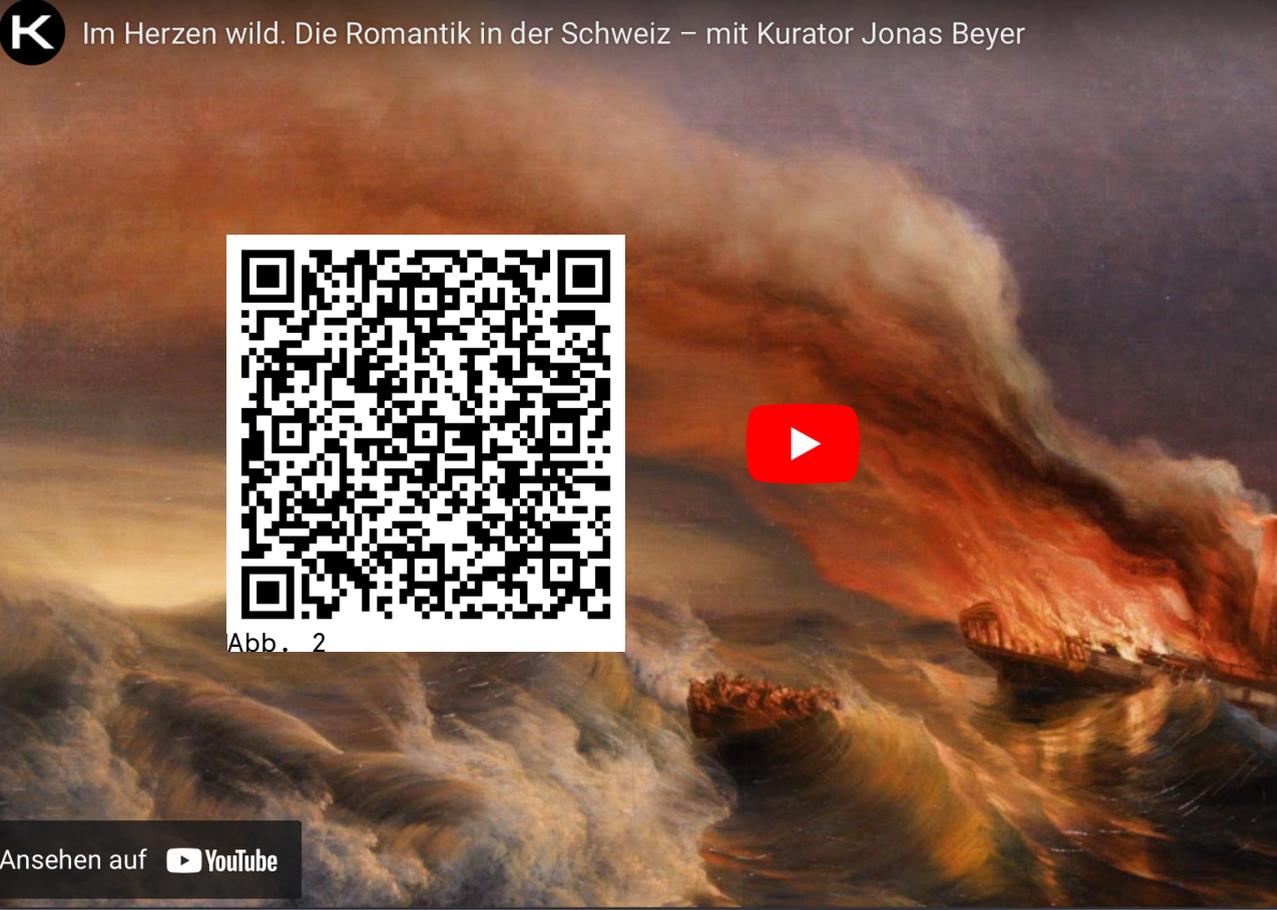


Abb. 4



Abb. 3



Abb. 5

02.01 Digitale Vermittlungsformate

Das folgende Kapitel zeigt einige Richtungen digitaler Vermittlungsformate auf. Es werden Formate aus verschiedenen Arten von Museen als Beispiele hinzugezogen, da es in erster Linie um die Frage geht, wie kulturelle Teilhabe und Partizipation durch digitale Medien beeinflusst werden können. Diese Frage wird als transdisziplinär und Museumstypen übergreifend verstanden. Es wird zentral der Frage nachgegangen, welchen Einfluss die Digitalisierung auf die Öffnung des Museums in Bezug auf Mehrstimmigkeit, Partizipation und kulturelle Teilhabe hat. Dabei werden einige Bereiche der digitalen Vermittlung konkret beleuchtet. Zunächst widmet sich die Arbeit kurz der Begrifflichkeit der *digitalen Vermittlung* inklusive der Auswirkungen auf das Berufsfeld von Vermittler*innen. Danach wird der Bezug zum analogen Raum betrachtet und gefragt, wie sich dieser konstruiert. In einem nächsten Schritt werden verschiedene Formate entlang der Theorie von Carmen Mörsch für die Funktion von Kulturvermittlung eingeteilt sowie nach der Beziehung zur Institution und der Funktion digitaler Vermittlungsformate gefragt.¹⁴ Das Ziel dieser Unterteilung ist es,

14 Dabei wird entlang der Publikation *Zeit für Vermittlung* vom Institute for Art Education der Zürcher Hochschule der Künste das

herauszuarbeiten, welche Form der Beteiligung der digitale Raum ermöglicht und welche Aussichten der digitale Raum bietet, um eine Mitgestaltung unterschiedlichster Öffentlichkeiten zu erreichen und somit Hierarchien und Deutungs-
hoheiten der Institution Museum abzubauen.

Begriffe und Berufsfeld

Anita Thanhofer gibt Beispiele für digitale Räume, indem sie Plattformen wie Websites, Blogs, Kanäle auf Social Media und verschiedene Kommunikations- oder Kollaborationstools wie *Slack* oder *WhatsApp* nennt. Digitale Räume können aber auch VR-Räume, Spiele, Apps oder Augmented-Reality-Räume, innerhalb welcher digitale Vermittlungsformate entstehen, sein. Hier nennt Thanhofer als Beispiele Tutorials, digitale Vernissagen, Webinare, Hackathon, Social Media Walks, Mitmachaktionen auf Social-Media-Kanälen, Podcasts oder Serien auf *WhatsApp*.¹⁵ Wie definiert sich das Handlungsfeld von Kulturvermittler*innen innerhalb dieser digitalen

Analysieren der Vermittlung anhand der Wirkung, die diese auf Besucher*innen hat, als problematisch erachtet, da in dieser Einstellung eine erhabene Position der Kulturvermittlung gegenüber Besucher*innen immanent ist. Daher wird die Kulturvermittlung im Verhältnis zu jenen betrachtet, die diese initiieren - die Institutionen selbst. Vgl. IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 112.

15 Thanhofer 2020, Zugriff, 28.02.21.

Räume und verschiedenen Formate? Thanhofer definiert die Kulturvermittlung in den digitalen Räumen als das Verbinden von digitalem und analogem Raum. Dabei solle der digitale Raum den analogen nicht ersetzen, sondern als Ergänzung dazu verstanden werden. Kulturvermittlung im digitalen Raum soll Menschen mit Zugang zu digitalen Geräten und Internet die Möglichkeit bieten, sich mit Kunst, Kultur und gesellschaftlich relevanten Themen auseinanderzusetzen, diese zu kommentieren und sich auszutauschen. Es sollen dabei Kommunikations- und Bildungsprozesse initiiert werden.¹⁶ Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss betont, dass die Vermittlung per se weder analog noch digital sei, sondern sich im 21. Jahrhundert immer dazwischen bewege. Den Menschen verschiedenster Altersgruppen sollen durch die Möglichkeiten des Digitalen kulturelle sowie gesellschaftliche Teilhabeprozesse erlaubt werden.¹⁷ Ein Beispiel dafür ist das Format *Museum visit with Robot* (Abb. 4) des Van Abbe Museums in Eindhoven.¹⁸ Zu den Öffnungszeiten des Museums kann ein Roboter gebucht werden, der in Begleitung einer Vermittler*in durch das Museum führt. So können Menschen, die zum Beispiel das Haus nicht verlassen können oder in einem anderen Land

16 Thanhofer 2020, Zugriff, 28.02.21.

17 Reinwand-Weiss 2020, 15.

18 <https://vanabbemuseum.nl/en/mediation/inclusion/museum-visit-with-robot/>, Zugriff: 27.04.2021.

wohnen, das Museum trotzdem besuchen.¹⁹

Wie aus dem Beispiel ersichtlich, bedeutet eine Digitalisierung auch eine Veränderung des Berufsfeldes der Kulturvermittler*innen. Es müssen neue Methoden und Instrumente sowie technisches Fachwissen entwickelt werden. Dabei verschwimmen die Bereiche zunehmend mit jenen aus der Kommunikations²⁰- und IT-Branche. Die Vermittler*innen müssen auf diese Expertisen zurückgreifen.²¹ Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss vertritt die Meinung, dass Vermittler*innen keine technischen Expert*innen sein müssen, es aber

19 Dieses Beispiel kann auch kritisch beleuchtet werden. Wem wird tatsächlich Zugang zum Museum ermöglicht? Problematiken sind hier zum Beispiel die bestehenden Öffnungszeiten, Kosten einer solchen Führung oder auch der Zugang zu technischen Mitteln. Jedoch wird das Beispiel als eines genannt, bei dem die Digitalisierung den Zugang zum Museum verändert und auf einer anderen Ebene ermöglicht.

20 Die Schnittstelle von Vermittlung und Kommunikation überschneidet sich mit der des Marketings. Diese Schnittstelle wird auch in der Publikation *Zeit für Vermittlung* herausgearbeitet. Dabei werden eher affirmativen Vermittlungsformaten die Verbindung zur Kommunikation im Marketing-Sinne zugesprochen. Aus der Sicht der kritischen Kulturvermittlung kann diese Verbindung daher problematisiert werden. Vgl. IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 15 ff.

21 Schröder / Wiedenhöfer 2020, 103.

wünschenswert wäre, dass solche Formate in Zusammenarbeit mit den Besuchenden entwickelt werden und somit deren technische Vorkenntnisse genutzt werden können. Vermittler*innen verstehen sich einem solchen Konstrukt ebenfalls als Lernende.²² Heike Kramer sprach in einem Interview mit Agnes Will über die Chancen und Herausforderungen der Digitalität für Museen und betonte dabei, wie wichtig die Entwicklung einer erfahrungsbasierten Erneuerungsstrategie durch beispielsweise das Durchführen von Pilotprojekten sei. So sei es möglich, das nötige Wissen, Kompetenzen, Netzwerke und digitale Infrastrukturen aufzubauen. Dazu gehöre der Kompetenzaufbau von Vermittler*innen im Umgang mit mobilen Geräten, digitalen Medien und Themen wie Gamification oder agiles Arbeiten mit Besucher*innen. Nur so könnten innovative Vermittlungsangebote in Institutionen, die sich die Digitalisierung zunutze machen, erarbeitet werden.²³

Beziehung zum analogen Raum

Wie erwähnt, ist die Vermittlung heutzutage weder digital noch analog. Laut Reinwand-Weiss sind in dieser post-digitalen Welt das Analoge und das Digitale nicht mehr voneinander zu trennen.²⁴ In der Kulturvermittlung

22 Reinwand-Weiss 2020, 16.
23 Kramer 2020, 46.
24 Reinwand-Weiss 2020, 15.

werden je nach Format unterschiedliche Bezüge zwischen digitalem und analogem Raum geschaffen. Im Folgenden werden einige Beispiele zur Diversität der Beziehung des analogen und des digitalen Raumes aufgezeigt. Dabei ist jedoch festzuhalten, dass es sich immer um ein Wechselspiel beider Räume, die nicht klar voneinander zu trennen sind, handelt. Anita Thanhofer unterscheidet im digitalen sowie im analogen Raum zwischen medialen und personellen Methoden zur Vermittlung. Bei medialen Methoden werden Daten oder Systeme zur Verfügung gestellt und die Besuchenden können sich selbstständig durchklicken. Personelle Methoden sind hingegen Formate wie Workshops oder Symposien, die auf die Führung durch eine Vermittlungsperson angewiesen sind.²⁵

Eine zurzeit weit verbreitete Form der digitalen Vermittlung sind Videoaufnahmen des analogen Raumes, die digital abgespielt werden können. Beispiele hierfür sind Kurator*innen-Führungen wie die *Instagram-Kuratorenführung mit Boris Magrini* (Abb. 5) vom Haus der elektronischen Künste Basel.²⁶ Bei der Hauser und Wirth-Ausstellung von Jack Whitten (Abb. 6) wird der

25 Thanhofer 2020, Zugriff: 28.02.21.
26 <https://www.hek.ch/programm/events/event/instagram-kuratorenfuehrung-mit-boris-magrini-2.html>, Zugriff: 15.03.2021.

analoge Ausstellungsraum digital nachgebaut.²⁷ Hier kann über Punkte am Boden durch die Ausstellung navigiert und die Werke jeweils von Nahem betrachtet werden. Hybride Formen von Ausstellungen sind solche, die sowohl im analogen als auch im digitalen Raum ihren Platz finden. Ein Beispiel bietet das *Museum of broken Relationships* (Abb. 7), welches zwei Standorte (Zagreb und Los Angeles) hat.²⁸ Hier können private Geschichten, die mit Objekten verbunden sind, virtuell eingefügt werden oder Objekte können analog eingesandt werden. Ein weiteres Beispiel zeigt das *Stadtlabor Digital* (Abb. 8) des Historischen Museums Frankfurt. Hier können Besucher*innen ihre Geschichte zur Stadt Frankfurt digital bereitstellen und werden somit als Expert*innen ihrer eigenen Stadt behandelt. Aus der daraus resultierenden, digital einsehbaren Sammlung werden immer wieder Geschichten herausgesucht und im analogen Museumsraum gezeigt.²⁹ Ein weiteres Beispiel für eine hybride Form, die eine Aktion im realen Raum evozieren will, ist die Reihe *Selber machen* (Abb. 9) vom Kunstmuseum Liechtenstein. Hier wurden Besucher*innen, vor allem Kinder, motiviert, auf der Plattform *Padlet* über Videos, Texte und

27 <https://www.vip-hauserwirth.com/gallery-exhibitions/jack-whitten/>, Zugriff: 15.03.2021.

28 <https://brokenships.com/explore>, Zugriff: 01.04.2021.

29 <https://stadtlabor-digital.de/stadtlabor-digital>, Zugriff: 25.03.2021.

Bilder selber künstlerisch aktiv zu werden.³⁰

Personelle Vermittlungsformate sind zum Beispiel Vorlesungsreihen, wie *Collectives work* (Abb. 10) im Lenbachhaus, die über *Zoom* stattfinden.³¹ Bei Lecture-Performances wie *Störgeräusche. Ein performatives Zoom-Gespräch von hannsjana* (Abb. 11) im Museum für Kommunikation Berlin können Besucher*innen über *Zoom* in einen künstlerischen Dialog treten.³² Online Live-Führungen über *Zoom* wie zum Beispiel *KunstHäppchen: Kunst in Kürze & Kaffee* (Abb. 12) des Museum der Moderne Salzburg sind ebenfalls Beispiele für personelle digitale Vermittlungsformate, die auch medial funktionieren, sobald sie als Aufnahmen auf *YouTube* oder ähnlichen Plattformen abrufbar sind.³³ Online-Workshops wie *Pop-Up Factory – Platzhirsche und Geisterwesen* (Abb. 13) des Museums Brandhorst in München zählen ebenfalls zu solchen personellen Formaten.³⁴

30 <https://www.kunstmuseum.li/index.php?page=39&lan=de>, Zugriff: 15.03.2021.

31 <https://www.lenbachhaus.de/entdecken/kalender/termin/vortragsreihe-2485>, Zugriff: 04.04.2021.

32 <https://www.mfk-berlin.de/stoerge-raeusche/>, Zugriff: 04.04.2021.

33 <https://www.museumdermoderne.at/de/ausstellungen-veranstaltungen/detail/kunsthappchen-kunst-in-kuerze-kaffee-online-1/>, Zugriff: 04.04.2021.

34 <https://www.museum-brandhorst.de/events/online-workshop-pop-up-factory-platzhirsche-und-geisterwesen/>, Zugriff: 10.04.2021.



Abb. 6





Contribute objects



Abb. 7



COLLECTION



COLLECTION

2 Claddagh rings

03/01/2003 - 14/08/2017
Luxembourg City, Luxembourg

14.5 years, 4 countries and 3 rings. I lost the first ring down a drain and he replaced...



If you're interested in using any of our services, please contact us at

8 BRADBURY STREET LONDON N16 8JN
Matrix

FEMINIST DESIGN CO-OPERATIVE
01 - 249 - 7600

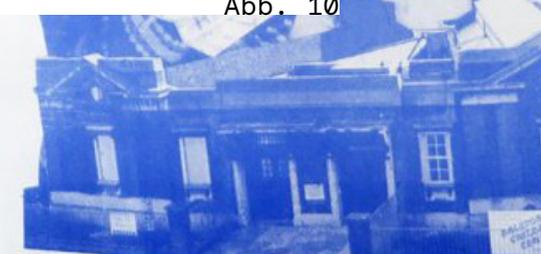


Matrix is a collective of eight feminist women working in architecture. We prioritise work that directly benefits women.

Free Architectural Services for Women's Groups in London



Abb. 10



Zeig mir Dein Frankfurt! Im Stadtlabor erforschen wir gemeinsam mit den Frankfurterinnen und Frankfurtern die Stadt, denn sie sind die Expert/innen für ihre Stadt!

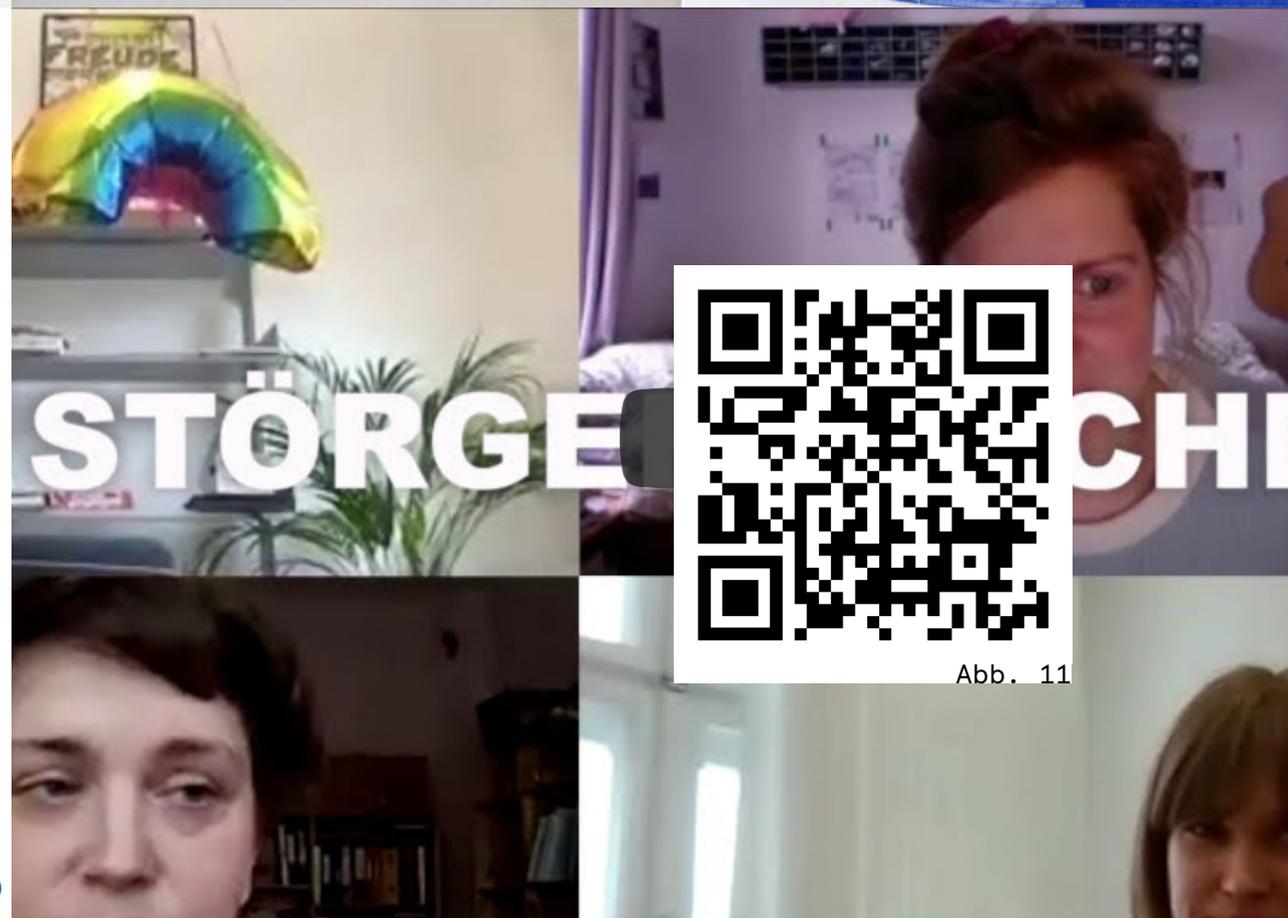
Jetzt mitmachen



Suche..



Abb. 8



STÖRGE...CHE



Abb. 11

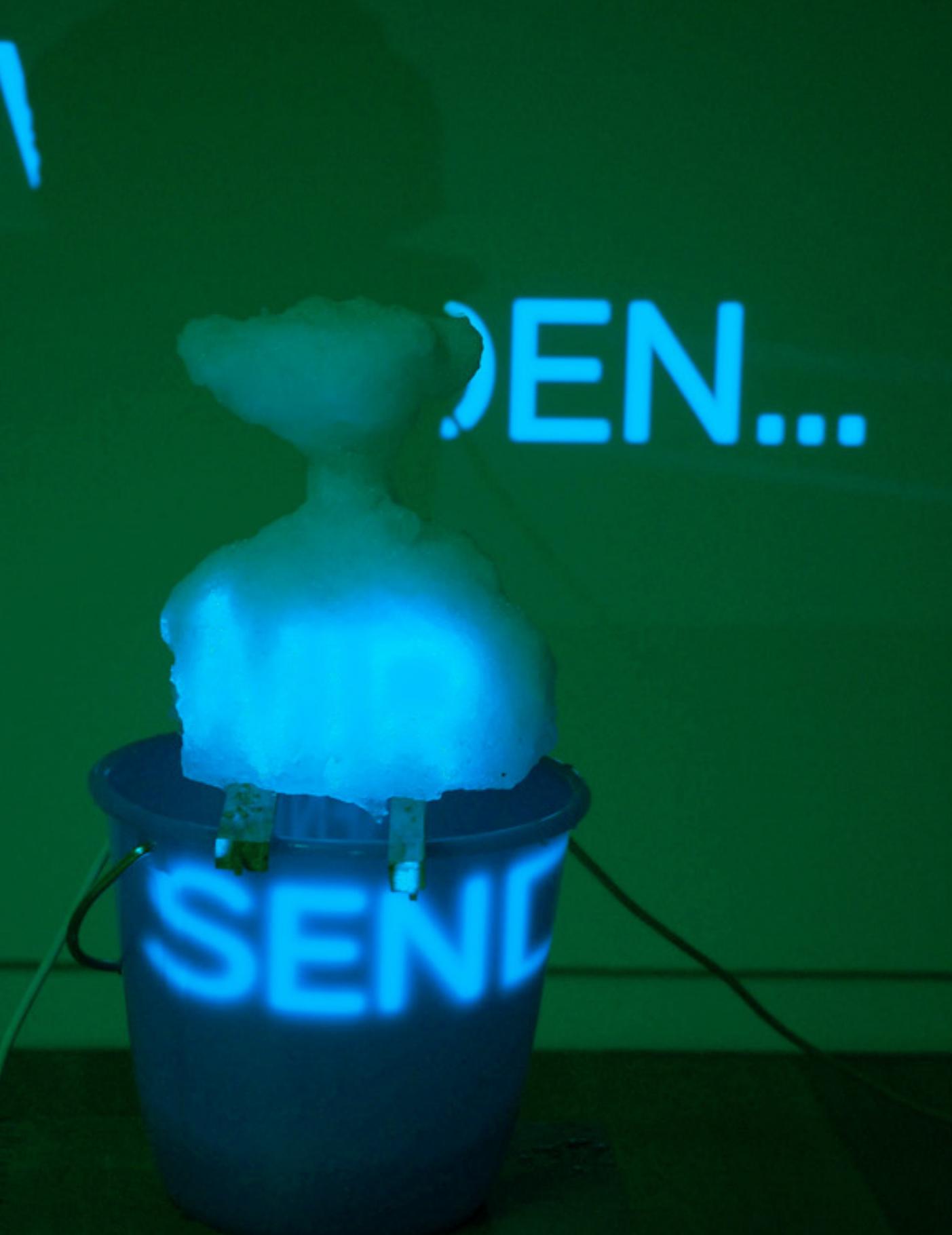


Abb. 9

Mittwoch, 14.4.2021, 15 Uhr

Im digitalen Raum Zoom

KunstHäp & Kaffee

Digitale Kunstausstellung *Physiognomie der Macht. H*

Farocki & F

Schenken! Nachmittagskaffee ein und besuchen S

die Ausstellung.



Abb. 12



Abb. 14



Abb. 13



Abb. 15

Gerade bei personellen Vermittlungsformaten wird oftmals an Formate im analogen Raum angeknüpft und versucht, diese in den digitalen Raum zu übertragen. Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss plädiert in diesem Zusammenhang dafür, dass im Bereich der Weiterbildung kultureller Vermittler*innen nicht an der Stelle aufgehört werden soll, an der Tools digitalisiert werden, die analog gut funktioniert haben. Vielmehr sollen die digitalen Möglichkeiten ausgeschöpft werden, um neue Arten der Partizipation, der kreativen Gestaltung und der Befragung der Welt und sich selbst zu ermöglichen.³⁵

02.02 Digitalität und Institution

Durch die verstärkte Digitalisierung haben sich das Berufsfeld, die Begrifflichkeiten und die Beziehungen zum analogen Raum institutioneller Kulturvermittlung verändert. Im Folgenden werden einzelne Formate entlang der Funktionen von institutioneller Kulturvermittlung (Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion, Reformation und Transformation) von Carmen Mörsch definiert. Dabei werden die einzelnen Diskurse nicht als klar voneinander trennbar betrachtet, da sie sich stets gegenseitig beeinflussen und gleichzeitig vorkommen.³⁶ Entlang der Publikation

³⁵ Reinwand-Weiss 2020, 17.

³⁶ Die vier Diskurse, die Mörsch 2009 in ihrem Text zur Vermittlung auf der Documenta

Zeit für Vermittlung wird nicht von der Wirkung auf Besuchende eingegangen, sondern auf die Funktion innerhalb der Institution.³⁷ Diese Unterteilung verfolgt den Zweck, die jeweilige Funktion der Formate in Bezug zur Institution zu betrachten. Dies soll die Grundlage dafür bieten, nach den Möglichkeiten einer Öffnung der Institution hin zu einer Mehrstimmigkeit und der Rolle, die der Aspekt des Digitalen dabei mit sich bringt, zu fragen. Der Fokus wird auf die Zugänge und Hierarchien des digitalen Raumes gelegt, um in Kapitel *Co-Kreation* zu ermitteln, welche Möglichkeiten der digitale Raum hinsichtlich co-kreativer Ansätze und partizipativer Vermittlungsmethoden bietet.

Affirmation und Reproduktion

Unter einer affirmativen Kulturvermittlung versteht Carmen Mörsch Formate wie Vorträge, Expert*innen-Führungen und Begleitveranstaltungen. Kunst und Kultur gel-

12 definierte, werden in der Onlinepublikation *Zeit für Vermittlung 2012* um die reformative Funktion von Kulturvermittlung ergänzt.

³⁷ IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 112. Als Ergänzung dazu soll angemerkt sein, dass auch nicht von der Wirkung innerhalb der Institution gesprochen werden kann, da es erstmals darum geht, welche Funktion in der Institution angestrebt, jedoch nicht vollumfänglich ausgewertet wird oder werden kann, und ob die gewünschte Wirkung oder Veränderung innerhalb der Institution tatsächlich eintritt.

ten dabei als eine «spezialisierte Domäne», die von autorisierten Fachpersonen vermittelt wird.³⁸ Diese richtet sich an ein fachinteressiertes Publikum³⁹ und nimmt meist einen unidirektionalen, frontalen Charakter ein. Somit sind solche Formate eher exklusiv, generieren oder verstärken Ausschlussmechanismen und bestärken die Deutungs- und Gültigkeitsmacht der Inhalte und der Institution selbst.⁴⁰ Mörsch definiert den reproduktiven Diskurs in der Vermittlung als jenen, bei dem die Vermittlung die Rolle übernimmt, neue Museumsbesucher*innen an das Museum heranzuführen. Dabei wird von Ausstellungsmacher*innen und Museen davon ausgegangen, dass es bezüglich des Zugangs zur Kunst Schwellenängste gibt, die es zu überwinden gilt. Es soll einem möglichst breiten Publikum der Zugang zu den «wertvollen Kulturgütern» ermöglicht werden. Formate hierfür sind typischerweise Workshops für Schulklassen und Lehrpersonen sowie barrierefreie Angebote und Events, die hohe Besucher*innenzahlen versprechen.⁴¹ Da nicht alle Personen gleichermaßen von der Institution angesprochen werden, finden auch

38 Mörsch 2009, 9.

39 Mit dem Begriff des Publikums wird nicht das eine Publikum gemeint, sondern der Begriff ist im Rahmen dieser Arbeit als inklusiv zu denken.

40 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 113.

41 Mörsch 2009, 9 f.

partizipative Formate ihren Platz. Dabei handelt es sich hier oftmals um Überzeugungsarbeit.⁴²

Lineare Formate wie Kurator*innen-Führungen oder *YouTube*-Videos der Sammlungen werden nach der Definition von Mörsch einer affirmativen Kulturvermittlung zugeordnet. Solche Formate werden im institutionellen Rahmen zurzeit vielfach beobachtet, zum Beispiel das Live-Gespräch mit der Künstlerin Mirjam Wirz im Rahmen der Ausstellung *Am nächsten Tag ging die Sonne auf* (Abb. 14).⁴³ Es werden zwar häufig Chatfunktionen zugelassen, diese jedoch nicht in den Diskurs miteinbezogen. Somit bleibt es bei einer linearen Vermittlung, die ausgehend von einer Fachperson an ein bereits interessiertes Publikum gerichtet ist.⁴⁴ Im reproduktiven Diskurs in der Kulturvermittlung finden auch eher diskursive Formate ihren Platz, jedoch geht es dabei immer darum, Nichtbesucher*innen zu akquirieren. Darunter sind im digitalen Rahmen Formate wie Online-Workshops und Plattformen, auf denen Aufgaben erfüllt werden können, oder virtuelle Museumsführungen, bei denen mit der Vermittler*in Kontakt aufgenommen werden kann, zu verstehen. Dazu zählen auch inter-

42 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 114.

43 <https://www.youtube.com/watch?v=i-7el831eks>, Zugriff: 04.04.2021.

44 Thanhofer 2020, Zugriff: 28.02.21.

aktive Formate wie Apps oder Games. Ein aktuelles Beispiel hierfür wäre das *Kunstpicknick digital* (Abb. 15) vom Museum Moderner Kunst Wien (mumok) mit der «Mitmachführung für die ganze Familie».⁴⁵

Chancen für Dekonstruktion, Reformation und Transformation

«Während Partizipation im musealen Kontext selbstverständlich geworden ist, haben es Konzepte, die stärker die Deutungshoheit der Museen infrage stellen, aktuell noch schwer. Dabei bietet das Digitale einen Ort für einen Modellversuch und das Sammeln von Erfahrungen, die in einem nächsten Schritt in das Analoge zurückgeführt werden können.»⁴⁶

Die oben aufgeführten Beispiele und Funktionen der Vermittlung ermöglichen zwar zum Teil eine Partizipation, jedoch werden Hierarchiestrukturen nicht hinterfragt. Entlang der Diskurse der Dekonstruktion, Reformation und Transformation wird eruiert, wo das Potenzial des digitalen Raumes für eine Öffnung der Institution hin zu einer Mehrstimmigkeit und zum Abbau der Deutungshoheit liegen kann.

45 <https://www.mumok.at/de/kunstpicknick-digital>, Zugriff: 04.04.2021.

46 Schwarze 2020, 84.

Bei Mörsch wird der dekonstruktive Diskurs in der Vermittlung als eng mit der kritischen Museologie verstanden. Dabei werden bestehende Formen des Ausstellens mit den Besuchenden kritisch hinterfragt.⁴⁷ Im Fokus steht, die Bildungs- und Kanonisierungsprozesse von Ausstellungen kritisch zu beleuchten. In diesem Zusammenhang werden Formate verfolgt, die die Autorität von Institutionen in Frage stellen, um die Konstruiertheit ihrer Existenz aufzubrechen. Somit wird das im Museum Gezeigte und Vermittelte als eine Stimme unter vielen definiert und hinterfragt.⁴⁸ Besuchende werden beispielsweise angeregt, ihre eigene Geschichte zum musealen Narrativ hinzuzufügen, oder es werden durch Künstler*innen Interventionen geplant. Die Schwierigkeit mit diesem Diskurs liegt darin, dass oftmals eine Kritik formuliert wird, man jedoch nicht über reale Umsetzungen oder Konsequenzen diskutiert.⁴⁹ Die reformative Funktion der Kulturvermittlung, die in der Publikation *Zeit für Vermittlung* zu den von Carmen Mörsch definierten Funktionen hinzugefügt wurde, wird als Einbezug von Erfahrungen, die durch die Kulturvermittlung gemacht wurden, verstanden. Es wird von reformativen Funktionen gesprochen, wenn sich

47 Mörsch 2009, 10.

48 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 115.

49 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 116.

strukturelle Änderungen der Institutionen aus dem Einbezug der Kulturvermittlung ergeben. Problematisch ist dabei, dass die Vermittlung in der Struktur der Institution in elementare Entscheidungsprozesse eingebunden sein sollte, was in vielen Institutionen nicht der Fall ist.⁵⁰ Carmen Mörsch versteht unter einer transformativen Kulturvermittlung eine, die Ausstellungen als gesellschaftliche und politische Akteur*innen positioniert. So werden Ausstellungsorte und Museen als Orte verstanden, die gesellschaftlich veränderbar sind und bleiben sowie mit der Gesellschaft und dem Publikum entstehen. Die Kernaufgabe einer solchen Vermittlung ist es, Hierarchien aufzubrechen, wobei man auf die Zusammenarbeit mit Besuchenden angewiesen ist. Dafür werden unterschiedliche Menschen, die autonom einen Teil der Ausstellung mitgestalten können, hinzugezogen oder ganze Ausstellungen durch das Publikum gestaltet.⁵¹ Die Mitgestaltung unterschiedlicher Öffentlichkeiten mit dem Ziel einer Erweiterung und Veränderung der Institution und der Selbstermächtigung der Besuchenden wird in den Vordergrund gestellt.⁵² Es muss zwischen tatsächlicher Mitsprache und solcher, die zum Zweck der Legitimation und Profilierung von Seiten der

50 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 117.

51 Mörsch 2009, 10.

52 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 118.

Institution geführt wird, unterschieden werden.

Die aktuellen Umwälzungen und die rasante Digitalisierung bringen viele Veränderungen mit sich. Welche Ansätze werden im Digitalen verfolgt, um strukturelle Veränderungen von Hierarchien innerhalb der Institution hervorzubringen? Im Sinne eines gemäss Mörsch dekonstruierenden Ansatzes könnten gerade jetzt mit Kunstschaaffenden und dem Publikum neue Perspektiven geschaffen werden. Digitale Interventionsmöglichkeiten durch Besuchende könnten gewisse Deutungshoheiten herunterbrechen und neue Zugänge bewirken. Ein Beispiel hierfür ist das *Questionnaire* (Abb. 16) der Ausstellung *Critical Zones* vom Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe (ZKM). Hier wird in drei Schritten mit digitalen Besucher*innen die Frage, wohin die Pandemie führt, angegangen. Dabei wird ein Fragebogen ausgefüllt, der zur Formation von Online-Kontaktgruppen und danach zu Live-Treffen führt. Die Antworten der Besucher*innen bestimmen dann die Themen der Kontaktgruppen. Damit wird eine Ergänzung zur Ausstellung *Critical Zones* geschaffen, die weitere Stimmen im Kontext der Ausstellung ermöglicht.⁵³ Das Format *Code for Culture* (Abb. 17), welches in Baden-Württemberg stattfand, integrierte

53 <https://critical-zones.zkm.de/#!/de-tail:questionnaire>, Zugriff: 17.02.2021.

Where to land after the pandemic?



Abb. 16

[Click here to tell us.](#)



unter anderem Ansätze des reformativen Diskurses. Verschiedene Institutionen aus der Region stellten Daten zur Verfügung, die durch unterschiedliche Personen wie Studierende und Fachpersonen bearbeitet werden konnten.⁵⁴ Die Kunsthalle Karlsruhe zum Beispiel wählte den Ansatz, auf die Expertise der Gruppe zu setzen und diese zu unterstützen, anstatt ein eigenes Konzept durchzusetzen. Daraus entstand ein Spiel, welches durch das Geschichtenerzählen einen persönlichen Zugang zum Werk *Versuchung des Heiligen Antonius* aus der Sammlung der Kunsthalle Karlsruhe schafft.⁵⁵ Inwiefern dieses Format jedoch wirklich eine strukturelle Veränderung innerhalb der jeweiligen Institution mit sich bringt, kann an dieser Stelle nicht beurteilt werden. Es kann aber argumentiert werden, dass *Code for Culture* die Möglichkeit bietet, neue Ansätze und technische Möglichkeiten zu erlernen und in die Entwicklung einer neuen digitalen Strategie strukturell in die Institution zu integrieren. Inwiefern die teilnehmenden Institutionen strukturell für das Integrieren von Ansätzen von Besucher*innen offen sind, ist nicht klar.⁵⁶ Auf der transformativen Ebene finden sich diesbezügliche Aspekte zum Bei-

54 Schwarze 2020, 82 f.

55 <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/alle-meldungen/meldung/pid/code-for-culture-spiel-kultur-trifft-kulturspiel/>, Zugriff: 27.04.2021.

56 Im Beispiel der Kunsthalle Karlsruhe sollte das Spiel in dem Museum integriert

spiel im Format *Coding Da Vinci* (Abb. 18). Der Kultur-Hackaton, der 2021 in Schleswig-Holstein stattfindet, verbindet ähnlich wie *Code for Culture* Kulturinstitutionen mit kultur- und technikaffinem Publikum. Durch die Zurverfügungstellung von offenen Kulturdaten können Institutionen mit den Partizipierenden in Dialog treten.⁵⁷ Dieses Format setzt die Bereitschaft voraus, die eigene institutionelle Deutungshoheit aufzubrechen und eine erweiterte Perspektive auf die musealen Daten zu ermöglichen.

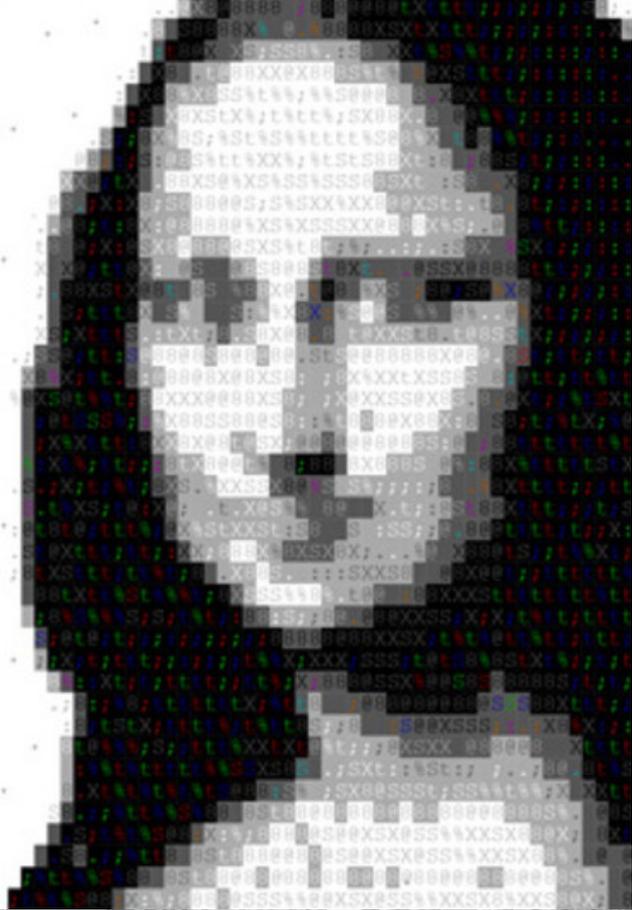
Es kann also festgehalten werden, dass der digitale Raum im Bereich der Kulturvermittlung eine grosse Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten bietet. Diese reichen vom Reproduzieren des analogen Raumes im Digitalen bis zu innovativen digitalen Vermittlungsstrategien, die neue Formen der Partizipation ermöglichen. Im folgenden Kapitel sollen mit dem Fokus auf Partizipation als Weg zum Abbau von Macht- und Hierarchiestrukturen sowie Ausschlussmechanismen die spezifischen Möglichkeiten des digitalen Raumes für eine Partizipation in diesem Sinne und die damit verbundenen neuen Hierarchien beleuchtet werden.

werden, jedoch wurde dies wegen mangelnden technischen Mitteln nicht durchgeführt.

57 <https://codingdavinci.de/de/events/schleswig-holstein-2021>, Zugriff: 17.02.2021.



Abb. 17



Now in Rijksstudio

Browse 719,059 works of art and 591,012 Rijksstudios

Show new sets



Ferdinand Bol
RIJKS MUSEUM



Desk

Abraham R

On display in room 1.9

Abb. 19



My first collection

Mai
April 27 2021 - 40 works



Abb. 18

{ CODING } { DA VINCI }

...ing da Vinci, dem ersten deutschen
...hon für offene Kulturdaten, entfalten
...ive Anwendungen das kreative
...al in unserem digitalen Kulturerbe.



Abb. 20

Im Weiteren sollen Aspekte einer gemäss Mörsch definierten transformativen⁵⁸ Vermittlungspraxis im Vordergrund stehen. Spezifisch wird als Beispiel die Methode Co-Kreation, die sich als Form der Partizipation versteht, als Instrument im digitalen Raum zur Erlangung der Mehrstimmigkeit und der Integration von unterschiedlichen Öffentlichkeiten untersucht. Problematisch dabei ist die Frage der Messbarkeit einer solchen Transformation, da sie im Moment des Geschehens noch nicht beurteilbar ist. Es ist somit nicht abschliessend bestimmbar, ob die Methoden tatsächlich eine strukturelle Transformation der Institution mit sich bringen, jedoch sollen Ansätze analysiert werden, die die museale Deutungshoheit durch die Einführung einer Mehrstimmigkeit und das Öffnen der Entscheidungsprozesse anstreben.

58 Im Sinne des transformativen Diskurses wird zwischen der vermittlerischen und der kuratorischen Arbeit keine hierarchische Unterscheidung getroffen und anerkannt, dass diese beiden Felder verknüpft sind. Wenn im Anschluss von Vermittlung gesprochen wird, ist dies stets als «mit der Kuratation verwoben» gedacht. Da im institutionellen Kontext Vermittlung und Kuratation häufig getrennt werden, wird zusammengefasst von Vermittlung gesprochen.

02.03 Partizipation und Hierarchien im digitalen Raum

Um auf die Co-Kreation als partizipative Methode einzugehen und diese im digitalen Raum zu betrachten, werden vorab Möglichkeiten der Partizipation und deren Grenzen und Hierarchien erörtert. Franziska Dürr, Leiterin von *Kuverum*, sprach im Interview mit Geneviève Hertzog von Kulturvermittlung Schweiz über die Chancen, durch den digitalen Raum neue Zugänge zu Museen zu schaffen. Dabei argumentierte Dürr, dass online eine Hemmschwelle wegfallen und somit auch «Museumsfernen»⁵⁹ ein Zugang zum Museum gewährt werden könne. Das Museum solle durch die Erkenntnisse der Digitalisierung zu einem offenen Ort werden, an den unterschiedliche Personen ihre Perspektive einbringen können, beispielsweise durch das Erzählen einer eigenen Geschichte zu den Museumsobjekten.⁶⁰ Dieser Ansatz ist im Zusammenhang mit dem Abbauen von Ausschlussmechanismen zu kritisieren, da dabei die Digitalisierung dazu genutzt wird, neue Museumsbesucher*innen zu akquirieren.

59 Dieser Begriff aus dem Interview wird in Anführungszeichen gesetzt, da er der Haltung der Autorin widerspricht und eine solche Bezeichnung Ausschlussmechanismen reproduziert. Bevorzugt wären Begriffe wie Nichtbesucher*innen.
60 Von Däniken 2020, Zugriff: 28.02.21.

Eine digitale Vermittlungspraxis wird nicht als Legitimationsstrategie einer Institution in der Krise verstanden, die Ausschlussmechanismen trotz partizipativer Formate reproduziert, sondern als Mittel, um Menschen und Communities eine Plattform zu bieten, um sich am kulturellen Geschehen zu beteiligen, bestehende Repräsentationen zu hinterfragen und somit das Museum zu einem pluralistischen Ort, der nicht nur einen bestimmten privilegierten Teil der Gesellschaft abbildet, zu machen. Kai-Uwe Hugger schreibt dem Internet im Vergleich zu anderen Massenmedien erweiterte Partizipationsmöglichkeiten zu. Er verweist mit Bezug auf Henry Jenkins darauf, dass sich durch das Internet eine Kultur der Partizipation entwickelt habe, die durch digitale Medien ermöglicht wurde, indem sie sich von früheren Massenmedien und der Form der passiven Rezeption unterscheiden. Trotz diverser Kommentar- und Mitmachfunktionen habe sich jedoch in den letzten Jahren eine Ernüchterung über die tatsächlichen und nachhaltigen Einschnitte der Teilnahmemöglichkeiten in der Gesellschaft breitgemacht. Als Beispiel nennt er den antizipierten Einfluss der digitalen Medien auf die Ereignisse des Arabischen Frühlings. Hier verweist er darauf, dass die digitalen Medien zwar junge Leute mobilisiert hätten, jedoch die Revolution ausblieb. Auf der anderen Seite werde oftmals im Zusammenhang mit E-Partizipation zu schnell von einer Pseudo-Partizipation gesprochen. Es sei jedoch nicht zu unterschätzen,

welche tatsächliche Teilhabe die weit verbreiteten Partizipationsmöglichkeiten des Internets gerade für jüngere Generationen offenhalte.⁶¹ Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss spricht ebenfalls das ambivalente Verhältnis von Digitalität, Partizipation und Hierarchien an. So würden digitale Formate auf der einen Seite Hierarchiestrukturen verändern und neue Formen der Zugänglichkeit erhöhen, auf der anderen Seite neue Abhängigkeiten und Machtstrukturen erschaffen. Als Beispiel hierfür nennt sie die unzähligen Möglichkeiten des Zugangs zu Informationen sowie zur Kommunikation und die gleichzeitige Unmöglichkeit, seine privaten Daten vollständig zu schützen.⁶² Tabea Schwarze stellt die Frage, welche Barrieren, die durch Digitalisierung abgebaut werden, im Museum vorhanden seien. Eine Barriere, die nach Schwarze abgebaut würde, sei die des Besuches vor Ort. So können Nichtbesucher*innen durch die Dezentralisierung, die durch das Digitale ermöglicht wird, zu digitalen Besucher*innen werden.⁶³ Zudem kann argumentiert werden, dass der von Schwarze aufgeführte Grund für einen Nichtbesuch im Museum, nämlich die bestehenden Öffnungszeiten, die sich häufig mit den Arbeitszeiten der Besuchenden überschneiden, durch mediale digitale Angebote

61 Hugger 2020, 19.

62 Reinwand-Weiss 2020, 14.

63 Schwarze 2020, 85.

abgebaut werden können.⁶⁴ Ferner sind zurzeit noch viele Onlineangebote umsonst, wodurch die monetäre Barriere ebenfalls wegfällt.⁶⁵

Felix Stalder behandelt in seinem 2016 erschienenen Buch *Kultur der Digitalität* die Entwicklung der digitalen Kultur. Er erkennt im Ausbau des Internets um die Jahrtausendwende einen Wandel vieler kultureller Praktiken und das Entstehen einer neuen kulturellen Umwelt. Diese durch die Digitalität geprägte kulturelle Umwelt sei auf vielen Ebenen sehr verstrickt und die künftigen Auswirkungen seien nicht vollumfänglich definierbar.⁶⁶ Er hebt drei formale Eigenheiten, die diese Umwelt prägen, hervor. Diese sind erstens die Referenzialität, zweitens die Gemeinschaftlichkeit und drittens die Algorithmizität.⁶⁷ Diese drei Formen der Digitalität werden nun aufgegliedert, um die partizipativen und die hierarchischen Mechanismen des Digitalen hervorzuheben. Die erste von Stalder genannte kulturelle Form des Digitalen ist die Referenzialität. Damit meint er das Verwenden von mit Bedeutung

64 Schwarze 2020, 84.

65 Wie sich dieser Aspekt in Zukunft entwickeln wird, ist abzuwarten. Es ist anzunehmen, dass das Digitale zunehmend an Wert gewinnen und die monetäre Entschädigung gegenüber den Dienstleister*innen steigen wird.

66 Stalder 2016, 171.

67 Stalder 2016, 172 f.

versehenem Material, um Bedeutung zu schaffen. Dies geschehe über die Methode des Referenzierens.⁶⁸ Dabei gehe es nicht um eine Kopie, sondern darum, neues Authentisches mit Bezug auf bereits Bestehendes zu schaffen. Dies erfolge mittels der technischen Möglichkeiten der Digitalisierung, da dadurch neue Formen der Zugänglichkeit zu dem verwendeten Material geschaffen würden.⁶⁹ Diese Zugänglichkeit basiere auf drei Ebenen, und zwar ökonomisch-organisatorisch (im Sinne von preiswert zugänglich), kulturell (im Sinne von zur Weiterverarbeitung rechtlich zugelassen) und materiell (im Sinne der Möglichkeit, das Material zu nutzen und zu verändern).⁷⁰ Durch diese Referenzialität könnten sich einzelne Personen in kulturelle Prozesse einschreiben, zu Produzent*innen werden und an kollektiven Verhandlungen teilnehmen.⁷¹ Dabei verändere sich der Kontext und der Akt, Bedeutung zu schenken und Aufmerksamkeit zu lenken. Anders als im Museum, wo Objekte in einem spezifischen Kontext präsentiert werden, würde diese Kontextschaffung durch die Digitalisierung zur Alltagsanforderung einer breiten Masse der Gesellschaft. Somit würde das in Kontext Setzen und Referenzieren zu einem Akt, der nicht mehr das Privileg einer Institution ist, sondern zu einem Netz, welches

68 Stalder 2016, 174.

69 Stalder 2016, 176.

70 Stalder 2016, 179 f.

71 Stalder 2016, 172.

Nutzer*innen aktiv mitgestalten.⁷² Als Beispiel hierzu hat das Rijksmuseum Amsterdam die *Rijksstudios* (Abb. 19) initiiert. Auf der Homepage wurden mehr als 200 000 Bilder der Sammlung digital in hoher Auflösung zugänglich gemacht. Besuchende können nun eigene Sammlungen zusammenstellen und diese teilen.⁷³

Als Zweites nennt Stalder den Aspekt der Gemeinschaftlichkeit.⁷⁴ Er bezieht sich auf die Definition von Gemeinschaft, die sich auf den angloamerikanischen, von Jean Lave und Étienne Wenger eingeführten Diskurs der *Community of Practice* bezieht. Dabei würde Lernen als ein Prozess des Austausches verschiedener Positionen mit unterschiedlichem Wissensniveau verstanden.⁷⁵ Die Ausgangslage für den Aspekt der Gemeinschaftlichkeit sei der Neoliberalismus und der damit verbundene Individualitätsgedanke. Im Konstrukt der Gemeinschaftlichkeit sei jede Person frei und könne zum gewünschten Thema freiwillig in Kommunikation mit der digitalen Gemeinschaft treten. Kulturgüter würden anders kommuniziert und mehr auf das Individuum bezogen. Diese Informalität des Digitalen führe dazu, dass sich

72 Stalder 2016, 206 f.

73 Stalder 2016, 218.

<https://www.rijksmuseum.nl/en/rijksstudio?ii=0&p=0&from=2021-04-27T09%3A36%3A49.2180429Z>, Zugriff: 27.04.2021.

74 Stalder 2016, 225.

75 Stalder 2016, 234.

Nutzende keinen gesellschaftlichen Regeln beugen müssen und eine Autonomie innerhalb der Gemeinschaft geschaffen werde.⁷⁶ Jedoch sei das Problem, dass dies wiederum zu Benachteiligung und Diskriminierung führe. Als Beispiel nennt Stalder, dass in den USA zwar etwa 27 Prozent aller Stellen, die etwas mit Informatik zu tun haben, von Frauen besetzt seien, jedoch im Bereich der freien Software der Anteil an Frauen sehr niedrig sei. So liege der Anteil an Frauen, die bei Wikipedia Texte bearbeiten, bei rund zehn Prozent. Der Grund dafür sei der verbreitete Sexismus in diesem Bereich.⁷⁷

«Die Folgen solch weitverbreiteter, informeller und schwer zu fassender Diskriminierung sind nicht nur, dass bestimmte Werte oder Vorurteile der gemeinsamen Kultur in die Produkte einfließen und andere Sichtweisen und Wissensgebiete ausgeschlossen bleiben.»⁷⁸

Es sei allen freigestellt, sich in einen gewissen Kontext oder Diskurs zu bewegen. Wenn man die Parameter, unter denen dies geschieht, jedoch nicht akzeptiert, bleibe man aussen vor. Somit werde also eine erhöhte Partizipationsmöglichkeit geschaffen, jedoch nur unter gewissen Bedingungen. Hier liessen sich die

76 Stalder 2016, 227 f.

77 Stalder 2016, 273 f.

78 Stalder 2016, 274.

Hierarchie- und die Machtstrukturen des Digitalen erkennen. Die Gemeinschaftlichkeit funktioniere mit den Aspekten des Freiwilligen und des Eigeninteresses und Nutzer*innen, die mehr beitragen, würden als mächtiger eingestuft. Einerseits sei somit ein Nutzen für die Gemeinschaft als Hintergedanken vorhanden, andererseits führe dies zu neuen Hierarchien.⁷⁹

Die dritte Form der Digitalität ist nach Stalder die Algorithmizität.⁸⁰ Stalder definiert Algorithmen als Handlungsanleitungen, die vordefinierte Probleme lösen.⁸¹ Dabei würden sich Algorithmen von definierten Formeln zu dynamischen Formen verwandeln, die auf verschiedene Kontexte reagieren können.⁸² Algorithmische Prozesse sortieren die Inhalte vor, damit diese von Einzelnen erfasst und von Gruppen beurteilt und mit Bedeutung versehen werden können. Algorithmen sind gemäss Stalder die Hierarchie des Internets, welches in erster Linie über quantitative Auswertungen funktioniert. Was also öfter benutzt oder angeschaut wird, sei in dem Sinne in der Hierarchie weiter oben.⁸³ Hier ist laut Stalder die Hierarchie des Internets besonders stark sichtbar, denn nur Inhalte, die entlang der Richtlinien der bestimmten

Suchmaschine indexiert werden, seien auch auffindbar. Somit würde man seine Inhalte entweder den Sortierungs- und Filterfunktionen unterwerfen oder in Kauf nehmen, dass diese nicht angezeigt werden. Diese «Freiwilligkeit» sei Sinnbild für die Netzwerkmacht.⁸⁴ Ebenfalls werde bei Algorithmen mit Begriffen wie Effizienz und Relevanz argumentiert. Stalder wirft die Frage auf, wer diese definiere.⁸⁵ Es muss also beachtet werden, dass Algorithmen programmiert werden. Zudem muss man sich fragen, welches Ziel beim Algorithmus verfolgt wird. Geht es um das Anzeigen der bestmöglichen Resultate oder wird finanzieller bzw. politischer Eigennutzen verfolgt? Im Hinblick auf diese Hierarchien ergibt sich auch die Frage nach dem Zugang. Zwar werden digital diverse Inhalte zugänglich gemacht, jedoch bedeutet das nicht automatisch, dass die Zugänge genutzt werden können, also Nutzer*innen des Internets diese Informationen auch finden.

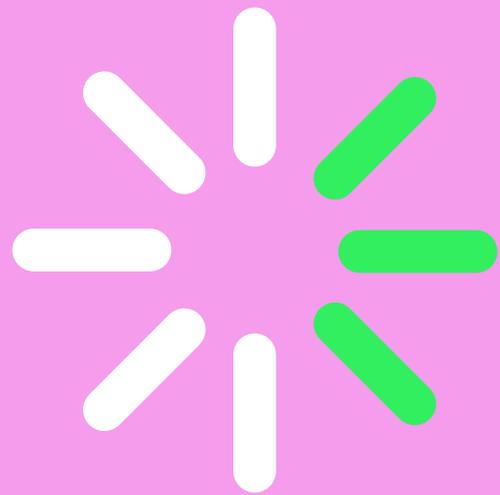
«Es kann also festgehalten werden, dass der digitale Raum zahlreiche Möglichkeiten bereithält, um Partizipation, Interaktion, Co-Creation und kulturelle Teilhabe zu ermöglichen. Es liegt an den Kulturvermittler*innen, Formate dahingehend zu entwickeln. Impulse dazu gibt es.»⁸⁶

79 Stalder 2016, 281.
80 Stalder 2016, 282.
81 Stalder 2016, 288 ff.
82 Stalder 2016, 302.
83 Stalder 2016, 314.

84 Stalder 2016, 330.
85 Stalder 2016, 331.
86 Thanhofer 2020, Zugriff: 10.01.2021.

Der digitale Raum bietet diverse Zugänge, aber auch Hierarchien. Einerseits eröffnet er eine Bandbreite an partizipatorischen Möglichkeiten, andererseits werden die Strukturen und Hierarchien des Digitalen nicht mitreflektiert, werden Ausschlüsse generiert oder Machtstrukturen im Digitalen reproduziert. Der digitale Raum ist somit nicht per se partizipativ. Erst der Umgang und die verwendeten Methoden können sich dieses partizipative und co-kreative Potenzial der Digitalität zunutze machen. Jedoch ist auch dies mit Vorsicht zu genießen, denn partizipative Formate werden auch zur Legitimation der Institution verwendet, wodurch keine Partizipation im Sinne einer mehrstimmigen, pluralistischen Institution entsteht. Im Folgenden soll zuerst die digitale Co-Kreation als eine partizipative Methode vorgestellt werden. Dabei wird die These verfolgt, dass der Einsatz der Co-Kreation als Methode in der Plattform des Digitalen zum Abbau musealer Machtstrukturen führt. Somit wird diese in Anlehnung an eine kritische Kulturvermittlung verstanden, die nach Nora Landkammer danach fragt, welches Wissen als relevant eingestuft wird und durch die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Öffentlichkeiten versucht, die Grenzen des Museums aufzubrechen.⁸⁷ Diese These wird im Anschluss anhand von drei Fallbeispielen für Co-Kreation geprüft und in die Praxis übertragen.

87 Landkammer 2012, 199.



Co-Kreation

Das folgende Kapitel wendet sich der Methode und dem Konzept respektive den Konzepten der Co-Kreation zu. Digitale Co-Kreation wird als partizipative Methode, die das Einbeziehen von mehreren Stimmen ins Museum und das Abbauen der musealen Deutungshoheit ermöglicht, untersucht. Gleichzeitig wird die Methode vor dem Hintergrund digitaler Machtstrukturen und dem Aspekt der Legitimierung der Institution durch partizipative Formate kritisch betrachtet. Co-Kreation wendet sich dem Publikum, den Künstler*innen sowie Nicht-Museumsfachpersonal zu und gibt ihnen die Plattform, das Museum als Ort aktiv mitzugestalten und nicht passiv zu rezipieren. Damit reiht sich die Co-Kreation in eine Reihe von partizipativen Entwicklungen in der musealen Landschaft der letzten Jahrzehnte ein. Seit den 1970er Jahren gewann im Rahmen der *New Museology-Bewegung* die Hinwendung des Museums zur Gesellschaft an Bedeutung, was auch die Strukturen des Museums betraf.⁸⁸ Audience Development wurde im Laufe der 2010er Jahre in Kulturinstitutionen immer beliebter. Fokussiert wurden dabei das Vergrössern der Besucherzahlen und die Legitimierung der Institution. Der Rückgang des Stammpublikums und die zunehmende Digitalisierung führten dazu, dass museale Inhalte über partizipative Methoden zugänglicher gemacht werden sollten und der Bezug zu den jeweiligen

88 Karow 2019, Zugriff: 26.04.2021.

Lebensrealitäten der rezipierenden Personen erstellt werden sollte.⁸⁹ Anja Piontek begründet den Wandel Richtung Partizipation mit der schwindenden Relevanz der Institution⁹⁰ und der fehlenden Möglichkeiten, eigene Lebenswelten, Eigeninitiativen und soziale Interaktion zu erfahren. An dieser Stelle werde mit Partizipation versucht, die Institution wieder attraktiver zu machen und den Besuchenden eine Selbstrepräsentation bis hin zur Emanzipation zu ermöglichen.⁹¹ Partizipative Formate funktionieren aber oftmals als Schein-Partizipation, da marginalisierte Gruppen zum Beispiel nur zur Legitimation der Institution zur Partizipation eingeladen werden. Dabei müssen die Teilnehmenden, so Kritiker*innen, immer noch nach den Regeln der Institution agieren, womit keine reale Selbstermächtigung möglich sei. Es wurden dabei zunehmend digitale Formate entwickelt, die die Zugänglichkeit zu kulturellen Inhalten und den Institutionen erleichtern sowie den Zugang für ein vielfältiges Publikum ermöglichen sollen. Im Vorwort zu *Das partizipative Museum* beschreiben Susanne Gesser, Angela Jannelli, Martin Handschin und Sibylle Lichtensteiger einen Zusammenhang zwischen der Forderung nach

89 Schwarze 2020, 75 f.

90 Dabei bezieht sie sich auf Schätzungen des Statistischen Bundesamtes, die einen Rückgang des Stammpublikums von 5-10 Prozent auf lediglich 1,5 Prozent belegen. Vgl. Piontek 2018, Zugriff: 22.04.2021.

91 Piontek 2018, Zugriff: 22.04.2021.

Partizipation und dem Bezug zu gegenwärtigen Themen im Museum. Partizipation solle nicht nur neue Besucher*innen ins Museum holen, sondern auch die Relevanz der Institution in der Gesellschaft stärken und vor allem marginalisierten Gruppen zu mehr Inklusion verhelfen. Durch die Zuwendung zu gegenwärtigen Themen werde dieser Bezug hergestellt.⁹² Nina Simon ist ebenfalls Verfechterin der Partizipation als Ansatz und argumentiert, dass der Wunsch nach Mitsprache und Mitgestaltung im Internet und in Social Media zu finden sei. Durch die unzähligen Möglichkeiten an Partizipation, die von den sozialen Netzwerken hervorgebracht würden, sei die Erwartung des Publikums, auch bei kulturellen Institutionen mitzureden und diese aktiv mitzugestalten, gestiegen.⁹³ Dabei setzten solche Projekte seit einigen Jahren im digitalen Raum vermehrt auf «User Generated Content», also auf vom Publikum erstellte Inhalte, und nutzen das Internet als Kommunikations- und Produktionsplattform.⁹⁴ Co-Kreation als Methode soll vor dem Hintergrund dieser Anforderungen und Veränderungen im Museum im Folgenden betrachtet werden. Untersucht wird, welche transformativen Potenziale dies mit sich bringt.

92 Gesser / Handschin / Jannel-
li / Lichtensteiger 2012, 10.

93 Simon 2012, 95 f.

94 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 88.

Das nächste Kapitel wird in drei Teile gegliedert. Im Glossar im ersten Teil wird der Begriff Co-Kreation in Abgrenzung zu den verwandten Begriffen definiert. Insbesondere werden die Begriffe Partizipation, Kollaboration und Co-Kreation behandelt. Im zweiten Teil geht es um die Methode der Co-Kreation im digitalen Raum. Der dritte Teil dieses Kapitels hinterfragt, wie digitale Co-Kreation als Methode eine transformative Funktion im Museum einnehmen kann und auf welchen Ebenen dies wie geschieht. Wie erwähnt, können die transformativen Veränderungen nicht abschliessend bewertet werden. Es gilt, herauszufiltern, welche Möglichkeiten und Hürden beim Einsatz dieser Methode zum Erreichen einer mehrstimmigen und hierarchiearmen Institution ausgearbeitet werden. Im darauffolgenden Kapitel soll dann anhand von drei Beispielen konkret analysiert werden, wie diese Methode in der institutionellen Realität eingesetzt wird.

03.01 Glossar

Partizipation

Unter dem Begriff der Partizipation werden Besucher*innen nicht als Konsument*innen verstanden, sondern als Expert*innen, die ihre Erfahrungen, Meinungen und Ansichten ins Museum tragen.⁹⁵ Dabei werden die Themen, die im Museum behandelt werden, mit ihnen zusammen verhandelt. Nina Simon versteht Partizipation in ihrem Buch *The participatory Museum* als Überbegriff für unterschiedliche Formen von Besucher*innen orientiertem Ausstellen. Dabei unterscheidet sie zwischen mitwirkenden Projekten (contributory projects), kollaborativen Projekten (collaborative projects) und co-kreativen Projekten (co-creative projects).⁹⁶ Gesa Krebber definiert Partizipation entlang der Fragen der Mitgestaltung und der demokratischen Formen der Mitarbeit. Sie versteht, anders als Simon, den Begriff der Kollaboration als umfassenden Begriff, der über das Konzept der Partizipation hinausgeht und komplexere Formen des Zusammenarbeitens beinhaltet.⁹⁷ Anja Piontek versteht Partizipation als «intentionale und unmittelbare

Kontaktsituationen und Austauschprozesse». Charakteristisch seien dabei die Freiwilligkeit auf beiden Seiten und die Orientierung am Prozess zum Erschaffen von offenen Handlungsräumen. Hier sieht sie auch den klaren Unterschied zu interaktiven Angeboten, die keine echte Veränderung bewirken würden. Obwohl auch in partizipativen Formaten grundsätzlich ein asymmetrisches Hierarchieverhältnis herrsche, werde dies im Idealfall mitreflektiert und die Partizipierenden würden als reale Akteur*innen begriffen. Durch diese selbstreflexive Haltung wird die Deutungshoheit des Museums zum Teil abgegeben. Laut Piontek handelt es sich um eine Idealvorstellung der Partizipation, die je nach Institution, Thema und Akteur*innen anders funktioniert. Als Paradoxon der Partizipation nennt Piontek die Tatsache, dass der Einschluss gewisser Personen immer einen Ausschluss anderer mit sich bringe.⁹⁸ In *Zeit für Vermittlung* wird von Partizipation gesprochen, wenn das Handlungsangebot von den Vermittler*innen vorgegeben wird, die Partizipierenden innerhalb dieses Rahmens jedoch die Freiheit haben, die Inhalte umzuarbeiten, anzupassen und selbst die Handlungsregeln umzuformen.⁹⁹

95 Gesser / Handschin / Jannel-
li / Lichtensteiger 2012, 11.

96 Simon 2010, Zugriff: 27.01.2021.

97 Krebber 2020, 54.

98 Piontek 2017, 383.

99 IAE Zürcher Hochschule der Kün-
ste / Pro Helvetia 2012, 88.

Kollaboration

Im kulturellen Sektor wird damit die digitale und analoge Zusammenarbeit, Vernetzung und Mitarbeit gemeint. Gesa Krebber versteht Kollaboration als den Überbegriff für Kooperation, Kollektivität und Partizipation, also für verschiedene Formen der Zusammenarbeit. Kollaboration wird von Krebber demnach als umfassender Begriff, der auch die Partizipation miteinschliesst, verstanden. Kollaboration fragt laut Krebber nach der umfassenden Gestaltung eines Verfahrens, welches bei der Partizipation als Parameter vorgesetzt wird.¹⁰⁰ Während unter dem Begriff der Kollaboration der Fokus auf dem Arbeiten miteinander liegt, wird bei der Partizipation das Beteiligtsein hervorgehoben.¹⁰¹ Auch Maria Lind versteht Kollaboration als eine Art Überbegriff für verschiedene Formen und Methoden der Arbeit, die mehr als eine Person benötigen.¹⁰² In *Zeit für Vermittlung* wird hervorgehoben, dass in Kollaborationen die Thematik und die Methoden eines jeweiligen Projektes in Zusammenarbeit mit den Teilnehmenden erarbeitet werden.¹⁰³ Für Nina Simon sind Besucher*innen in Kollaborationen, wörtlich «collaborative projects»,

als aktive Partner*innen in der Kreation der Ausstellungen zu verstehen.¹⁰⁴ Dabei wird das Projekt aber letztendlich durch die Institution konzipiert, geleitet und kontrolliert.

Co-Kreation

Der Begriff Co-Kreation stammt ursprünglich aus der Betriebswirtschaftslehre und wird als das «Einbeziehen von Kundenwünschen und -vorstellungen in den Produktionsprozess» definiert.¹⁰⁵ Im Kontext des Museums existiert ein breites Spektrum an Definitionen für Co-Kreation sowohl im analogen als auch im digitalen Raum. Diese reichen von der Co-Kreation der Gestaltung über den User Generated Content in Sozialen Medien bis hin zur Generierung von neuem Wissen über die Sammlungen im Museum.¹⁰⁶ Nina Simon definiert Projekte mit einem co-kreativen Ansatz als solche, bei denen Mitglieder einer Community¹⁰⁷ von Beginn an mit Mitarbeitenden einer Institution zusammenarbeiten und gemeinsam Ziele und Programme erarbeiten.¹⁰⁸ Dabei basieren solche Ausstellungen auf den Bedürfnissen der Community selbst. Bei solchen Projekten werden die Ziele

100 Krebber 2020, 50.

101 Krebber 2020, 54.

102 Lind 2009, Zugriff: 26.4.2021.

103 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 89.

104 Simon 2010: Zugriff: 27.01.2021.

105 Markgraf 2018, Zugriff: 26.4.2021.

106 Schmidt 2020, 53.

107 Damit ist die Arbeit mit unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen gemeint.

108 Simon 2010, Zugriff: 27.01.2021.

der Institution hinter die der Beteiligten gestellt. Die daraus entstehenden Projekte sind «co-owned»¹⁰⁹ von der Institution und den Partizipierenden gleichermaßen. Die Co-Kreation wird als Methode im Zusammenhang mit partizipativen und kollaborativen Ansätzen als Öffnung der Institution und das Einbeziehen unterschiedlichster Personen in die Konzeption und Produktion von Ausstellungen und einzelnen Teilbereichen davon verstanden.¹¹⁰

Kooperation

Die Definitionen der Begriffe Kooperation und Kollaboration sind nahe beieinander und weisen einige Unschärfen und Überschneidungen auf.¹¹¹ Kooperation unterscheidet sich von Kollaboration insofern, als dabei unterschiedliche Parteien zusammenkommen und arbeitsteilig arbeiten, um ein gemeinsames Problem zu lösen. Somit machen zwei verschiedene Parteien etwas zusammen. Kollaboration hingegen wird als gemeinschaftliches Zusammenarbeiten definiert, wobei sich Subjekte in einen Austausch begeben, der sie verändert. Sie gehen

109 Hier wird der englische Begriff verwendet, da die deutsche Übersetzung nicht genau diese Bedeutung von co-ownership fasst. Nahe daran wären Begriffe wie Miteigentümerschaft oder Mitbesitz.

110 Schwarze 2020, 76.

111 Krebber 2020, 52 f.

aus der Kollaboration nicht als Einheit heraus, da sich neue Zusammenhänge ergeben.¹¹²

Kollektiv

Das Kollektiv kann als Zusammenschluss unterschiedlicher Menschen verstanden werden. Obwohl es zwischen dem Kollaborativen und dem Kollektiven Zusammenhänge und Überschneidungen gibt, werden diese nicht synonym verwendet.¹¹³ Im Kollektiv wird der Aspekt des Solidarischen betont, wodurch die Arbeitsformen einer sozialistischen Gesellschaft nachklingen.¹¹⁴ Der Begriff des Kollaborativen hat Ende des 20. Jahrhunderts den Begriff des Kollektiven zum Teil abgelöst, da sich das Verständnis von Zusammenschlüssen gewandelt hat.¹¹⁵

Interaktion

Aus der Soziologie entlehnt, bedeutet Interaktion, dass mindestens zwei Personen miteinander und aufeinander bezogen agieren. Damit stehen sie in Wechselwirkung zueinander und beeinflussen das Handeln des jeweils anderen.¹¹⁶ In der Vermittlung wird von interaktiven Formaten gesprochen, wenn ein

112 Terkessidis 2015, 14.

113 Krebber 2020, 55.

114 Lind 2009, Zugriff: 26.4.2021.

115 Krebber 2020, 95.

116 Abels 2009, 184 f.

Austausch und ein Gespräch mit den Beteiligten eingeplant wird. Dabei ist der Grad an Kontrolle durch die Vermittlung hoch und der Rahmen der Beteiligung festgesetzt.¹¹⁷ Digitale Medien und das Internet basieren beispielsweise auf dem Prinzip der Interaktion.¹¹⁸

Kulturelle Teilhabe

Kulturelle Teilhabe wird im kulturellen Sektor mit Partizipation gleichgestellt und meint den grundlegenden Zugang zum kulturellen Leben einer Gesellschaft, welches in den Menschenrechten gesetzlich festgelegt ist.¹¹⁹

Kulturelles Mitwirken

Bei Projekten, bei denen Besuchende zur Mitwirkung angehalten werden, wird eine Plattform erstellt, auf der Besucher*innen ihre Meinung kundtun können und innerhalb eines vom Museum zur Verfügung gestellten Rahmens einen Beitrag leisten können.¹²⁰

117 IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia 2012, 87.

118 Schwarze 2020, 77.

119 Piontek 2017, 16.

120 Simon 2010, Zugriff: 27.01.2021.

Inklusion

In Anlehnung an die Soziologie ist mit Inklusion das Einbeziehen von unterschiedlichen Gesellschaftsangehörigen in soziale Gebilde, Funktionsbereiche der Gesellschaft und die Gesamtgesellschaft gemeint. Im inklusiven Begriff des Museums sollen Zugangsschwierigkeiten, Benachteiligungen und Ausschlüsse aufgehoben werden.¹²¹ Die Inklusion ist im Museum eng mit der Barrierefreiheit, womit meist der Einbezug von Menschen mit körperlichen Benachteiligungen gemeint ist, verbunden.¹²²

Weitere Begriffe, die im Zusammenhang mit dem Thema stehen, aber im Rahmen dieser Arbeit nicht behandelt werden können, sind beispielsweise *Co-Kuration* und *User-Generated Content*. Eine Auseinandersetzung mit diesen Begriffen würde den Umfang und das Ziel der Arbeit überschreiten.

121 Rupprecht / Weckwerth 2015, Zugriff: 23.04.21.

122 Deutscher Museumsbund e.V. / Bundesverband Museumspädagogik e.V. / Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit e.V. 2013, 7.

03.02 Zwischen Partizipation, Kollaboration und institutionellen Strukturen

Die unterschiedlichen Begriffe, die sich im Bereich Partizipation, Kollaboration und Co-Kreation bewegen, sind eng miteinander verbunden und überschneiden sich an vielen Stellen. Für diese Arbeit wird Co-Kreation als Methode verstanden, die auf unterschiedlichsten Ebenen Besucher*innen und Nichtbesucher*innen in die Kreation, Konzeption und Produktion von Ausstellungen und Vermittlungsformaten integriert. Die begriffliche Anlehnung an die Wirtschaft lässt einen produktorientierten Charakter mitschwingen, jedoch soll im kulturellen Kontext Co-Kreation in der Tradition von Partizipation und Kollaboration angesiedelt werden. Zudem soll der Prozesscharakter anstatt des Produktcharakters betont werden. Dabei umschliessen auch hier einige Beispiele eher reproduzierende Mechanismen. Die Co-Kreation wird eingesetzt, um sogenannte «museumsfremde» Gruppen ins Museum zu holen. Es wird auf eine breite Mitsprache gesetzt und versucht, gewisse Interessensgruppen gezielt an das Museum heranzuführen, jedoch im Sinne einer marketingorientierten Besuchszahlenerhöhung. Nina Simon und Gesa Krebber definieren Kollaboration und Partizipation unterschiedlich, weshalb sie auch den Ansatz der Co-Kreation

unterschiedlich einordnen.¹²³ Krebber versteht Kollaboration als Überbegriff für Zusammenarbeit, die eine Mitgestaltung der Konzeption von Beginn an ermöglicht, und Partizipation als eine Mitarbeit in einem bestimmten, von der Institution vorgegebenen Rahmen. Nina Simon hingegen versteht Partizipation als Überbegriff, der verschiedene Stufen der Mitgestaltung zulässt. Für sie sind kollaborative Projekte jene, bei denen zwar die Besuchenden aktiv mitgestalten können, aber die Entscheidungsmacht letztlich bei der Institution liegt. Nina Simon definiert co-kreative Projekte als jene, die von Grund auf durch Besuchende mitgestaltet werden. Für die weitere Arbeit wird Co-Kreation entlang der Definition von Gesa Krebbers Partizipation definiert. Es wird dabei bewusst nicht von Partizipation gesprochen, da die digitale Co-Kreation als Methode untersucht und definiert werden soll und der Begriff der Partizipation ein grösseres theoretisches Gedankenkonstrukt dazu bildet. Die Methode Co-Kreation ist als partizipative Vermittlungsmethode, die eine Mitgestaltung von Grund auf ermöglichen soll, zu verstehen. Im Gesamtkonstrukt der Institution Museum ist jedoch festzuhalten, dass Co-Kreation als Methode zur Gesamtkonzeption einer Ausstellung mit deren Kuration und Vermittlung eher rar

123 Dieser begriffliche Unterschied ist unter anderem auch der sprachlichen Unterschiede zwischen Deutsch und Englisch geschuldet.

ist.¹²⁴ Jedoch haben punktuell auch traditionelle Institutionen co-kreative Ansätze integriert.¹²⁵ Daher ist die Methode der Co-Kreation im Gesamtkonstrukt der Institution als partizipativ und nicht kollaborativ im Sinne von Krebber zu werten. Auch wenn durch Co-Kreation als Vermittlungsmethode ein Teil der Ausstellung von Grund auf mitgestaltet werden kann, ist im Gesamtgefüge Museum diese grundsätzliche Mitgestaltung nicht vordergründig, wodurch diese punktuelle Co-Kreation als Partizipation entlang der Richtlinien und Bestimmungsmächte der Institution verstanden wird. Co-Kreation fordert auf struktureller Ebene die Institutionen heraus, da sie auf das Können der Partizipierenden vertrauen und mit der Ergebnisunsicherheit umgehen müssen.¹²⁶ Zudem wird der traditionelle Begriff des Besitztums der Inhalte in Frage gestellt. Solche Formate finden jedoch meist isoliert statt und greifen nicht fundamental in die Strukturen der Museen ein.

124 Beispiele hierfür sind in Community-Museen oder Initiativen wie *The Open Museum* (Zusammenschluss mehrerer Museen in Glasgow) zu finden. Diese verfolgen das Ziel, die Sammlungen und Objekte aus dem Museum in unterschiedliche Communities zu bringen und für eigene Veranstaltungen und Ausstellungen der Communities zugänglich zu machen. Vgl. Simon 2010, Zugriff: 27.01.2021.
125 Simon 2010, Zugriff: 27.01.2021.
126 Simon 2010, Zugriff: 27.01.2021.

Im Folgenden wird die Co-Kreation als Vermittlungsmethode in Bezug auf ihre transformativen Potenziale untersucht. Im Fokus stehen dabei die zwei Fragen:

1. Welche Möglichkeiten für co-kreative Ansätze bietet der digitale Raum respektive die post-digitale Welt?
2. Welches transformative Potenzial birgt der Ansatz der digitalen Co-Kreation in Bezug auf das Einbeziehen unterschiedlicher Öffentlichkeiten, den Abbau von institutioneller Deutungshoheit und das Manifestieren der Institution Museum als wandelbare gesellschaftliche Akteur*in?

03.03 Digitale Co-Kreation als transformative Vermittlungsmethode

Welche Möglichkeiten für co-kreative Ansätze bietet der digitale Raum respektive die post-digitale Welt?

Co-Kreation erfordert wie auch die Partizipation eine gewisse Öffnung der Institution Museum und den Einbezug der Besucher*innen.¹²⁷ Schwarze argumentiert, dass dieses Einbeziehen eine Interaktion verlange, welche dem

127 Schwarze 2020, 76.

digitalen Raum immanent sei. So seien Strukturen des Mitmachens und Mitgestaltens schon in der Logik des Digitalen integriert und somit der digitale Raum geeignet, um partizipative und co-kreative Formate zu testen.¹²⁸ Schwarze ist der Ansicht, dass über den digitalen Raum Barrieren abgebaut werden können, da die Angebote einerseits umsonst sind und andererseits die Teilhabe nicht an Öffnungszeiten, die den regulären Arbeitszeiten entsprechen, gebunden ist. Dadurch werde die Chance zur Co-Kreation erhöht.¹²⁹ Sie unterscheidet bei der Co-Kreation im digitalen Raum zwischen verschiedenen Ansätzen und Bereichen. Erstens nennt sie Co-Kreation mit museumsexternen Personen, beispielsweise die *Kunsthallen-DIYs* und *Online-multiplikatoren* der Kunsthalle Karlsruhe.¹³⁰ Hier entsteht eine Co-Kreation mit *Blogger Bazaar*, einem Lifestyle-Blog. Die zwei Bloggerinnen von *Blogger Bazaar* zeigen als museumsexterne Personen neue Perspektiven auf die Inhalte und teilen diese mit ihrer Community (Abb. 20). Die Besuchenden werden über partizipative Ansätze hinzugezogen. Durch DIY-Tutorials wird ihnen gezeigt, wie sie die Phänomene für ihren eigenen Gebrauch übersetzen können.¹³¹ Auch eine Co-Kreation mit Kulturschaffenden wäre

128 Schwarze 2020, 77.

129 Schwarze 2020, 85.

130 Schwarze 2020, 80.

131 <https://www.youtube.com/watch?v=ZrU-jayJco9w&lc=>, Zugriff: 27.04.2021.

auf dieser Ebene denkbar. Zweitens nennt sie Co-Kreation als Methode zur Konzeptweiterentwicklung in der Kunsthalle Karlsruhe, wobei Besucher*innen über Online-Interviews zu den bestehenden Formaten befragt werden und diese Feedbacks wiederum in die Erarbeitung des Konzepts zurückgespielt werden.¹³² Drittens definiert Schwarze Co-Kreation als Methode, bei der die Institution einen Rahmen vorgibt, Besuchenden und Nichtbesuchenden aber die Möglichkeit geboten werde, ihre eigene Vision durchzusetzen. Als Beispiel hierfür nennt sie das *Code for Culture*, welches im Kapitel *Chancen für Dekonstruktion, Reformation und Transformation* dieser Arbeit bereits vorgestellt wurde. Das Verhältnis von Institution und Besuchenden beschränkt sich hier darauf, dass die Institution einen Rahmen bietet und als Plattform für externe Ideen agiert. Viertens nennt Schwarze interne Co-Kreation, bei der verschiedene interne Museumsdisziplinen in die Konzeption der Ausstellung integriert werden.¹³³ Der Text von Schwarze ist trotz hilfreicher Ansätze mit Vorsicht zu genießen und zeigt auch gleich die Grenzen und Schwierigkeiten der Co-Kreation auf. Sie spricht von «Zielgruppen» und «Museumsfremden», wodurch Ausschlussmechanismen und Machtstrukturen der Institution gegenüber den Besuchenden in der

132 Schwarze 2020, 81.

133 Schwarze 2020, 83.

Sprache reproduziert werden. Ihr Verständnis von Co-Kreation bezieht sich auf eine museumsbejahende Perspektive, bei der nach wie vor das Ziel besteht, über Co-Kreation und digitale Medien ein möglichst breites Publikum zu erreichen. Der digitale Raum bietet jedoch verschiedene Möglichkeiten, um mit unterschiedlichen Akteur*innen eine Co-Kreation einzugehen. Von Interesse für die vorliegende Arbeit ist die Co-Kreation mit dem Publikum, da darin das grösste Potenzial für eine Transformation im Sinne einer Mehrstimmigkeit gesehen wird.

Entlang der drei Formen der Digitalität gemäss Felix Stalder (Referenzialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität), die in Kapitel *Partizipation und Hierarchien im digitalen Raum* besprochen wurden, sollen nun die Potenziale des digitalen Raumes für co-kreative Ansätze besprochen werden. Die Referenzialität, die dem Digitalen innewohnt, ermöglicht, dass Personen zu Produzent*innen werden können. Wenn die ökonomisch-organisatorischen, kulturellen und materiellen Zugänge ermöglicht werden, können Personen die digitalen Daten verwenden und haben neue Arten der Zugänge zu den Materialien, die sie im analogen Raum nicht hätten. Es kann argumentiert werden, dass diese Zugänge eine Grundlage für die Co-Kreation bilden, jedoch stellt sich an dieser Stelle die Frage nach dem organisatorischen Zugang. Durch die Zurverfügungstellung und die Möglichkeiten der Bearbeitung durch die Digitalität werden

zwar neue Zugänge geschaffen, jedoch muss die jeweilige Person auch auf dieses Material stossen oder überhaupt von dieser Möglichkeit erfahren. In diesem Kontext ist anzunehmen, dass Personen, die eine Institution besuchen, dies auch im digitalen Raum tun. Wie wird aber der Zugang für Menschen geschaffen, die zuvor keinen Kontakt mit dieser Institution hatten? Wie kann dieser Zwiespalt angegangen werden, ohne dass vom Akquirieren von «museumsfernen» Gruppen gesprochen wird?

Der zweite Punkt von Stalder, die Gemeinschaftlichkeit, hängt eng mit der oben erwähnten Problematik zusammen und bezieht sich auf den Aspekt des Individuums. Laut Stalder steht es allen Personen frei, an Diskursen teilzunehmen. Durch die Digitalisierung werden Ebenen und Möglichkeiten der Partizipation eröffnet, die für co-kreative Ansätze ein Potenzial tragen, jedoch birgt dieser Aspekt andere Formen des Ausschlusses. Zwar können alle, die einen Zugang zum Internet haben, an den offenen Diskursen teilnehmen, jedoch besteht durch diese Informalität, wie Stalder sie nennt, die Gefahr von Diskriminierungen und Ausschlüssen. Die offene Struktur bietet die Möglichkeit, so viel Beiträge zu leisten, wie man möchte. Online werden Personen, die mehr beitragen, höher gewertet. Quantität steht demzufolge über Qualität. Da nicht alle Personen gleich viel Zeit und Möglichkeiten für Beiträge haben, entsteht ein Ungleichgewicht, wodurch sich Macht-

strukturen respektive Hierarchien aufbauen, die es eigentlich im Kontext der Co-Kreation als transformative Methode auszugleichen gilt.

Dies führt zum letzten Punkt von Stalder, der Algorithmizität, die er als Hierarchie des Internets versteht. In den digitalen Medien werden über Algorithmen Lösungen für vordefinierte Probleme gesucht und Inhalte sortiert. Dabei steht es allen frei, Inhalte hinsichtlich der Logik der Algorithmen anzupassen, um auffindbar zu sein. Werden die Inhalte nicht entlang der definierten Parameter eingespeist, sind diese schwer oder nicht auffindbar. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wer diese Algorithmen zu welchem Zweck programmiert. Auf die Vermittlungsarbeit bezogen, kann dies bedeuten, dass Inhalte zwar über Suchmaschinen zugänglich und auffindbar gemacht werden können, diese jedoch mitunter im Suchverlauf sehr spät angezeigt werden. Falls sich die Inhalte nicht an den Suchmaschinen orientieren, bleiben sie zwar im Netz, sind aber für die Nutzenden nicht zugänglich.

Das Internet und die digitalen Medien bieten viele Möglichkeiten für co-kreative Ansätze und schaffen barrierefreie und partizipative Zugänge. Die kulturelle Arbeit bleibt kein Privileg der Institutionen, da Besucher*innen dadurch ebenfalls agieren können. Hierarchien werden abgebrochen, da jeder Inhalte beitragen kann, was eine Grundvoraussetzung der Co-Kreation

ist. Inhalte müssen jedoch der Logik des Internets angepasst werden und unter Umständen durch den informellen Charakter des Beitragens auch Diskriminierung erfahren. Dabei muss auch das Partizipation-Paradoxon nochmal unterstrichen werden, denn Einschluss bringt stets Ausschluss mit sich. Es stellt sich im Zusammenhang mit dem Abbau einer musealen Deutungshoheit die Frage, wie diese Aspekte des Digitalen positiv genutzt werden und für eine co-kreative Vermittlungsarbeit in diesem Sinne eingesetzt werden können.

Welches transformative Potential birgt der Ansatz der digitalen Co-Kreation in Bezug auf das Einbeziehen unterschiedlicher Öffentlichkeiten, den Abbau von institutioneller Deutungshoheit und das Manifestieren der Institution Museum als wandelbare, gesellschaftliche Akteur*in?

Wie erwähnt, kann die digitale Co-Kreation als Methode verschiedene Intentionen und Funktionen haben. Von Bedeutung ist, wie diese strukturiert werden muss, um eine Transformation zu ermöglichen. Im Folgenden werden die Chancen und Schwierigkeiten der transformativen Vermittlungsmethode beleuchtet, um diese Aspekte dann in einer vertieften Analyse aufzugreifen.

«Die Individualisierungs- und Personalisierungstendenzen der Digitalisierung sind weitere Merkmale, die inzwischen so selbstverständlich geworden sind, dass sie von Angeboten jeglicher Couleur vorausgesetzt werden. Beide sind einmal mehr Ausdruck eines Zeitgeistes, in dem sich historisch gewachsene Rollen wandeln. Mit diesen müssen sich auch Museen auseinandersetzen, ihre Deutungshoheit – die sie über Jahrhunderte innehatten – transformieren oder gar aufgeben und ihre Rolle in der Gesellschaft gegebenenfalls neu definieren.»¹³⁴

Carmen Mörsch definiert transformative Kulturvermittlung als Form, die Funktionen der Institutionen offenzulegen und zu erweitern, um eine Mitgestaltung von unterschiedlichen Öffentlichkeiten zu ermöglichen. Es geht aber auch darum, Kritik- und Handlungsfähigkeiten zu schulen und eine Selbstermächtigung der Besuchenden zu erreichen. Inhalte, Partizipierende und Methoden müssen in Bezug auf ihre Machtstrukturen überprüft werden, um eine Veränderung der Institution voranzutreiben. Wer aber entscheidet, was gezeigt wird? In welchem Zusammenhang und wem und wann wird es gezeigt?

Angelehnt an die Theorien der Raumsoziologie, die davon ausgehen, dass durch Handlungen

134 Schwarze 2020, 77.

Räume konstruiert werden können, definiert Susanne Karow Transformation als das Entstehen von neuen gesellschaftlichen Strukturen durch neuartige Handlungsweisen. Sie unterscheidet bei der Vermittlung zwischen der individuellen, der interaktiven, der institutionellen und der externen Transformationsebene. Die individuelle Transformationsebene bezieht sich auf den persönlichen Kompetenzzuwachs und das Selbstbild der Teilnehmenden. Als interaktive Transformationsebene definiert Karow alle Formen der Transformation im gemeinschaftlichen Umgang innerhalb des musealen Raumes. Diese sind Veränderungen innerhalb des Arbeitsklimas des Museums, Veränderungen der Kommunikation, Hierarchien zwischen Kunstvermittler*innen und Besucher*innen, Wechselwirkungen zwischen museumsinternen und museumsexternen Personen und deren gemeinsame Reflexion. Die institutionelle Ebene bezieht sich auf die Rahmenbedingungen und das System Museum, womit interne Organisationsstrukturen, institutionelle Werte sowie das Einbeziehen von Kulturvermittlung als essenzieller Bestandteil der musealen Arbeit gemeint wird. Die externe Transformationsebene beinhaltet kulturpolitische Rahmenbedingungen sowie individuelles, kollektives und institutionelles Networking.¹³⁵ Obwohl diese Ebenen als zusammenhängend gedacht werden, geht es im Sinne der

135 Karow 2019, Zugriff: 26.04.2021.

Co-Kreation im Rahmen dieser Arbeit in erster Linie um eine interaktive und institutionelle Transformation. Die individuelle Transformation fokussiert auf eine Veränderung bei den Besuchenden. Dieser Ansatz ist sehr individuell und daher in diesem Rahmen nicht messbar und aus der Perspektive der transformativen Vermittlung kritisch zu betrachten, da die Besuchenden als «zu verändernd» verstanden werden. Die externe Transformationsebene bezieht sich auf kulturpolitische Rahmenbedingungen und sprengt ebenfalls den Rahmen dieser Arbeit.

Wie kann also die digitale Co-Kreation eine interaktive und institutionelle Transformation vorantreiben?

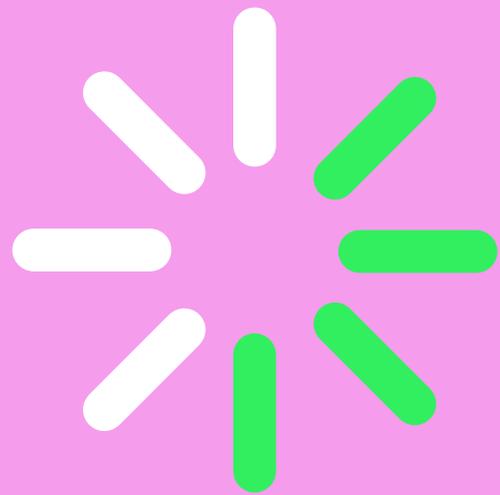
Durch das Einbinden von Besuchenden in die Produktions- und Konzeptionsprozesse von Vermittlungsformaten öffnet die Institution ihre museale Deutungsmacht und bietet die Möglichkeit, eine zuvor einstimmige Entscheidung zu einer mehrstimmigen zu machen. Ein solches Vorgehen ist auf die Zusammenarbeit mit museumsexternen Personen angewiesen und ermöglicht den Einbezug unterschiedlicher, zuvor eventuell nicht repräsentierter Personen sowie die Mitgestaltung unterschiedlicher Öffentlichkeiten. Durch die barrierearmen Zugänge über digitale Plattformen wird Menschen, die aufgrund der Öffnungszeiten oder geografischer Verschiebungen keinen Zugang zum Museum haben, die Möglichkeit der Mitgestaltung geboten. Durch die Interaktion können Selbster-

mächtigungs- und Selbstrepräsentationsprozesse gefördert und die Rezipierenden zu aktiven Produzent*innen werden. Durch das Einbeziehen von externen Stimmen sind die Ergebnisse offen und nicht planbar, wodurch das Museum einen veränderbaren und prozesshaften Charakter erhält. Die digitale Co-Kreation als Methode könnte bestehende Hierarchiestrukturen zwischen Institution und Besuchenden abbauen und das Museum zu einer mehrstimmigen Institution machen, die durch das Einbeziehen unterschiedlicher Personen und Communities und deren Anliegen auch als gesellschaftliche Akteur*in verstanden würde. Die Parameter und die Voraussetzungen, unter denen eine digitale Co-Kreation stattfindet, sind massgebend, da das, was in der Theorie einfach klingt, im Rahmen einer institutionellen Realität nicht immer oder kaum umsetzbar ist. Um nach Karow eine institutionelle und interaktive Transformation zu ermöglichen, müssen Institutionen partizipative Strukturen in die museale Arbeit integrieren, kritisch die eigene Position reflektieren, qualitativ das Publikum beforschen und die Hierarchien in Kommunikations- und Entscheidungsprozessen überdenken.¹³⁶ Sie müssen qualitative

136 Hier nennt sie spezifisch Machtstrukturen zwischen Fachpersonal und Laien, zwischen Vermittlung und Kuratation, die Wertschätzung von Partizipierenden und Vermittlungspersonal, die Implementierung und Finanzierung von Vermittlung und das

Evaluationen mit den Beteiligten einführen, ihre Teilnahmebedingungen und Einladungsstrategien reflektieren und sich an Prozessen anstatt an Produkten orientieren und somit mit Ergebnisoffenheit arbeiten.¹³⁷ Dementsprechend sind nicht nur viele Hindernisse in Bezug auf den digitalen Raum und partizipative Methoden vorhanden, sondern auch diverse strukturelle, situations- und institutionsabhängige Hürden, die eine Transformation (auch nur in einem Teil der Institution oder einem Projekt) erschweren. Im Folgenden wird anhand von drei Fallbeispiele, in denen die digitale Co-Kreation als Vermittlungsmethode eingesetzt wurde, analysiert, auf welcher Ebene eine Transformation ermöglicht wurde, wie diese zum Abbau der musealen Deutungshoheit hin zu einer mehrstimmigen Institution, die bestehende Machtstrukturen hinterfragt und neue Ebenen der kulturellen Inklusion schafft, führte. Bei den Fallbeispielen handelt es sich um einzelne Teilbereiche innerhalb einer Institution, da ein komplett co-kreatives Museum schwer zu finden ist. Fokussiert werden daher einzelne Vermittlungsformate und -projekte, um herauszufiltern, welche transformativen Prozesse diese antreiben.

Schaffen einer passenden Infrastruktur für flexible und offene Vermittlungsarbeit.
Vgl. Karow 2019, Zugriff: 26.04.2021.
137 Karow 2019, Zugriff: 26.04.2021.



Analyse

Die folgende Analyse soll das theoretische Konstrukt um die Methode der digitalen Co-Kreation in der Praxis beleuchten. Dazu muss angemerkt werden, dass eine solche Öffnung gegenüber dem Publikum und das Einbeziehen dieser in den Produktions- und Konzeptionsprozess einer Ausstellung auf institutioneller Ebene viele Veränderungen in Bezug auf die internen Strukturen mit sich bringt. Das Museum als Plattform für die Besuchenden und ihre Ideen zu sehen, ist daher in der Umsetzung nicht leicht zu realisieren. Die folgenden Beispiele beziehen sich auf Formate, die im Rahmen von Kunstmuseen entstanden sind, und sind somit vergleichbar. Ein solche Analyse könnte auch mit Formaten unterschiedlichster Museen- und Ausstellungstypen durchgeführt werden, jedoch soll hier der Fokus auf die Kunst und die Kunstmuseen gelegt werden.¹³⁸ Die Analyse stützt sich auf die dichte Beschreibung der Ausstellungsanalyse in Roswitha Muttenthalers und Regina Wonischs Buch *Gesten des Zeigens*.¹³⁹ Die Methode wird an die gewählten Formate angepasst. Zuerst erfolgt eine Beschreibung in

138 Ein Beispiel wäre der Einsatz der digitalen Co-Kreation in Ethnologischen Museen und wie diese Methode in Zusammenarbeit mit der jeweiligen Diaspora von einer Repräsentation aus einer europäischen Perspektive zu einer Selbst-Repräsentation führen könnte.

139 Muttenthaler / Wonisch 2006, 49.

Bezug auf spezifische Ansätze, welche danach interpretiert wird. Die Ausstellungen oder Formate, die im Verlauf dieses Kapitels analysiert werden, werden im Sinne der Co-Kreation und in Anlehnung an Luise Reitstätters *Die Ausstellung verhandeln* nicht als von der Institution gesetzte Einheiten verstanden, sondern als Dialog- und Möglichkeitsraum mit Fokus auf die Besuchenden.¹⁴⁰ Besuchende und Ausstellungsmacher*innen werden gleichermassen als ernstzunehmende Autor*innen verstanden.¹⁴¹ In Anlehnung an Reitstätter, Muttenthaler und Wonisch werden folgende Kernfragen in die Beobachtung und anschließende Interpretation einfließen: Was sind die Themenschwerpunkte des Formates? Wie wird dieses strukturiert? Wer wird angesprochen? Wie werden Besuchende geführt? Wie können Besuchende partizipieren? Die drei Formate werden zuerst in Bezug auf ihre formalen Punkte beschrieben. Im Anschluss werden sie hinsichtlich der Co-Kreation, der partizipativen Möglichkeiten und des transformativen Potenzials gegenüber der Institution interpretiert. Es ist noch anzumerken, dass sich zwei der Formate (*Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* im Museum Ulm und *Life on Planet Orsimanirana* im Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg) noch im Prozess oder erst im Aufbau befinden. Nichtsdestotrotz sollen

140 Reitstätter 2015, 32.

141 Reitstätter 2015, 18.

die verfügbaren Informationen genutzt werden und zur Interpretation dienen. Die Schwierigkeit liegt darin, dass die nicht abgeschlossenen Formate nicht in ihrer Ganzheit analysiert werden können. Jedoch stellt es einen Vorteil dar, dass ein starker Aktualitätsbezug geschaffen wird und der Fokus auf dem Prozess liegt. Das Format *Open Culture BW meets VR*, spezifisch das im Rahmen dieses Formates entwickelte Spiel *OmniQuest*, welches mit den Daten der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe entstanden ist, wurde 2020 durchgeführt. Es kann als abgeschlossenes Projekt betrachtet werden. Die daraus entstandene Anwendung ist allerdings nicht oder noch nicht nutzbar und versteht sich ebenfalls als «im Prozess befindlich».

***Open Culture BW meets VR,* Kunsthalle Karlsruhe, 2020**

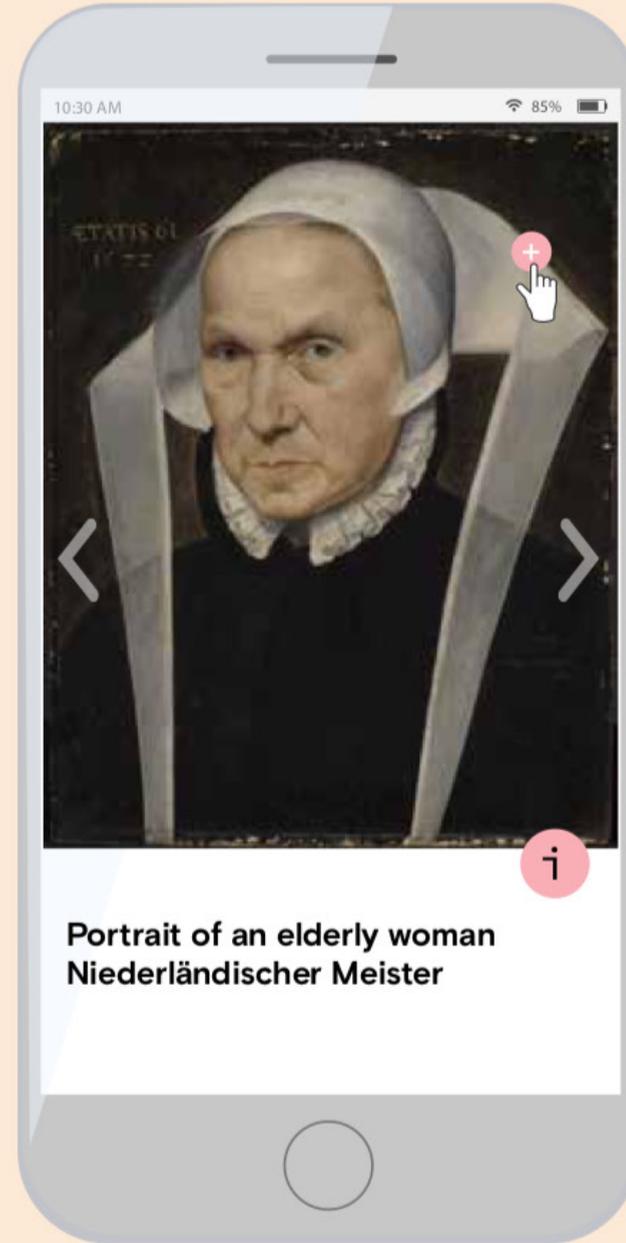
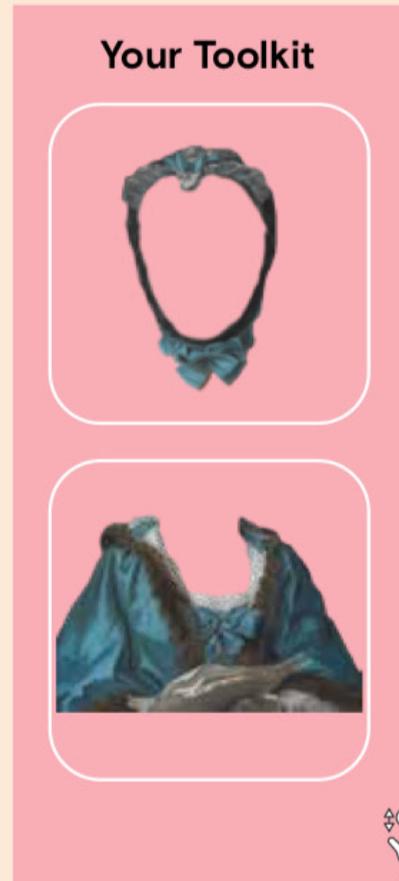
Das erste Format, welches analysiert werden soll, ist *Open Culture BW meets VR*, welches am 16. und 17. Mai 2020 von der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg durchgeführt wurde. Verschiedene Kulturinstitutionen aus der Region stellten offene Kulturdaten wie Abbildungen oder Texte ihrer Institution zur Verfügung. Diese wurden von Studierenden verschiedener Hochschulen und Studiengänge in Medientechnik in Zusammenarbeit mit den Institutionen zur Entwicklung einer digitalen Anwendung verwendet. Das Format wurde von der Medien- und Filmgesellschaft

Baden-Württemberg (MFG) organisiert. MFG Kreativ versteht sich als Innovationsagentur und Partner*in für Museen und verschiedene Akteur*innen und hilft, Projekte und Ideen umzusetzen. Die Studierenden konnten beim Hackathon (Wortschöpfung aus Hacken und Marathon) auf Basis offener Kulturdaten neue Virtual- und Augmented-Reality-Applikationen entwickeln. Der Hackathon fand während zwei Tagen digital über *Zoom* und *Slack* statt. Die 100 Teilnehmenden konnten darüber arbeiten und kommunizieren. Der Anlass wurde so strukturiert, dass die Institutionen zuerst ihre Daten vorstellten und die Studierenden dann zwei Tage Zeit zur Ideenfindung hatten. Diese wurden dann während einiger Monate weiterentwickelt. Delaina Hasca und Marina Selivanova haben mit den Kulturdaten der Kunsthalle Karlsruhe den Game-Prototypen *OmniQuest* (Abb. 21) kreiert.¹⁴² Die Kunsthalle Karlsruhe formulierte dazu die Leitfrage: «Wie können wir die Kunsthalle als Erlebnis für nicht-museumsaffine, lifestyleorientierte Menschen zwischen 21 und 27 Jahren unter Berücksichtigung der Sanierungsphase der Kunsthalle attraktiv gestalten?».¹⁴³ Das Spiel ist

142 MFG Kreativ 2020, Zugriff: 15.04.2021.

143 Diese Informationen wurden aus einem Telefonat sowie dem E-Mail-Verkehr mit Annetrin Baumann entnommen, die auf Seiten des MFGs die Leitung für das Projekt innehatte. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass die Kunsthalle Karlsruhe

Kunst-Filter für Selfie



vor allem für jüngere Besucher*innen ausgelegt. Sie erhalten im Rahmen eines Online-Rundganges die Möglichkeit, die Kunsthalle zu entdecken. Dabei ist der Fokus darauf gelegt, einen humorvollen Zugang zu den kunsthistorischen Sammlungsstücken zu schaffen. Es können Mini-Spiele absolviert und eigene Fotofilter erstellt und verwendet werden. Besuchende können mit dem Spiel Punkte sammeln, die sie in Souvenirs umtauschen können. Die Erfolge der Mitspielenden können über Social Media geteilt werden. Im Rahmen dieser Analyse steht der Prozess der Entwicklung dieses Spieles mit den Student*innen (mit Fachwissen zum Thema VR und AR) und der Institution im Vordergrund.¹⁴⁴

Dieses Format versteht sich als Co-Kreation mit einer ganz spezifischen Gruppe von Personen. Diese werden nicht primär aufgrund ihres Interesses am Museum zur Co-Kreation eingeladen, sondern aufgrund eines bestimmten akademischen Werdegangs und fachlicher Kompetenzen. Dieses Beispiel unterscheidet sich somit in der Form der Co-Kreation von den beiden folgenden Beispielen, bei denen die Besuchenden ohne explizite Ausgrenzung zum Partizipieren eingeladen werden. Den Studierenden

vorübergehend für Sanierungen geschlossen werden sollte, im Zusammenhang mit Covid-19 jedoch ohnehin geschlossen werden musste.
144 MFG Kreativ 2020, Zugriff: 05.04.2021.

wird im Rahmen des Hackathons die Möglichkeit geboten, eigene Ideen entlang der Leitfrage mit den offenen Kulturdaten umzusetzen. Im Sinne der Referenzialität werden die Daten durch die Digitalisierung für die bestimmte Gruppe ökonomisch-organisatorisch, kulturell und materiell zur Verfügung gestellt. Die Digitalität ermöglicht in diesem Rahmen eine Co-Kreation und Produktion museumsexterner Personen. Die Mitgestaltung und die Kontextualisierung der gegebenen Daten werden Institutionssexternen ermöglicht, wodurch sich Hierarchien der Deutung oder das Privileg der Bearbeitung und Verwendung kultureller Daten ändern. In diesem Beispiel wird gezeigt, dass die Co-Kreation mit den Studierenden dazu führt, dass diese ein eigenständiges Format auf Basis der Institution verwirklichen können. Der Rahmen, der von der Institution geboten wird, bezieht sich auf die Daten, die diese zur Verfügung stellt und die Leitfrage. Eine klare Entscheidungsmacht liegt weiterhin bei der Institution, da nicht die gesamten Kulturdaten der Kunsthalle Karlsruhe verfügbar gemacht werden und mit der Leitfrage ein Ziel vorgegeben wird. Da die Studierenden mit der Institution zusammenarbeiten, stellt sich die Frage, ob diese ein institutionskritisches Format hätten entwickeln können. Das tatsächlich resultierende Format ist eine App, welches zwar interaktiv ist und neue Zugänge ermöglicht, jedoch eher eine reproduzierende Ebene abbildet. Somit stellt sich die Frage, ob eine kritische Auseinandersetzung mit der

Institution in diesem Rahmen überhaupt möglich ist. Zudem öffnet diese digitale Co-Kreation die Institution nur für eine bestimmte Anzahl und Art von Personen. Zwar wird der Produktions- und Konzeptionsprozess des Vermittlungsformates geöffnet und durch die Studierenden co-kreiert, jedoch wird dieser Prozess nicht einer breiten Öffentlichkeit ermöglicht. Es werden zwar neue Perspektiven in Bezug auf Museum, Vermittlung und Ausstellungen zugelassen, jedoch entsprechen diese einem bestimmten Kriterium, welches vom Museum absegnet wurde. Die erwählten Personen mit akademischen Werdegang befinden sich geografisch in Baden-Württemberg und sind aktuell in einen der vom MFG als zum Meistern der Aufgabe befähigten Studiengang eingeschrieben. Es kann also argumentiert werden, dass ein solcher Einbezug neue Sichtweisen und Perspektiven auf die Institution und ihre Sammlung zeigen kann, jedoch die Frage offen bleibt, ob es zu einem Abbau der Deutungshoheit kommt, wenn dies in einem Rahmen geschieht, in dem die Teilnehmer*innen von der Institution als befähigt anerkannt werden. Was würde beispielsweise passieren, wenn ein solcher Hackathon mit Personen ohne akademischen Hintergrund durchgeführt wird?¹⁴⁵ Weiterführend kann zum

145 Mit solchen Begrifflichkeiten muss vorsichtig umgegangen werden, da eine Einstufung einer Person als «Nicht-Akademiker*in» die gleichen Ausschluss-

jetzigen Zeitpunkt nicht gesagt werden, ob dieses Spiel tatsächlich Eingang ins Museum finden wird und somit auch die Wahrnehmung der Institution prägen kann, oder ob es bei diesem externen Experiment bleibt.¹⁴⁶ Damit eine solche Form der Co-Kreation eine nachhaltige interaktive und institutionelle Transformation antreiben kann, müsste ein solches Format auf Augenhöhe und ohne Unterscheidung mit Vermittlungsformaten der Institution selber im Museum gezeigt werden. In diesem Fall scheint der Fokus des Interesses im Heranführen eines neuen Publikums an das Museum zu liegen und weniger im Vorantreiben der Transformation durch das Einbinden neuer Perspektiven. Würde das Verwenden von Kulturdaten jedoch ohne die Absegnung der Institution geöffnet, könnte dies zu einer Selbstermächtigung der Besuchenden führen und die Möglichkeit bieten, das im Museum Gezeigte zu verändern oder zumindest mitzubestimmen? Könnten langfristig Hierarchien durch die Co-Kreation aufgebrochen werden? Hier stellt sich allerdings die

mechanismen wie das Einbeziehen von «Akademiker*innen» reproduziert.

146 Aus dem Mailverkehr mit Tabea Schwarze, die im Bereich Digital Management und Kommunikation an der Kunsthalle Karlsruhe tätig ist, ist herauszulesen, dass der Gruppe, die vom Museum betreut wurde, eine Programmierer*in gefehlt hat und es somit bei einem Designkonzept geblieben ist. Das Museum weiss derzeit nicht, ob es zu einer Umsetzung kommt.

Frage, ob ein Museum, welches seine Bedeutung legitimieren muss, um finanziell gefördert zu werden, diese Öffnung vollziehen und damit riskieren würde, dass die offenen Daten zur Entkräftigung dieser Bedeutung eingesetzt werden.

Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021, Museum Ulm

Das zweite Beispiel, die Ausstellung *Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* (Abb. 22) im Museum Ulm, kuratiert von Stefanie Dathe, ist aktuell und befindet sich gerade in der Open-Call-Phase. Das Projekt kann noch nicht abschliessend analysiert werden, wird jedoch für den Prozess der digitalen Co-Kreation aufgrund seiner Bedeutung trotz der Unfertigkeit hinzugezogen. Die Ausstellung startet am 23. Juli 2021 und endet am 24. Oktober 2021. Thematisch greift die Ausstellung auf die 1971 eröffnete Ausstellung vom Kunstsammler und Verleger Kurt Fried zurück. Damals wurden die Einwohner*innen von Ulm eingeladen, Lieblingsstücke aus den eigenen vier Wänden in die Galerie zu bringen. *Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* transferiert diese Idee ins digitale 21. Jahrhundert. Ein Open-Call lädt Menschen aus aller Welt dazu ein, Lieblingsstücke aus ihrem privaten Lebensraum im Museum zu zeigen. Die Kunstwerke können über ein Online-Formular eingereicht werden. Ausgewählte Stücke werden dann im Museum Ulm ausgestellt. Fragen, die mit der Ausstellung thematisiert werden, sind zum Beispiel: Wieso umgeben

sich Menschen mit Kunst, Bildern und Objekten? Was wird im privaten Raum aufgehängt und wie unterscheidet sich dieser vom musealen Raum? Was wird öffentlich gesammelt und was privat? Es darf nur ein Kunstwerk pro Person eingereicht werden. Zudem muss der Ort, an dem sich das Objekt befindet, angegeben werden. Die Leihgaben für die Ausstellung müssen kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Während der Ausstellung werden sie vom Museum versichert. Die Ausstellung wird in Zusammenarbeit mit dem *nextmuseum.io* lanciert. Dieses versteht sich als institutionsübergreifende Plattform, die Ausstellen als partizipative Praxis vorantreiben möchte. Es handelt sich um eine Zusammenarbeit zwischen NRW-Forum Düsseldorf, Kunstpalast Düsseldorf und Museum Ulm. Über die Website vom *nextmuseum.io* steht es den Besuchenden offen, ihre Werke einzureichen. Dazu müssen Titel, Text, weitere Informationen wie Präsentationsweise oder benötigte technische Infrastruktur, Kategorien, Bilder, Videos oder Web-Links ausgefüllt und hochgeladen werden. Auf der Internetseite *nextmuseum.io* können die eingereichten Objekte und die dazugehörigen Texte gesehen, nach «meistdiskutiert» sortiert und kommentiert werden. Besuchende werden über den «Diskutiere mit!»-Knopf auf einen *Telegram*-Chat weitergeleitet. Treten sie der *Telegram*-Gruppe bei, können sie mit anderen (Angestellte des Museums und museumsexterne Personen) über Inhalte und Formate des *nextmuseum.io*



Abb. 22

diskutieren. Die Internetseite ist mit einem weissen Hintergrund und farbigen Elementen, die zur Hervorhebung dienen, eher schlicht gehalten. Auf der Unterseite der Ausstellung *Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* ist das Titelbild mit den dazugehörigen Schlagworten «Ausstellung», «Druck», «Fotografie» und «Gemälde» zu sehen. Der untere Teil der Seite hat zwei Spalten. In der linken Spalte sind Eckdaten wie Zeitraum, Institution und Kuratorin sowie ein Portrait der Kuratorin und zwei Buttons zum Anklicken, um das Werk einzureichen und zum *Telegram*-Chat weitergeleitet zu werden. In der rechten Spalte sind der Text zur Ausstellung und der Open-Call aufgeführt. Darunter sind in einer dreiteiligen Kachelaufteilung die eingereichten Kunstwerke und Objekte abgebildet. Durch Klicken können weitere Informationen abgerufen werden. Zuunterst, vor den Angaben zu den partizipierenden Institutionen, ist ein Feld mit Veranstaltungen im Rahmen der Ausstellung. Die Seite ist auf Deutsch oder Englisch abrufbar.¹⁴⁷

Es handelt sich um ein mediales Vermittlungsformat, welches über die digitale Co-Kreation den Besuchenden die Möglichkeit bietet, einen Teil der Ausstellung mitzugestalten und eigene Beiträge und Gedanken einfließen zu lassen. Über den *Telegram*-Chat wird die Interaktion

147 NRW Forum / Museum Ulm 2021, Zugriff: 01.04.2021.

mit den Ausstellungsmacher*innen, den Kurator*innen und den anderen Partizipierenden ermöglicht und somit ein Austausch gefördert. Durch die Möglichkeit, rein digital an dem Format teilzunehmen, sind die Partizipierenden nicht an Öffnungszeiten gebunden und können durch die Dezentralisierung der Teilnahme von da aus mitmachen, wo sie gerade sind. Das Format gewinnt durch den Aspekt der Gemeinschaftlichkeit, welches dem digitalen Raum immanent ist, an Möglichkeit, dass alle Personen, die wollen, etwas beitragen können. Über die Kommentarfunktionen können sich alle beteiligen und einen Bezug zu ihrer eigenen Lebensrealität herstellen. Inwiefern kann jedoch durch ein solches Format eine interaktive oder institutionelle Transformation evoziert werden? Obwohl durch das Medium der Digitalität in diesem Fall eine Öffnung des Auswahlverfahrens von Kunstwerken für die Ausstellung stattfindet und somit die Entscheidungsmacht der auszustellenden Objekte nicht alleine bei dem/der Kurator*in liegt, hängt dieses Format immer noch stark von den musealen Strukturen und Deutungsmächten ab. Es werden zwar alle Einreichungen digital einsehbar gemacht und jede Person kann ihren Beitrag leisten, jedoch wird die finale Entscheidung von Seiten der Institution getroffen. Hier stellt sich die Frage, wieso dieser Entscheidungsprozess nicht gegen aussen geöffnet wird, wenn es tatsächlich darum gehen soll, über einen co-kreativen Ansatz unterschiedlichste Menschen in das

Ausstellungsmachen zu integrieren? An dieser Stelle gäbe es diverse Ansätze, wie die Institution eine tiefgreifende Co-Kreation anstreben könnte, indem auch die Entscheidungsprozesse offen reflektiert werden und Besuchende zu diesem zugelassen und als aktive Gestalter*innen betrachtet werden. Ein weiterer Punkt, der bei einer solchen Form der institutionellen Co-Kreation zu beobachten ist, ist der Umstand, dass das Thema und die Rahmenbedingungen zur Ausstellung ebenfalls sehr klar definiert werden. Weitgehend stellt sich generell die Frage, ob die Institution Museum diese Rahmenbedingungen überhaupt ganz abbauen kann. Besuchende können einen Teil der Ausstellung selber gestalten, jedoch reicht diese punktuelle Co-Kreation nicht darüber hinaus. Zwar werden in dem Moment gewisse museale Hierarchien in Frage gestellt, da Besuchende durch die Möglichkeiten des Digitalen unabhängig von Zeit und Ort digital entscheiden können, was in der Ausstellung zu sehen sein könnte, und durch die eigene Kontextualisierung auch in welchem Kontext, und es wird nicht mehr nur durch einen Kurator oder eine Kuratorin darüber entschieden, die finale Entscheidung obliegt aber der Kuratorin. Es bleibt also bei einem punktuellen partizipativen und co-kreativen Eingriff. Dieser hat auf die Ausstellung bzw. die Institution keinen transformativen Einfluss. An dieser Stelle ist der Aspekt der transformativen Vermittlung zu bedenken, denn es kann zu diesem Zeitpunkt in der vorliegenden

Analyse nicht abschliessend bestimmt werden, welche Transformation eine solche Integration auf beispielsweise die internen Strukturen des Museums haben wird. Würde ein solches Verfahren nicht nur auf die Ausstellungsobjekte, sondern auch auf die Themen der Ausstellung und die Wahl der Kurator*innen und Vermittler*innen oder sogar die Entscheidung, wie welches Budget verwendet wird, angewendet, könnte es zu einer institutionellen Transformation führen, die die Hierarchien und Deutungsmächte des Museums grundlegend verändert. Zwar werden bei *Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* unterschiedliche Stimmen im Museum zugelassen und eine gewisse Selbstrepräsentation der Besuchenden ermöglicht, jedoch bleiben die musealen Hierarchien zwischen Vermittler*innen und Kurator*innen und den Besuchenden bestehen. Eine weitere Problematik ist die der Thematik der Ausstellung, die klar einen wohlstandsgesellschaftlichen Bezug hat. Wie werden zum Beispiel Personen integriert, die kein Zuhause haben? Somit wird über das Thema ein gewisser Personenkreis ausgegrenzt – keine Inklusion ohne Exklusion. Das Format verfolgt einen wichtigen Ansatz und stellt Fragen bezüglich der Möglichkeiten des Digitalen zur Co-Kreation von Ausstellungen und des damit verbundenen Abbaus der musealen Machtstrukturen, jedoch bleibt das Format bei einem punktuellen Co-Kreieren. Die Transformation kann zwar im ersten Entscheidungsprozess, was und in welchem thematischen

Kontext etwas gezeigt wird, stattfinden, jedoch kann sich durch die unveränderbare Setzung des Themas und die abschliessenden Entscheidung durch die Institution diese Transformation nicht auf die ganze Ausstellung oder sogar auf die ganze Institution ausweiten. Nichtsdestotrotz sind über Interventionen, etwa durch das Hochladen der Werke oder das Mitdiskutieren über *Telegram*, punktuelle Eingriffe durch die Digitalität möglich. Im Zusammenhang mit der Algorithmizität stellt sich hier wie bei vielen digitalen Formaten die Frage, wie der Zugang geschaffen wird, wenn Besuchende nicht schon zuvor Interesse am Museum hatten. Werden sie über die Algorithmen der jeweiligen Suchmaschine auf diese Möglichkeit hingewiesen? Sind es dieselben Personen wie im analogen Raum, die auch dort partizipieren würden? Die Grenze der Zugänglichkeit durch das Digitale wird hier sichtbar. Nur weil Inhalte digital sind, heisst das nicht, dass automatisch andere Personen partizipieren. Durch die Möglichkeit der Gemeinschaftlichkeit können aber alle, die den Zugang finden, auch mitmachen und ihre eigenen Inhalte unter den gesetzten Bedingungen beisteuern. Es kann jedoch argumentiert werden, dass die Algorithmen auch über Themen funktionieren, nicht nur über Orte. Somit würde das Digitale den Zugang für Menschen öffnen, die Interesse am Thema und nicht nur an der Institution haben.

***Life on Planet Orsimanirana*, Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, 2021**

Das dritte zu analysierende Format im Rahmen der digitalen Co-Kreation ist die Ausstellung *Life on Planet Orsimanirana* (Abb. 23) im Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg, die vom 22. Januar 2021 bis zum 25. Juli 2021 stattfindet. Der Künstler und Designer Jerszy Seymour hat die Ausstellung gemeinsam mit Amica Dall vom Londoner Architekturkollektiv *Assemble* und Emanuele Braga von *Macao* in Mailand kuratiert. Die Ausstellung besteht einerseits aus einer analogen Ausstellung im Museum und andererseits aus einer Online-Plattform, auf die im Rahmen dieser Analyse der Fokus gelegt werden soll. Die Online-Plattform oszilliert zwischen Ausstellung, Radiosender, Workshop und Performance-Raum. Thematisch befasst sich das Format mit Fragen der Gegenwart und der Frage, wie sich die Partizipierenden ihre Gegenwart und ihre Zukunft vorstellen und diese leben wollen. Es soll über Gleichberechtigung und Frieden diskutiert werden. Dabei wird der Grundgedanke eines «Nicht-gesamt-Gesamtkunstwerkes» verfolgt. Über die Internetseite *radio-orsimanirana.com* werden Besuchende eingeladen, in das Format einzutauchen und zu partizipieren. Angesprochen werden Kollektive, Aktivist*innen, Künstler*innen, Designer*innen und Besucher*innen, diese digitale Welt zu erforschen, Musik zu machen, sich an Workshops und Diskussionen zu beteiligen, Ideen zu kreieren und



Abb. 23

LIVE!

2021-03-07 18:00 ANAL.FABETS - WORDS ARE LIES #1 (240 MIN) BERLIN ANAL.FABETS LIVE STREAMING EVERY SUNDAY FROM 18H UNTIL 22H

+++ COMING +++ M - GUT SHABBES W/STUDIO STRAUS #4 - ALEX DROOL - JERUSALEM ++ SATURDAY MAY 8TH - 11AM - THE MORNING SHOW W/ ASAF YAHIEL - V

diese im Radio zu teilen. Die Internetseite ist vielschichtig und hat ein schrilles Auftreten. Es gibt einen Live-Stream in einen Raum des Museums, welcher als Aufnahmestudio eingerichtet ist. Dieser ist vom Boden bis zur Decke mit Flecken in Pink und Grün versehen. Es stehen einige blaue Möbel, Lautsprecher, Gitarren und nicht definierbare Gegenstände herum. Die Startseite der Internetseite zeigt ein Standbild des Museumsraumes. Davor schwirren viele undefinierbare Formen mit Bildern, die jeweils einen Audiobeitrag der Ausstellung beinhalten, umher. Diese lassen sich ein- und ausblenden, sodass der Museumsraum dahinter sichtbar wird. Beim Klicken auf eine der Formen werden weitere Infos zum Beitrag angezeigt und der Beitrag kann abgespielt werden. Die Beiträge können durch unterschiedliche Kategorien gefiltert werden («Alternative Economy And Ecology», «Education And Play», «Equality And Post Colonialism», «Gender And Sexuality», «Organisation And Decision Making», «Production And Work», «Property And Energy» und «Spirituality And Hegemony»). Unten auf der Seite gibt es eine Leiste, die aktuelle Informationen und Veranstaltungen anzeigt. Über die Menüleiste (in Form eines Gesteins) können weitere Informationen zum Projekt, zum Programm, zur Partizipation und zu Beteiligten gefunden werden. Das Programm ist in sechs Kapitel unterteilt («New Cosmological Encounters», «Made From Queer Mud», «Post Anthropocentric Pleasure», «From Democracy To Moleculocracy», «Rivers Of

Infinite Funk» und «A Primordial Coup Without Causing Injury»), die jeweils einen Zeitabschnitt der Ausstellung betiteln. Besuchende können über «Participate» in der Menüleiste ein Zeitfenster auswählen und ihre eigenen Beiträge als Ergänzung zum gesetzten Programm hochladen. Wenn das Zeitfenster ausgewählt ist, muss Folgendes angegeben werden: Live-Stream oder Aufnahme, Titel, Ort, Name der/des Partizipierenden, Downloadlink, Bild und Text. Zudem soll der Beitrag in die von der Ausstellung definierten Kategorien eingeordnet werden. Die Kurator*innen bieten auch die Möglichkeit, die Infrastruktur des Museums (Mikrophone, DJ-Ausrüstung und Instrumente) vor Ort zu nutzen und den Beitrag aufzunehmen.¹⁴⁸

Die digitale-Plattform von *Life on Planet Orsimanirana* ist als digitale Gesamtausstellung mit einem analogen Raum im Museum als Studio aufgebaut. Besuchende können über den eingerichteten Partizipationskanal digital beitragen. Ähnlich wie beim vorhergehenden Beispiel können sie dies orts- und zeitunabhängig machen und sind somit nicht an die Öffnungszeiten oder den Standort des Museums gebunden. Auch hier kommt der Aspekt der Gemeinschaftlichkeit des Digitalen im Zusammenhang mit dem Ermöglichen von Co-Kreation zum Vorschein. Es

148 Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg / Jerszy Seymour Design Workshop / Assemblé / Macao 2021, Zugriff: 13.03.2021.

werden keine Grenzen gesetzt, wer etwas beitragen kann. Alle Menschen mit einem Internetzugang und der technischen Möglichkeit, eine Audiodatei aufzunehmen, können einen Beitrag zur Ausstellung leisten und somit zum Gesamtgefüge beitragen. Menschen, die technisch keine Möglichkeiten haben, eigene Beiträge aufzunehmen, sind eingeladen, das Aufnahme-studio im Museum zu nutzen. Dadurch wird das Museum zur Plattform, die den Besuchenden ermöglicht, eigene Inhalte zu produzieren und beizutragen. In diesem Zusammenhang entsteht ein Möglichkeitsraum, bei dem Besuchende aber an zeitliche und örtliche Begrenzungen und Rahmen gebunden sind. Das Format funktioniert somit sowohl medial, da Besuchende unabhängig von Vermittlungs- oder Museums-personen beitragen können, als auch personell, da Besuchende involviert sind, sobald sie den analogen Museumsort betreten. Besuchende können auch hier nur einen Teil der Ausstellung co-kreieren, jedoch gibt es einige Unterschiede im Vergleich zum Museum Ulm. Das Ausstel-lungsthema ist an Fragen orientiert aufgebaut. Es wird kein fixes Thema bestimmt, sondern eher ein Themenbereich. Dieser ist breit gefasst und den Besuchenden steht es frei, ihre Inhal-te dort einzufügen, wo sie möchten. Zudem werden die Inhalte nicht von den Kurator*in-nen gefiltert. Alle Beiträge werden zugelassen. Hierarchie und Deutungsmacht der Institution fallen zum Teil weg, da nicht mehr durch die Institution entschieden wird, was gezeigt wird

und was nicht, sondern durch die Besuchenden. Diese können auch einen Zeitabschnitt wählen und somit selber entscheiden, wann die jewei-ligen Inhalte eingespielt werden. Die Institution gibt somit auch die Macht über das Steuern des Objektes ab. Für die Institution wird dadurch das Endergebnis unvorhersehbar. Jedoch soll auch hier festgehalten werden, dass die Co-Kreation nur punktuell stattfindet. Zwar haben die Besu-chenden mehr Freiheiten, eigene Inhalte beizu-tragen, jedoch bleibt dies punktuell und digital. Das Grundgerüst der Ausstellung wird von Jerszy Seymour mit Amica Dall und Emanuele Braga in Zusammenarbeit mit der Institution gesetzt. Es wird also den Besuchenden klar vorgegeben, in welchem Rahmen sie in der Ausstellung partizi-pieren können. Auf einer transformativen Ebe-ne stellt dieses Format die Deutungshoheit der Institution zum Teil in Frage und ist einen Schritt näher am Abbau der Machtstrukturen des Mu-seums als dies beim Beispiel *Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021* der Fall ist. Ein weiteres Argument dafür ist, dass die Ausstellung von mehreren Künstler*innen-Kollektiven konzipiert und kuratiert wurde. Somit nimmt die Institution ihre museale Deutungsmacht ein Stück zurück und ermöglicht museumsexternen Gruppen, eine Ausstellung von Grund auf zu konzipieren. Das Museum wird in dem Zusammenhang zu einem Ort, der eine Repräsentation und Mit-gestaltung unterschiedlicher Öffentlichkeiten ermöglicht und als Plattform fungiert, um die-ses Projekt umzusetzen. Es wird eine externe

Perspektive ins Museum gelassen. Somit kann von einer Co-Kreation mit Künstler*innen gesprochen werden, die zu einer interaktiven und institutionellen Transformation führen kann, da das Museum seine Hierarchien aufbricht, Zusammenarbeit zulässt und eine veränderbare Institution wird. Besuchende werden in diesem Rahmen als punktuelle Co-Kreator*innen verstanden, die innerhalb dieses Gefüges eigene Ansichten und Inhalte, welche in die gesamte Ausstellung fließen, beitragen können.

04.01 Digitale Co-Kreation in der Praxis

Anhand der drei Beispiele konnte eine Bandbreite an Möglichkeiten für den Einsatz digitaler Co-Kreation als Vermittlungsmethode in Kunstmuseen aufgezeigt werden. Dieses Feld entwickelt sich ständig weiter. Es soll nicht der Anspruch dieser Arbeit sein, dieses Feld komplett abzustecken, jedoch konnte herausgearbeitet werden, dass der digitale Raum und die Digitalisierung von Daten unterschiedliche Möglichkeiten bieten, unterschiedlichsten Personen Zugang und Entscheidungsmächte zu gewähren. Die Co-Kreation kann in diesem Rahmen als Methode festgehalten werden, die einen solchen Einbezug auf unterschiedlichen Ebenen ermöglicht. Somit könnte argumentiert werden, dass eine Transformation des Museums angetrieben werden könnte, wenn solche Formate und die

Möglichkeiten, die diese bieten, digital und analog stärker in die Strukturen des Museums einbezogen werden. Das Museum als Ort der Zusammenarbeit, als veränderbare Institution, das die Mitgestaltung unterschiedlicher Öffentlichkeiten zulässt, seine museale Deutungsmacht und somit auch die Kritik- und Handlungsfähigkeit abgibt sowie die Selbstermächtigung der Besuchenden fördert, könnte dies erreichen. Jedoch ist anzumerken, dass in der institutionellen Realität nach wie vor die Frage bleibt, ob das Museum eine solche Plattform werden kann, ohne dabei die eigene Legitimität, die zur finanziellen Förderung führt, aufzugeben. Kann Co-Kreation als Methode so weit in die Strukturen des Museums integriert werden, dass das Museum auf allen Ebenen der Entscheidungs-, Finanzierungs-, Konzeptions- und Produktionsprozesse co-kreiert werden kann? Wer sind in einem solchen Rahmen die Personen, die co-kreieren können und welche neuen Formen des Ausschlusses werden generiert? Beachtet werden muss, dass Museen und ihre Sammlungen stark in politische und rechtliche Bereiche verwoben sind. Inwieweit sich diese und die betreffenden Entscheidungsträger*innen hiervon lösen können und wollen, ist fraglich. Aus den analysierten Formaten ging hervor, dass jeweils eine weitere Institution oder Gruppe hinzugezogen wurde, sei es MFG Kreativ, das *nextmuseum.io* oder ein Künstler*innen-Kollektiv. Das *nextmuseum.io* ist eine Initiative des Museums Ulm selber, die beiden anderen sind

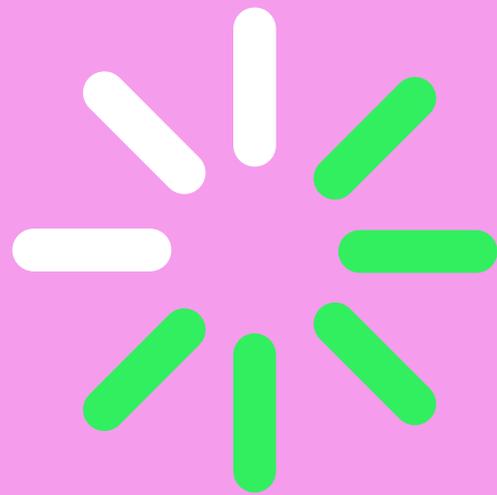
institutionsextern. Hier stellt sich die Frage, ob sich das Museum auf einer solch fundamentalen Ebene nicht selbst hinterfragen kann. Sind die museale Deutungshoheit und die damit verbundenen Ausschlussmechanismen vielleicht so grundlegend in das Konzept des Museums integriert, dass eine Loslösung zum Auflösen der Institution führen könnte? Muss das Museum in einem solchen Fall daran festhalten, um überhaupt seinen Platz in der Gesellschaft behalten zu können? Um in der Gesellschaft relevant zu bleiben, muss das Museum sich jedoch wandeln. Kann ein solcher Wandel eventuell nur mit externen Initiativen und Besucher*innen passieren, weil die Institution so sehr in der Struktur verankert ist, dass sie selber einen solchen Wandel auch nur innerhalb dieser Strukturen vollziehen könnte? Diese Methode sollte auch im Hinblick auf unterschiedliche digitale Kompetenzen der Besuchenden beleuchtet werden. So können sich Menschen, die sich besser mit digitalen Medien auskennen, besser ins Museum einbringen. Zudem soll auch noch herausgehoben werden, dass es verschiedene Formen der Kulturrezeption gibt und in einem solchen Format das Partizipieren über die Rezeption gestellt wird. Zwar werden einerseits Möglichkeiten geboten, eigene Lebensrealitäten ins Museum zu integrieren, jedoch kann auch argumentiert werden, dass in der heutigen Leistungsgesellschaft ständig erwartet wird, dass man etwas produziert. In einem solchen Zusammenhang stellt sich die Frage, was eine

Ausstellung können oder wollen soll. Die Methode digitale Co-Kreation ermöglicht im Endeffekt auch nur bestimmten Menschen, sich im Museum einzubringen, da manchen entweder der Zugang zum Format, die nötigen technischen Kompetenzen oder die nötige Zeit fehlt. Im Museum ist Partizipieren ein Privileg, welches zum Beispiel Menschen, die wenig Freizeit oder mangelnde finanzielle Ressourcen haben, nicht zukommt. Ob eine digitale Co-Kreation zu einem inklusiven Museum führen könnte, ist an dieser Stelle anzuzweifeln, jedoch ermöglicht es eine Mehrstimmigkeit in Bezug auf spezifische Aspekte. Solange diese punktuellen Aspekte von der Institution bestimmt werden, kann die Co-Kreation in gewisser Weise als transformativ verstanden werden. Dies kann sich jedoch nicht auf die gesamte Institution auswirken. Zudem sind Formate, die im Rahmen der Co-Kreation entstehen, nicht automatisch transformativ. Zum Beispiel ist der Game-Prototyp *OmniQuest*, der mit den offenen Kulturdaten der Kunsthalle Karlsruhe konzipiert wurde, als affirmatives und reproduzierendes Vermittlungsformat zu verstehen, da neue Zugänge zu den Kunstwerken geschaffen werden, jedoch mit der Absicht, neue Interessensgruppen ans Museum heranzuführen. Zudem werden das Museum und seine Sammlung inhaltlich nicht kritisch betrachtet. Jedoch ist der Ansatz, Menschen, die nicht in die Institution eingebunden und somit dem institutionellen Rahmen komplett untergeordnet sind, die Möglichkeit zu bieten, ihre Ideen

einzubringen, als transformativ zu verstehen. Auch hier stellt sich die Frage, inwiefern dabei die museale Deutungshoheit tatsächlich abgebaut wird. Sind Partizipierende in der Struktur der Institution derart gefangen, dass in diesem Rahmen eine kritische Haltung gegenüber der Institution, die so weit gehen würde, dass die institutionelle Legitimation fundamental hinterfragt wird, nicht möglich ist? Hier bietet der digitale Raum gewisse Möglichkeiten, da alle etwas beitragen können und somit eine Chancen für eine solche Dekonstruktion, die auch eine Transformation nach sich ziehen könnte, die es noch zu erforschen und auszuprobieren gilt, bietet. Eine weitere offene Frage in Bezug auf die co-kreierten Inhalte ist, ob die Ausstellungen und Formate tatsächlich als Miteigentümerschaft der Institution und der Partizipierenden gleichermaßen verstanden werden können.

Im Folgenden soll ein Konzept vorgestellt werden, welches als Antwort auf die vorliegende Arbeit verfasst wurde. Es handelt sich dabei um einen experimentellen Ansatz, der auch als Kommentar auf die Frage verstanden werden kann, was es bedeutet, wenn eine Ausstellung oder ein Museum als Plattform betrachtet wird. Welche Rolle nimmt die Kurator*in ein, welche die Besuchenden? Welche Rolle spielt der digitale Raum und was passiert, wenn dem Museum respektive die Kurator*in gänzliche Entscheidungsmacht entzogen wird? Geht dies überhaupt? Inwieweit

müssen gewisse Parameter gesteckt werden? Gleichzeitig reagiert es auf die oben gestellten Fragen und versteht sich als institutionsexterne Plattform, die innerhalb der Institutionen eine Transformation vorantreiben möchte.



Konzept:
YouCurate

Einleitung

Das folgende Konzept wurde im Rahmen der Masterthesis *YouCurate – Digitale Co-Kreation als transformative Vermittlungsmethode* verfasst und versteht sich als Grobgerüst für eine Plattform, welche sich den jeweiligen Gegebenheiten, Institutionen und Beteiligten anpassen lässt. Es wird also ein Gerüst vorgeschlagen, dessen Parameter bei der Umsetzung der Situation angepasst und unterschiedlich gesteckt werden können. Das Konzept ist für keine bestimmte Institution gedacht und auch nicht als beendet zu denken, zumal in diesem Konzept der Fokus auf den Prozess gerichtet ist. Es ist auch als Experiment mit performativen Elementen angedacht. Das Konzept kann als Gegenkommentar zum Bild des Star-Kurators¹⁴⁹ und des Museums als Tempel verstanden werden. Wenn im Folgenden über die Kurator*in gesprochen wird, ist die Autorin selbst gemeint. Es ist von den Interessen und Kompetenzen der Autorin geprägt, kann jedoch auf jede Person ausgeweitet werden.

Ausgangssituation

Das Konzept reagiert auf die aktuelle Situation der zunehmenden Digitalisierung von kulturel-

¹⁴⁹ Hier wird absichtlich der generische Maskulin verwendet, da Frauen in diesem Bereich als marginalisiert verstanden werden.

len Prozessen wie das Ausstellen und die Vermittlung. Durch die Pandemie Covid-19 wird der Prozess der Digitalisierung von Ausstellungen und derjenige der Vermittlung rasant vorangetrieben. Analoge Formate werden ins Digitale übersetzt und neue Formen ausprobiert. Dabei stellt der digitale Raum einen Raum mit veränderten Bedingungen in Bezug auf Hierarchien, Ordnungen, Darstellungen und Interaktionsformen dar. Der digitale Raum und die Digitalisierung bieten diverse Möglichkeiten, Menschen ausserhalb der Institutionen in den Konzeptions- und Produktionsprozess von Ausstellungen und einzelner Teile davon zu integrieren. Eine solche Co-Kreation beschränkt sich meist auf einzelne Teilbereiche der Ausstellung und lässt sich schwer als ausstellungsübergreifende Methode einsetzen. Das Konzept *YouCurate* stellt die folgenden Fragen: Was passiert, wenn sich das Museum respektive der Ausstellungsraum als Plattform für Besuchende versteht? Wie können digitale Medien und das Internet einen Zugang schaffen und eine Partizipation an dieser Plattform ermöglichen? Welche Rolle nimmt in diesem Fall eine Kurator*in oder Vermittler*in ein? Inwieweit können Personen zur offenen Beteiligung eingeladen werden und wie weit muss das «Spielfeld» abgesteckt werden? Welche Parameter können gesetzt werden, um einen Einstieg unterschiedlichster Personen zu ermöglichen und diese anzutreiben, ohne dass es sich lediglich um ein Mitmachen innerhalb eines gesteckten Rahmens handelt?

Idee

Das Konzept beinhaltet eine Internetseite, die als Plattform für die Partizipation verstanden wird, und ein performatives Format, welches über die Homepage gesteuert werden kann. Das performative Ausstellungs- und Vermittlungsformat *YouCurate* bietet eine Plattform für eine Form der co-kreativen Ausstellung mit Internetnutzer*innen. Eine «Kurator*in» befindet sich während eines bestimmten Zeitraumes in einem vorbestimmten Raum, der von verschiedenen Winkeln videoüberwacht wird. Das Publikum (alle, die in dieser Zeit das Internet nutzen und den Zugang zum Format gefunden haben) kann über diverse digitale Kommunikationsmedien (Anruf, *Facetime*, *WhatsApp*, *Telegram*, *Signal*, *Instagram*, *Zoom*, E-Mail) mit der Person im Raum kommunizieren. Dabei soll das Ziel sein, eine Ausstellung mit den Inhalten und Ideen, die von den Besuchenden an die «Kurator*in» herangetragen werden, zu kuratieren. Dabei werden Parameter für die Interaktion in Form von Themen oder Materialien gesetzt. Je nach Ort und Kontext können diese variieren. Sie können entweder Teil des performativen Live-Teiles von *YouCurate* sein oder vorab über Abstimmung auf der Plattform entstehen. Um klarer aufzuzeigen, wie das Format funktionieren kann, wird es an zwei unterschiedlichen Beispielen erklärt.

Beispiel 1: Kunstmuseum mit Museumssammlung
Hierbei handelt es sich um ein fiktives Bei-

spiel, welches aber die Funktion einnimmt, das Konzept, welches sich als Grobgerüst für unterschiedlichste örtliche und zeitliche Parameter versteht und auf diese reagieren kann, greifbar zu machen.

In einem Kunstmuseum soll eine Ausstellung der Sammlung präsentiert werden. Die Parameter bilden die Sammlung und der Museumsraum. Da in der Realität nicht die ganze Sammlung im Raum aufgestellt werden kann, gibt es eine Vorauswahl bei den Werken. Diese kann über die Homepage von *YouCurate* mit den Besuchenden stattfinden. Das Museum stellt dabei seine digitale Sammlung zur Verfügung. In einem ersten Schritt könnten Besuchende über die Seite eine gewisse Anzahl an Werken, die über einen Mehrheitsentscheid festgelegt wird, auswählen. Hier zeigen sich die Hierarchien des Internets, indem die Inhalte, die am häufigsten angeschaut oder verwendet werden, mehr Verwendung finden. Auf der Seite *YouCurate* gilt es, solche Prozesse kritisch zu reflektieren. Somit können Besuchende über die Internetseite die Werke für die kommende Ausstellung bereits im Vorhinein bestimmen. Natürlich kann auch hier argumentiert werden, dass diese Auswahl nur innerhalb der bereits bestehenden Sammlung, die bereits durch bestimmte Machtstrukturen heraus existiert und ausgewählt wurde, passiert. Jedoch kann wie beim *nextmuseum.io* ein weiterer Schritt, bei dem die Besuchenden auch eigene Beiträge hochladen können, hinzuge-

fügt werden. Zur Illustration des Formates wird jedoch bei der einfachen Auswahl geblieben. Nachdem also die Vorauswahl getroffen ist, werden die Werke mit der Kurator*in in einen videoüberwachten Raum gestellt. Die Kurator*in hat Computer, Drucker, Wandfarben und weitere Materialien zur Verfügung. Diese zusätzlichen Materialien könnten im Vorhinein von den Besuchenden ausgewählt werden. Während 24 Stunden ist eine Person oder abwechselnd mehrere Personen mit den Werken im Raum. Besuchende können den Raum über Videoüberwachung betrachten und auch auf die Werke und Materialien zugreifen. Sie können über *Zoom*, Anruf oder Chat mit den Kurator*innen in Kontakt treten und Anweisungen geben. Diese Anweisungen können hinsichtlich der Formen der Hängung, der Inhalte zu den Werken, der Bewegungen im Raum etc. gegeben werden. Selbstverständlich müssten zum Schutz der Personen und der Werke gewisse Grundregeln bestehen. Wenn von den Besuchenden keine Anweisungen kommen, werden die Kurator*innen auch nichts machen und können sich frei im Raum bewegen. Da dieser ganze Prozess digital stattfindet, können auch Menschen unterschiedlichster Zeitzonen partizipieren. Die daraus resultierende Ausstellung wird dann im Rahmen des Museums mit der Videoaufnahme des Prozesses gezeigt. Es ist dabei am Anfang nicht voraussehbar, was das Endergebnis sein wird, jedoch orientiert sich dieses Format am Prozess und fragt danach, wie weit Besuchende

über digitale Medien in den Prozess des Ausstellungsmachens eingebunden werden können und ob es einen Weg zu einem co-kreativen Museum gibt. Der Bezug zum analogen Raum im Rahmen des Experiments ist in dem Sinne wichtig, als dadurch auch das Museum als Ort und die Museumsräume dekonstruiert werden können. Zudem soll mit dem Aspekt des Fremdbestimmens, der Überwachung und des unmittelbaren Reagierens gespielt werden. Es wird die Frage gestellt, wie weit die Autorschaft an eine Gruppe abgegeben werden kann und welche Rolle digitale Medien dabei spielen.

Beispiel 2: Leerer Museumsraum

Ein anderes Beispiel für eine mögliche Anwendung von *YouCurate* startet in einem leeren Museumsraum. Es ist das gleiche Setting gegeben, jedoch geht es dieses Mal nur um die Kommunikation und die Vorbereitung auf eine mögliche Ausstellung. Besuchende können sich während 24 Stunden dazuschalten, den Raum beobachten und über *Zoom*, Anruf oder Chat mit den Kurator*innen sprechen und interagieren. Diesmal werden über verbale Anweisungen, weniger auf physische Materialien bezogen, Themen und Ideen für eine Ausstellung erarbeitet. Grundgedanken dazu sind, dass ein riesiges Mindmap erstellt wird, welches von der Kurator*in entlang den Anweisungen zusammengestellt wird. Hier werden Ideen und Inputs, wie eine zukünftige Ausstellung aussehen kann, gesammelt. Die Kurator*in

übernimmt eine moderierende Rolle. Das Ziel wäre es, herauszufinden, welche Themen in welchem Zusammenhang in der Ausstellung gezeigt werden sollen. Es soll eine Ausstellung entstehen, die von den Partizipierenden co-kreiert ist. Dabei bietet das Museum die Plattform und die Rahmenbedingungen, die Besuchenden entscheiden aber, wie und was gezeigt wird. Dieses Konzept wird in einem zweiten Schritt mit den Partizipierenden umgesetzt. Auch hier ist das Endprodukt nicht vorhersehbar. Der Prozess beim Schaffen von Bedeutung und Generieren eines Wertes, was ein Museum macht, wird geöffnet und mit diversen Personen diskutierbar. Dieses Konzept wurde durch diverse Formate und Aktionen inspiriert, einige davon expliziter, andere eher implizit. Sie werden hier ohne Rücksicht auf Relevanz oder Art des Formates kurz aufgeführt: Einerseits handelt es sich um Reality-TV Sendungen wie *Big Brother*, bei denen verschiedene Menschen über Wochen in einem Haus zusammenleben und durch das Publikum herausgewählt werden können.¹⁵⁰ Eine weitere Inspiration bietet andererseits die Arbeit von Christoph Schlingensiefel *Bitte liebt Österreich – Erste Österreichische Koalitionswoche* aus dem Jahr 2000. Schlingensiefel veranstaltete diese hochpolitische Containeraktion im Rahmen

¹⁵⁰ [https://de.wikipedia.org/wiki/Big_Brother_\(Fernsehshow\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Big_Brother_(Fernsehshow)), Zugriff: 07.04.2021.

der Wiener Festwochen. Dabei wohnten 12 von Schlingensiefel als Asylbewerber*innen anmoderierte Personen eine Woche lang in einem Container neben der Wiener Staatsoper. Über Anrufe und über das Internet konnten Personen jeweils für eine der Asylbewerber*innen stimmen, die danach in ihr Heimatland ausgeschafft werden sollte. Dabei gelang Schlingensiefel ein höchst zynischer Kommentar zur österreichischen Asylpolitik.¹⁵¹ Die Homepage <https://www.window-swap.com> war ebenfalls eine Inspirationsquelle. Hier können sich Besuchende der Seite in Videoaufnahmen von Blicken aus Fenstern verschiedener Personen klicken und so lange verweilen, wie sie möchten, und dann zum nächsten Fenster weiterklicken.¹⁵² Das Format *Print and Play Exhibition* von Marieke van den Belt und Thieu Custers kann ebenfalls als Inspiration einbezogen werden. Dabei können Besuchende die auf A4 konzipierten Kunstwerke Zuhause ausdrucken und ihre eigene Wohnung zu einer Kunstaussstellung werden lassen.¹⁵³ Die letzte und vielleicht direkteste Inspiration ist *Ask a Curator*. Jim Richardson hat das Format 2010 ins Leben gerufen. Es hat auch 2020 stattgefunden. Dabei konnten

¹⁵¹ <https://www.schlingensiefel.com/projekt.php?id=t033>, Zugriff: 27.02.2021.

¹⁵² <https://www.window-swap.com>, Zugriff: 05.03.2021.

¹⁵³ <https://printandplayexhibition.com>, Zugriff: 27.02.2021.

Besuchende über Soziale Medien wie Twitter, Instagram oder Facebook mit Kurator*innen verschiedener Institutionen weltweit in Kontakt treten und alle Fragen stellen, die sie mochten.¹⁵⁴

Ziele

Ein Ziel des Formates ist es, über eine Form der digitalen Co-Kreation eine Ausstellung im analogen Raum zu erzeugen. Dabei wird wie im digitalen Raum versucht, eine Unmittelbarkeit der Ausführung zu erreichen. Simultan zum Input der Besuchenden wird versucht, dies in einem analogen Raum umzusetzen. Die Dezentralisierung durch die Möglichkeit der digitalen Interaktion soll den Zugang für so viele Personen wie möglich öffnen. Auf der einen Seite soll ausprobiert werden, wie die kuratorische Handschrift über digitale Medien von einer Gruppe übernommen werden kann, auf der anderen Seite soll auch gefragt werden, wie ein Museum und der Prozess des Kuratierens und der Vermittlung funktionieren können, wenn der Prozess komplett geöffnet wird. Vielmehr stellt sich die Frage, ob dieser überhaupt so geöffnet werden kann, da nach wie vor Parameter gesteckt werden, innerhalb derer die Co-Kreation passiert. In der Offenlegung der

¹⁵⁴ <https://www.museumnext.com/article/ask-a-curator/>, Zugriff: 02.03.2021.

«Spielregeln» und der Fremdbestimmung wird gefragt, wer bestimmt, was gezeigt wird. Das Ziel ist es, ein interaktives, partizipatives und co-kreatives Format zu versuchen, welches die Rolle der Kurator*in auf den Akt des Bereitstellens und Facilitierens beschränkt. Das Format soll als Form eines spekulativen Diskurses definiert werden. Selbstverständlich könnte in einer solchen Konstellation die Beziehung zwischen Besucher*in und Kurator*in kritisch betrachtet werden, da die Unterscheidung dieser beiden nicht aufgehoben wird und bestimmte Machtstrukturen dadurch reproduziert werden. Von anderen regiert zu werden und die Rolle der Besucher*innen, die eine Person über digitale Medien steuern können, kann auch problematisiert werden, jedoch soll diese Überspitzung auch als kritischer Kommentar dienen. Zudem sollen die Grenzen der Fremdbestimmung und Fremdrepräsentation auf experimentelle Art ausgelotet werden. Das Format spielt auch mit einem Aspekt des Voyeuristischen, was ebenfalls kritisiert werden kann, jedoch auch eine reizvolle Komponente hat. Natürlich lässt sich ein solches Format auch in einem beliebigen Raum durchführen. Im Zusammenhang mit einer Institution ist es aber interessant, herauszufinden, wie mit den Parametern der Institution umgegangen werden kann. Dabei reflektiert das Format diese mit und soll sie offenlegen. Das Ziel ist es aber auch, über einen humorvollen, spielerischen Ansatz das Kuratieren als Prozess zu öffnen und auch das Prozesshafte zu

betonen, denn das Endergebnis kann in einem solchen Rahmen nicht vorhergesehen werden.

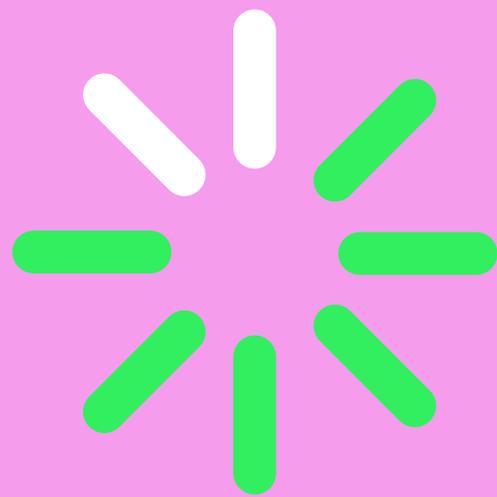
Wer erreicht wird

Grundsätzlich wird versucht, von einem «Zielgruppen-Gedanken» wegzukommen und alle Personen anzusprechen, die Zugang zum Internet haben. Wie aber im Verlauf der Arbeit aufgezeigt werden konnte, werden Inhalte im Internet für Besuchende über Algorithmen gefiltert, sodass nicht alle immer alles sehen. Somit werden höchstwahrscheinlich jene Personen angesprochen, die sich schon zuvor mit der jeweiligen Institution, den beteiligten Personen oder dem Thema auseinandergesetzt haben. Dennoch ist es in diesem Zusammenhang fruchtbar, zu denken, dass über Themenfelder und Interessen Zugänge geschaffen werden können, anstatt zum Beispiel über den Werdegang oder die Herkunft. Die Frage nach dem Zugang zum Format ist nicht geklärt, jedoch bietet die Anschliessung auch an gängig benutzte Soziale Medien die Möglichkeit, Menschen zu beteiligen, die sich im analogen Raum nicht beteiligen könnten oder würden. Vielmehr geht es darum, zu untersuchen, wie co-kreative digitale Prozesse funktionieren könnten, um unterschiedliche Perspektiven in Bezug auf die Konzeption und Produktion von Ausstellungen zu generieren. Die kuratorische und die vermittlerische Praxis sollen kritisch beleuchtet sowie nach Rollen und Verhältnissen von ver-

schiedenen Akteur*innen gefragt werden.

Dokumentation/Ausstellung

Der gesamte Prozess wird aufgezeichnet und live übertragen. Die daraus resultierende Ausstellung wird am jeweiligen Ort als Ausstellung besuchbar sein. Die Dokumentation und Entscheidungsprozesse, die in Form von Inputs durch die Besuchenden geleistet werden, sollen digital einsehbar sein, da auch eine Transparenz des Prozesses angestrebt wird. An dieser Stelle ergeben sich allerdings Fragen in Bezug auf den Datenschutz, die in diesem Rahmen nicht geklärt werden können.

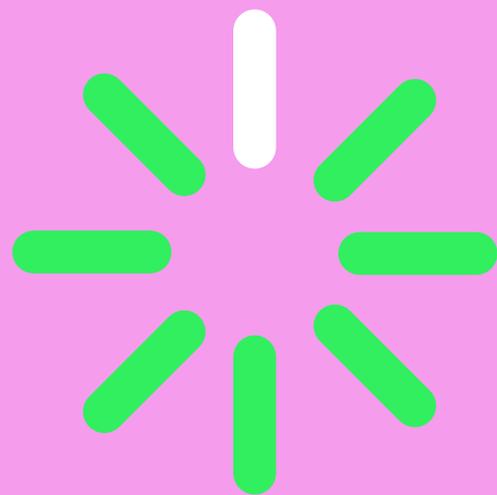


Fazit

Die vorliegende Arbeit hat sich mit der digitalen Co-Kreation als transformative Vermittlungsmethode auseinandergesetzt. Dabei wurden unterschiedliche digitale Vermittlungsformate betrachtet und beobachtet, dass zurzeit viele dieser Formate einen affirmativen und reproduzierenden Charakter haben. Formate, welche die museale Deutungshoheit abbauen und Ausschlussmechanismen und Machtstrukturen offenlegen, sind eher vereinzelt anzutreffen. Es kann festgehalten werden, dass über den digitalen Raum Möglichkeiten für partizipative Verfahren wie die Co-Kreation eröffnet werden. Verschiedenste Personen können dezentral, ohne an Öffnungszeiten gebunden zu sein, individuell Beiträge leisten und interagieren. Dies bedeutet jedoch nicht, dass dadurch automatisch transformative Prozesse angeregt werden. Gleichzeitig macht die Digitalisierung auch neue Hierarchien auf und es werden neue Formen des Ausschlusses generiert. Hiermit sind nicht nur Menschen ohne Zugang zu digitalen Endgeräten oder der dazugehörigen Kompetenz gemeint, sondern auch implizite Rahmen, denen zugunsten einer Partizipation zwangsläufig zugestimmt wird. Somit müssen die gesteckten Rahmenbedingungen und Formate so konzipiert werden, dass dieses Potenzial des Digitalen genutzt werden kann. Durch das Einbinden von Personen in die Produktions- und Konzeptionsprozesse können gewisse Machtstrukturen aufgebrochen werden, jedoch wird dies mitunter lediglich im Hinblick auf die Erhöhung von

Besucher*innenzahlen und der Legitimation der Institution getan. Diesbezüglich zeigte sich, dass eine Co-Kreation meist nur punktuell bei der Vermittlung oder der Ausstellung eingesetzt wird und diese als übergreifende Ausstellungspraxis schwer zu erreichen ist und durch die Partizipation nicht per se inklusiv wird. Ob museale Institutionen aus sich heraus eine solche Öffnung in Richtung einer Mehrstimmigkeit vollziehen können und Strukturen, die dadurch aufgebrochen würden, tragende Teile der Institution selber sind, sodass sich ein Museum ohne sie weitgehend auflösen würde, ist offen. Kann das Museum im gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Konstrukt, in dem es steckt, überhaupt die Strukturen so weit öffnen und die Infragestellung der eigenen Legitimation zulassen, ohne dabei die gesellschaftlichen und finanziellen Grundlagen seiner Existenz abzubauen? Könnten die jeweiligen Angestellten und Führungspersonen ihre Anstellung noch legitimieren und wandeln? Könnten die jeweiligen Sammlungen so weitergeführt werden? Könnte eine solche Öffnung über das Mitwirken von externen, drittmittelfinanzierten Projekten und Initiativen vorangetrieben werden? Diese Fragen zu beantworten, hätte den Rahmen der vorliegenden Arbeit gesprengt. In erster Linie wurde die digitale Co-Kreation als Möglichkeit betrachtet, Eingriffe in die Strukturen des Museums zu lancieren, um Deutungshoheiten und damit verbundene Ausschlussmechanismen aufzubrechen.

Das erarbeitete Konzept *YouCurate* soll als Kommentar und Ansatz auf diese Fragen verstanden werden. Als externe Plattform könnte eine Zusammenarbeit mit einem Museum angestrebt werden, um diese Veränderungen von aussen voranzutreiben. Imaginiert wurde somit ein pluralistisches, mehrstimmiges Museum, welches seine Rolle in der Gesellschaft in der Produktion von Bedeutung und Ausschlüssen reflektiert, offenlegt und zu verändern sucht, also ein Museum, welches als Plattform für unterschiedlichste Öffentlichkeiten und deren Anliegen und Ideen offen ist und diese fördert und unterstützt. Diese Imagination, so zeigte sich in der Analyse, ist nur zum Teil in der institutionellen Realität umzusetzen. Es bleibt die Frage, ob das Museum einen solchen Wandel hin zu einer gesellschaftlichen Akteur*in im Sinne einer inklusiven, diversen und inkludierenden Gesellschaft vollziehen kann, ohne in der Zukunft in diesem Sinne gar kein Museum mehr zu sein. Im Zusammenhang mit dem Museum, dem Kuratieren, der Vermittlung und der Digitalität bleibt zudem abzuwarten, wie neue Technologien wie zum Beispiel die künstliche Intelligenz dieses Feld in Zukunft weiter verändern werden. Zudem stellt sich die Frage, ob das Museum auch zu einem Bildungsinstrument für digitale Medien werden könnte und über das Vermitteln der nötigen Kompetenzen und Infrastruktur neue Zugänge eröffnen kann, ohne dabei implizit Werte und Normen zu vermitteln.



Literatur- verzeichnis

Abels, Heinz (2009): Einführung in die Soziologie. Band 2: Die Individuen in ihrer Gesellschaft. Wiesbaden.

Buschmann, Renate (2020): Corona XIV. Die Kunst der Stunde: Internet Art. Hypothese. <https://kure.hypotheses.org/909>. Zugriff: 03.01.2021.

Deutscher Museumsbund e.V. / Bundesverband Museumspädagogik e.V. / Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit e.V. (2013): Das inklusive Museum. Ein Leitfaden zu Barrierefreiheit und Inklusion. Berlin.

Düspohl, Martin / Miera, Frauke / Bluche, Lorraine (2012): Partizipation im Berliner Kreuzberg Museum. Erfahrungen und Perspektiven. In: Gesser, Susanne / Handschin, Martin / Jannelli, Angela / Lichtensteiger, Sibylle (Hrsg.): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen. Bielefeld: 156–163.

Gesser, Susanne / Handschin, Martin / Jannelli, Angela / Lichtensteiger, Sibylle (2012): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen. Bielefeld.

Hugger, Kai-Uwe (2020): Zur gegenwärtigen Bedeutung von digitalen Medien in jugendlichen Lebenswelten. Die wichtigsten Ausdrucksformen in fünf Punkten. In: Kosuch, Markus

/ Will, Agnes (Hrsg.): Kreativ und Digital. Kulturelle Bildung in Zeiten der Digitalität in Baden-Württemberg. Baden-Württemberg: 19–21.

IAE Zürcher Hochschule der Künste / Pro Helvetia (2012): Zeit für Vermittlung. Eine online Publikation zur Kulturvermittlung mit Begleitforschung des Programms Kulturvermittlung von Carmen Mörsch und Anna Chrusciel. Zürich.

Karow, Susanne (2019): Local Art – Transformative Perspektiven in der partizipativen Museumsarbeit. Kubi-Online. <https://www.kubi-online.de/artikel/local-art-transformative-perspektiven-partizipativen-museumsarbeit>. Zugriff: 26.04.2021.

Kramer, Heike (2020): Content first! Digitalität in Museen Herausforderungen und Chancen der Digitalität für Museen. In: Kosuch, Markus / Will, Agnes (Hrsg.): Kreativ und Digital. Kulturelle Bildung in Zeiten der Digitalität in Baden-Württemberg. Baden-Württemberg: 44–47.

Krebber, Gesa (2020): Kollaboration in der Kunstpädagogik. Studien zu neuen Formen gemeinschaftlicher Praktiken unter den Bedingungen digitaler Medienkulturen. München.

Landkammer, Nora (2012): Vermittlung als kollaborative Wissensproduktion und Modelle der Aktionsforschung. In: Settele, Bernadett / Mörsch, Carmen et al. (Hrsg.): Kunstvermittlung in Transformation. Zürich.

Lind, Maria (2009): Collaborations. On Collaboration, Agency and Contemporary Art. Public. <https://public.journals.yorku.ca/index.php/public/article/view/30385>. Zugriff: 26.4.2021.

Markgraf, Daniel (2018): Co-Creation. Gabler Wirtschaftslexikon. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/co-creation-54454/version-277486>. Zugriff: 26.04.2021

MFG Kreativ (2020): Virtueller Hackathon mit offenen Kulturdaten. <https://kreativ.mfg.de/news/details/1991-virtueller-hackathon-mit-offenen-kulturdaten/>. Zugriff: 05.04.2021.

MFG Kreativ (2020): Die Game-Prototypen. OmniQuest. <https://kreativ.mfg.de/digitale-kultur/bildergalerie/open-culture-bw/die-games/aloha-1-15-1-1/>. Zugriff: 15.04.2021.

Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg / Jerszy Seymour Design Workshop / Assemble / Macao (2021): Life on Planet Orsimanirana. <https://www.radio-orsimanirana.com/>. Zugriff: 13.03.2021.

Muttenthaler, Roswitha / Regina Wornisch (2006): Gesten des Zeigens. Zur Repräsentation von Gender und Race in Ausstellungen. Bielefeld.

Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzpunkt von vier Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation. In: Kunstvermitt-

lung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12. Berlin: 9-33. NRW Forum / Museum Ulm (2021): Das schönste Bild bei mir zuhaus 2021. <https://www.next-museum.io/exhibitions/das-schoenste-bild-bei-mir-zuhause-2021/>. Zugriff: 01.04.2021.

Piontek, Anja (2018): Partizipation und Museum: Spannend und spannungsvoll zugleich. Kubi-Online. <https://www.kubi-online.de/artikel/partizipation-museum-spannend-spannungsvoll-zugleich>. Zugriff: 22.04.2021.

Reinwand-Weiss, Vanessa-Isabelle (2020): Kulturelle Bildung und Digitalisierung – zwei Gegensätze? Grundsätzliche Beobachtungen zum Zusammenspiel der beiden Welten. In: Kosuch, Markus / Will, Agnes (Hrsg.): Kreativ und Digital. Kulturelle Bildung in Zeiten der Digitalität in Baden-Württemberg. Baden-Württemberg: 14-17.

Reitstätter, Luise (2015): Die Ausstellung verhandeln. Bielefeld.

Rupprecht, Carola / Weckwerth, Susanne (2015): Inklusion – auch in Museen? Überlegungen für die Praxis mit Menschen mit Behinderung. Kubi-Online. <https://www.kubi-online.de/artikel/inklusion-auch-museen-ueberlegungen-praxis-menschen-behinderung>. Zugriff: 23.04.21

Schmidt, Antje (2020): Voraussetzungen für und Herausforderungen von Co-Creation mit digitalen Museumssammlungen. In: Holst, Christian (Hrsg.): Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor. Hamburg: 51-62.

Schröder, Katrin / Wiedenhofer, Anaïs (2020): Let's participate! Digital-analogue Vermittlungsformate im Museum. In: Holst, Christian (Hrsg.): Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor. Hamburg: 87-103
Schwarze, Tabea (2020): Mit Co-Creation und Partizipation auf dem Weg zum digitalen Museum. Über den Bildungsauftrag im 21. Jahrhundert. In: Holst, Christian (Hrsg.): Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor. Hamburg: 75-86.

Simon, Nina (2010): The participatory Museum. <http://www.participatorymuseum.org>. Zugriff: 27.01.2021.

Stalder, Felix (2017): Kultur der Digitalität. Berlin.

Terkessidis, Mark (2015): Kollaboration. Berlin.

Thanhofer, Anita (2020): Kulturvermittlung im digitalen Raum. Chancen und Herausforderungen für Kultur und User im Zeitalter digitaler Transformation. Durchblick Kunst. <https://www.durchblickkunst.at/kulturvermittlung-im-digitalen-raum-chancen-und-herausforderungen-fur-kultur-und-user-im-zeitalter-digitaler-transformation/>. Zugriff: 10.01.2021.

Von Däniken, Theo (2020): Kulturvermittlung in Zeiten des «social distancing». Museum zu Hause. <https://museumzuhaus.ch/kulturvermittlung-in-zeiten-des-social-distancing/>. Zugriff: 10.09.2020.

Weiterführende Literatur

Baecker, Dirk (2020): Corona XXV: Welchen Beitrag kann die Kultur zur Bewältigung der Corona-Krise leisten? Hypothesen. <https://kure.hypothesen.org/1012>. Zugriff: 03.01.2021.

Banai, Noit (2020): Being Together. The Museum of the Future in a State of Exception. In: Baur, Joachim / Schnittpunkt (Hrsg.): Das Museum der Zukunft. 43 neue Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums. Bielefeld: 49-52.

Bayer, Natalie / Kazeem-Kaminski, Belinda / Sternfeld, Nora (2017): Kuratieren als antirassistische Praxis. Berlin.

Baur, Joachim / Schnittpunkt (2020): Das Museum der Zukunft. 43 neue Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums. Bielefeld.
Gesser, Susanne (2012): Das partizipative Museum. Bielefeld.

Gesser, Susanne / Gorgus, Nina / Jannelli, Angela (2020): Das subjektive Museum. Partizipative Museumsarbeit zwischen Selbstvergewisserung und gesellschaftlichem Engagement. Bielefeld.

Grau, Oliver / Coones, Wendy / Rühse, Viola (2017): *Museum and archive on the move. changing cultural institutions in the digital era.* Berlin.

Harth, Jonathan (2020): *Corona VI: Physical distancing ≠ social distancing: Die Sehnsucht nach Nähe und das Potential des Virtuellen. Hypothesen.* <https://kure.hypothesen.org/862>. Zugriff: 03.01.2021.

Holst, Christian (Hrsg.) (2020): *Kultur in Interaktion. Co-Creation im Kultursektor.* Hamburg.
Hornig, Petra (2011): *Kunst im Museum und Kunst im öffentlichen Raum. Elitär versus demokratisch.* Wiesbaden.

Hummel, Claudia (2012): „Es ist ein schönes Haus. Man sollte es besetzen.“ Aktualisierung des Museums. In: *Schnittpunkt / Jaschke, Beatrice / Sternfeld, Nora, in Zusammenarbeit mit Institute for Art Education, ZHdK: Educational Turn. Handlungsräume der Kunst- und Kulturvermittlung.* Wien: 79-116.

Hübscher, Sarah (2020): *Interaktion im Kunstmuseum. Das Museum Ostwall im Dortmunder U.* Bielefeld.

Jaschke, Beatrice / Sternfeld, Nora (Hrsg.) (2012): *educational turn. Handlungsräume der Kunst- und Kulturvermittlung.* Wien.

Kernbauer, Eva (2020): *Ortswechsel. Politische Kunst auf der Bühne der Ausstellung.* In: *Kunstforum 270, exhibit! Aus-*

stellen als künstlerische Praxis. Köln.
Lüth, Nanna (2020): *Prekarität und Gender Politics in (Darstellungen) der Kunstvermittlung.* KIWit Archiv. https://www.kiwit.org/kultur-oeffnet-welten/positionen/position_15168.html. Zugriff: 23.11.2020.

Madoff, Steven Henry (2019): *What about activism?.* Berlin.

Mandel, Birgit (2014): „Niedrigschwellige“ Kulturvermittlung öffentlicher Kulturinstitutionen als integrales Konzept zwischen Kunstmissionierung und Moderation kultureller Beteiligungsprozesse. *Kubi-Online.* <https://www.kubi-online.de/artikel/niedrigschwellige-kulturvermittlung-oeffentlicher-kulturinstitutionen-integrales-konzept>. Zugriff: 08.03.2021.

Mandel, Birgit (Hrsg.) (2016): *Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens.* Bielefeld.

Mandel, Birgit (2018): *Kulturvermittlung in klassischen Kultureinrichtungen. Ambivalenzen, Widersprüche und Impulse für Veränderungen.* Kubi Online. <https://www.kubi-online.de/artikel/kulturvermittlung-klassischen-kultureinrichtungen-ambivalenzen-widersprueche-impulse>. Zugriff: 13.10.2020

Marchart, Oliver (2019): *Conflictual Aesthetics. Artistic Activism and the Public Sphere.* Berlin.

Masuch, Bill (2006): Der offene Raum. Handlungsräume in Kunst und Kunstvermittlung. In: Maset, Pierangelo / Reuter, Rebekka / Steffel, Hagen (Hrsg.): Corporate Difference. Formate der Kunstvermittlung. Lüneburg: 87-128.

Mouffe, Chantal (2016): Agonistik. Die Welt politisch denken. Berlin.

Mörsch, Carmen (2012): Sich selbst widersprechen. Kunstvermittlung als kritische Praxis innerhalb des educational turn in curating. In: Jaschke, Beatrice / Sternfeld, Nora (Hrsg.): educational turn. Handlungsräume der Kunst- und Kulturvermittlung. Wien: 55-78.
Mörsch, Carmen / Sachs, Angeli / Sieber, Thomas (2017): Ausstellen und Vermitteln im Museum der Gegenwart. Bielefeld.

Niewerth, Dennis (2018): Dinge - Nutzer - Netze: von der Virtualisierung des Musealen zur Musealisierung des Virtuellen. Bielefeld.

Piontek, Anja (2017): Museum und Partizipation. Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote. Bielefeld.

Reilly, Maura (2018): Curatorial activism. Towards an ethics of curating. London.

Settele, Bernadett / Mörsch, Carmen (Hrsg.) (2012): Kunstvermittlung in Transformation. Zürich.

Simon, Nina (2012): Das partizipative Museum. In: Gesser, Susanne / Handschin, Martin / Jannelli, Angela / Lichtensteiger, Sibylle (Hrsg.): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen. Bielefeld: 95-108.

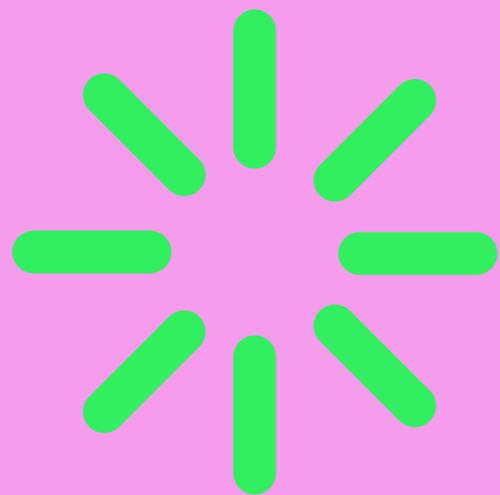
Sternfeld, Nora (2018): Das radikal-demokratische Museum. Berlin.

Surmann, Frauke (2014): Ästhetische In(ter)ventionen im öffentlichen Raum. Grundzüge einer politischen Ästhetik. Paderborn.

Von Bismarck, Beatrice / Meyer-Krahmer, Benjamin (2016): Hospitality. Hosting Relations in Exhibitions. Berlin.

Ziese, Maren / Gritschke, Caroline (2016): Geflüchtete und kulturelle Bildung. Formate und Konzepte für ein neues Praxisfeld. Bielefeld.

Zobl, Elke / Huber, Laila (o.J.): Kritische Kunst- und Kulturvermittlung. MAKING ART - TAKING PART!. Taking Part. <https://www.takingpart.at/kontext-1/kritische-kunst-und-kulturvermittlung/?mobile=1>. Zugriff: 30.11.2020.



Anhang

08.01 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Brooke Jackson, 2021, Diagramm These.

Abbildung 2: Kunsthaus Zürich, 2021, *Im Herzen Wild. Die Romantik in der Schweiz* Online, https://www.kunsthau.ch/besuch-planen/ausstellungen/im-herzen-wild/?fbclid=IwAR2glx-zmq1QEhTsC_dXnNceEyHP8w_CaPGu3mRfX6s-GLQdE2k3SyKOSgal4, Zugriff: 05.04.2021.

Abbildung 3: Sandro Zanzinger / Belvedere, Wien, o.J., Digitale Führungen, <https://www.belvedere.at/digitale-fuehrungen>, Zugriff: 05.04.2021.

Abbildung 4: Van Abbe Museum, o.J., *Museum Visit with a Robot*, <https://vanabbe-museum.nl/en/mediation/inclusion/museum-visit-with-robot/>, Zugriff: 27.04.2021.

Abbildung 5: Studio Above&Below, Digital Atmosphere, 2020. Photo courtesy of the artists, <https://www.hek.ch/programm/events/event/instagram-kuratorenfuehrung-mit-boris-magrini-2.html>, Zugriff: 15.03.2021.

Abbildung 6: Hauser und Wirth, 2021, Online-Ausstellung Jack Whitten, <https://www.vip-hauserwirth.com/gallery-exhibitions/jack-whitten/>, Zugriff: 15.03.2021.

Abbildung 7: Museum of broken Relationships, 2021, Homepage, <https://brokenships.com/explore>, Zugriff: 01.04.2021.

Abbildung 8: Historisches Museum Frankfurt, 2021, Stadtlabor Digital, <https://stadtlabor-digital.de/stadtlabor-digital>, Zugriff: 25.03.2021.

Abbildung 9: Kunstmuseum Lichtenstein, 2021, o.A., <https://www.kunstmuseum.li/index.php?page=39&lan=de>, Zugriff: 15.03.2021.

Abbildung 10: Lenbachhaus, 2021, Titelbild zu Vortragsreihe *COLLECTIVES WORK*, <https://www.lenbachhaus.de/entdecken/kalender/termin/vortragsreihe-2485>, Zugriff: 04.04.2021.

Abbildung 11: Museum für Kommunikation Berlin, 2021, Zoom-Ausschnitt Störgeräusche, <https://www.mfk-berlin.de/stoergeraeusche/>, Zugriff: 04.04.2021.

Abbildung 12: Museum der Moderne, 2021, Homepage *Kunsthäppchen*, <https://www.museumdermoderne.at/de/ausstellungen-veranstaltungen/detail/kunsthappchen-kunst-in-kuerze-kaffee-online-1/>, Zugriff: 04.04.2021.

Abbildung 13: Museum Brandhorst, 2021, Titelbild zu *Online-Workshop | Pop-Up Factory – Platzhirsche und Geisterwesen*, <https://www.museum-brandhorst.de/events/online-workshop-pop-up-factory-platzhirsche-und-geisterwesen?t=16187526001500>, Zugriff: 10.04.2021.

Abbildung 14: Helmhaus Zürich, 2021, Screenshot *Youtube*: Interview mit Künstlerin Mirjam Wirz, <https://www.youtube.com/watch?v=i-7el831eks>, Zugriff: 04.04.2021.

Abbildung 15: mumok Wien, o.J., *Kunstpicknick digital*, <https://www.mumok.at/de/kunstpicknick-digital>, Zugriff: 04.04.2021.

Abbildung 16: Zentrum für Kunst und Medien, 2021, Screenshot *Questionnaire*, <https://critical-zones.zkm.de/#!/detail:questionnaire>, Zugriff: 17.02.2021.

Abbildung 17: MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH, o.J., Titelseite *Code for Culture*, <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/alle-meldungen/meldung/pid/code-for-culture-spielkultur-trifft-kulturspiel/>, Zugriff: 27.04.2021.

Abbildung 18: Deutsche Digitale Bibliothek / Forschungs- und Kompetenzzentrum Digitalisierung Berlin (digiS) / Open Knowledge Foundation Deutschland / Wikimedia Deutschland, 2021, Screenshot Homepage *Coding Da Vinci*, <https://codingdavinci.de/de>, Zugriff: 17.02.2021.

Abbildung 19: Rijksmuseum, 2021, Screenshot *Rijksstudio*, <https://www.rijksmuseum.nl/en/rijksstudio?ii=0&p=0&from=2021-04-27T09%3A36%3A49.2180429Z>, Zugriff: 27.04.2021.

Abbildung 20: Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, 2019, Youtube Screenshot, *Kunsthalle Karlsruhe meets Blogger Bazaar: Petersburger Hängung*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZrUjayJco9w&lc=>, Zugriff: 27.04.2021.

Abbildung 21: MFG Kreativ / Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, 2020, *OmniQuest*, <https://kreativ.mfg.de/digitale-kultur/bildegalerie/open-culture-bw/die-games/aloha-1-15-1-1/>, Zugriff: 15.04.2021.

Abbildung 22: Original by Simon Resch, edited by Anne-Katrin Ahrens, 2021, <https://www.nextmuseum.io/exhibitions/das-schoenest-bild-bei-mir-zuhause-2021/>, Zugriff: 01.04.2021.

Abbildung 23: Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg / Jerszy Seymour Design Workshop / Assemble / Macao, 2021, Screenshot Onlineplattform *radio-orismanirana.com*, <https://www.radio-orismanirana.com/>, Zugriff: 13.03.2021

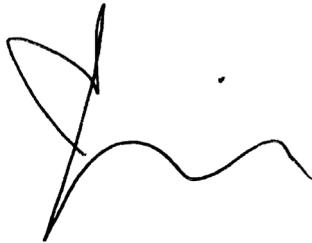
08.02 Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Masterthesis selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich oder sinngemäss entnommen wurden, kenntlich gemacht sind und die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Fassung noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung war.

Ich habe vom § 16 der ASO Kenntnis genommen.

Datum: 17.05.2021

Unterschrift:

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'M' followed by a series of connected loops and a wavy line extending to the right.

Danke an...

Angeli Sachs für das
Mentorat und die Unterstützung,

Conny Neuchrist für das Lektorat,

Paulina Kerber für das
Lektorat und fürs Mitdenken,

Grace Schmid für ihre Inputs zum Layout,

Rafael Gil Cordeiro für seine
kritischen Fragen und offenen Ohren,

Melinda Bieri für ihre unerschütterliche
Geduld mit all meinen Auf-, Aus-, und
Einbrüchen, die zu einer Mas-
terarbeit dazugehören.

♥