

Kulturbrunch 2024: Failing Your Way to Success! **Was man aus gescheiterten digitalen Kulturprojekten lernen kann**

Szenarien des Scheiterns

Gruppe 1: Technische Probleme/keine Gewährleistung einer ausreichenden technischen Infrastruktur

Szenario: Interaktive VR-Anwendung

Ein mittelgroßes Stadtmuseum in Westfalen entscheidet sich, eine interaktive VR-Anwendung in die Dauerausstellung zu integrieren. Hier können Besucher:innen selbstständig durch die historische Altstadt navigieren und dabei unterschiedliche Informationspunkte anklicken. Ziel der Anwendung ist es, den Besucher:innen näherzubringen, wie und weshalb sich das Stadtbild über die Jahrhunderte verändert hat.

Nachdem die Anwendung vier Wochen in Betrieb ist, fällt das Feedback der Besucher:innen ernüchternd aus. Die negative Kritik – auch auf Social Media – führt zu einem Rückgang der Besucher:innenzahlen und schließlich zu einer vorzeitigen Deinstallation der teuren Anwendung. Was ist passiert?

Zusatzkarten:

Es stehen 2 VR-Brillen zur Verfügung, die vom Museum eigenständig angeschafft wurden.

Die Software wurde durch einen externen Anbieter entwickelt.

Am Nachmittag und am Sonntag laufen die Visualisierung nicht flüssig, einige Nutzer:innen sprechen gar vom Einfrieren der Anwendung.

Die VR-Brillen sind bereits seit mehreren Jahren auf dem Markt und sollten daher lange erprobt sein und zuverlässig funktionieren.

Die Anwendung muss jeden Morgen von den Mitarbeiterinnen neu hochgefahren werden.

Es gibt einen Haustechniker vor Ort.

Technischer Support vor Ort wird durch den Softwareentwickler an Werktagen innerhalb von 48 Stunden gewährleistet.

Gruppe 2: „Vor der Zeit gedacht“/an den aktuellen Bedarfen vorbei gedacht

Szenario: Digitales Archivierungssystem

Ein kleines Kunstmuseum möchte seine Sammlung digital erfassen und online zugänglich machen. Hierzu sucht man nach einem geeigneten Archivierungssystem. Die hauptamtliche Leitung investiert viel Arbeit in die Recherche und entscheidet sich schließlich für ein System, das höchsten Ansprüchen genügt und viele Funktionen mitbringt – u.a. automatische Bilderkennung, automatische Verschlagwortung (Tagging) von Kunstwerken und eine Vorschlagsfunktion, die aus jedem erfassten Eintrag eine Vorlage für Social Media-Posts für Facebook, Instagram und LinkedIn generiert.

Nach einer Einführungsphase stellt die Museumsleitung Unzufriedenheit bei den Mitarbeitenden fest. Nachdem das System für viel Geld angeschafft wurde, wird das Digitalisierungsvorhaben nach nur 8 Wochen für unbestimmte Zeit auf Eis gelegt. Was ist passiert?

Zusatzkarten:

Das Museum hat seine Objekte bisher über Karteikarten inventarisiert.

Das Museum verfügt über keinen Mitarbeitenden für die Bespielung von Social-Media-Kanälen.

Das Museum verfügt über eine bereits pensionierte Mitarbeiterin, die sich ehrenamtlich um die Inventarisierung kümmern, sowie über eine Teilzeitkraft mit 19,5 Stunden.

Der Facebook-Kanal des Museums liegt seit geraumer Zeit brach.

Das eingesetzte Archivierungssystem wird von andern Museen und Archiven, sogar Staatsarchiven in europäischen Hauptstädten, ebenfalls genutzt und hochgelobt.

Die Einarbeitung in das neue Archivierungssystem erfolgt nach dem Prinzip „Learning by Doing“.

Gruppe 3: Fehleinschätzungen zur Zielgruppe

Szenario: Interaktive Ausstellungs-App

Ein Museum für Regionalgeschichte und Heimatkunde entwickelt eine App, die Besucher:innen zusätzliche Informationen und interaktive Inhalte zu den Ausstellungsstücken bieten soll. Unter anderem werden Erläuterungstexte zu einzelnen Exponaten aufwändig eingesprochen und in das System integriert.

Doch die Download- und Nutzungsraten der App bleiben weit hinter den Erwartungen zurück. Die Museumsleitung ist ratlos: Die App läuft flüssig und bietet toll zusätzliche Funktionen: Was hat man nur falsch gemacht?

Zusatzkarten:

Das Museum verfügt im Eingangsbereich über WLAN.

Die native Anwendung ist in den gängigen App Stores für mehrere Betriebssysteme herunterladbar.

Da das Museum an einem beliebten Wanderweg etwas außerhalb liegt, gibt es viel Laufpublikum und Spontanbesucher:innen.

An Tagen, an denen Schulklassen oder Studierendengruppen das Museum besuchen, zeigen sich leichte Spitzen in der Download-Zahl.

Das Museum setzt auf byod (bring your own device).

Es stehen einige Einweg-Kopfhörer mit Klinkensteckern zur Verfügung, die an der Kasse gekauft werden können.

Die Aufsicht berichtet, dass man nur sehr selten eine:n Besucher:in mit einem Smartphone durch die Ausstellung laufen sieht.

Gruppe 4: Instabile Rahmenbedingungen

Szenario: Digitale Kunstinstallation im öffentlichen Raum

Eine Stadtverwaltung initiiert ein Projekt für eine digitale Kunstinstallation im öffentlichen Raum, die interaktive Bildschirme und Sensoren nutzt, um Bewegungen der Passanten in visuelle Kunstwerke umzusetzen.

Sie beschaffen die beste, am Markt verfügbare Lösung und haben ein engagiertes Projektteam, das die Umsetzung realisieren soll. Am Ende wird die Installation nach einer Laufzeit von nur 6 Wochen vorzeitig eingestellt. Was ist passiert?

Zusatzkarten

In der Stadt stehen Wahlen an. Als Resultat wechseln unter anderem im Kulturbüro die Zuständigkeiten.

Aufgrund der hohen Inflation müssen massive Budgetkürzungen vorgenommen werden. Neben der geplanten Kunstinstallation stehen auch der Bau einer neuen Sportanlage und die Sanierung des Kindergartens auf der Kippe.

In der Stadtverwaltung gibt es große Unstimmigkeiten über den Umfang der geplanten Maßnahme.

Die Projektleitung wird schwanger und muss ersetzt werden. Die Elternzeitvertretung kann erst nach der Geburt des Kindes offiziell ihre Arbeit aufnehmen.

Im April soll die Technik installiert werden. Von zwei geplanten Arbeitswochen regnet es an 10 Tagen durchgängig.

Am dritten Tag nach Inbetriebnahme der Installation sind mehrere Bildschirme mit Graffiti beschmiert und müssen aufwändig gereinigt werden.

Gruppe 5: Falsch verstandener Wettbewerbsdruck

Szenario: Mixed-Reality-Tour durch Ausstellungen

Ein kleines Stadtmuseum investiert nach einer ganzen Zahl an Messe- und Fachkongress-Besuchen erhebliche Mittel in eine Mixed-Reality-(MR)Tour durch seine Dauerausstellung. Nach dem Start zeigen sich allerdings extrem schleppende Ticketverkäufe, die die Investitionen nicht rechtfertigen. Das Projekt wird von den eigenen Gremien als Fehlinvestition betrachtet. Wie konnte es dazu kommen, man hat doch Trends und Anforderungen der Stakeholder berücksichtigt und auf eine innovative Lösung gesetzt?

Zusatzkarten

Das Geld für die Anwendung stammt aus einer Stiftung, die eine hohe Fördersumme für besonders innovative digitale Projekte ausgeschrieben hat.

Die Museumsmitarbeiter haben auf Tagungen bereits viele inspirierende, innovative digitale Anwendungen gesehen. Die Konkurrenz schläft nicht!

Seitens des Trägers wurde wiederholt und nachdrücklich der Wunsch geäußert, das Museum müsse „mit der Zeit gehen“.

Sowohl die Museumsleitung als auch die Mitarbeiter:innen sind bisher wenig mit digitalen Themen in Berührung gekommen.

Die alten Audioguides werden intensiv genutzt, auch Begleitpublikationen zu den laufenden und zu Sonderausstellungen verkaufen sich immer noch gut.

Bisher fiel das Feedback der Besucher:innen zur Dauer- und fast allen Sonderausstellungen extrem positiv aus.