

# Auswertung des Kontaktformulars im Rahmen des Projekts kulturBdigital

Jessica Frost

Stand: 15. November 2018

## Inhalt

1. Zusammenfassung.....	2
2. Auswahl der Erhebungsmethode.....	3
3. Probandenauswahl.....	3
4. Aufbau des Fragebogens und jeweilige Erläuterungen zu den Fragestellungen	4
5. Durchführung der Befragung .....	10
6. Ergebnisauswertung.....	11

## 1. Zusammenfassung

Durch 95 ausgefüllte Kontaktformulare verschiedener Kultureinrichtungen und –akteure konnten weitere Erkenntnisse hinsichtlich der Bedarfe und Ideen zur digitalen Entwicklung im Kulturbereich gewonnen werden.

Allgemein lässt sich festhalten, dass die Errichtung der Förderrichtlinie zur digitalen Entwicklung des Kulturbereichs positiven Anklang in der Zielgruppe findet. Im Rahmen des Kontaktformulars hat sich herausgestellt, dass vor allem die Freie Szene aktiv an der Gestaltung der Förderrichtlinie für den Innovationsfonds 2020 mitarbeiten möchte.

Hinsichtlich der bereits ermittelten Bedarfe aus den geführten qualitativen Leitfadeninterviews, bewerten die Probanden Datenmanagement und Auffindbarkeit als Bereiche, in denen große Chancen und Potentiale bezüglich der digitalen Entwicklung bestehen würden. Eher weniger relevant scheint vor allem das Thema der Inklusion und Barrierefreiheit zu sein. Dies kann daran liegen, dass sich die Einrichtungen/ Akteure bereits mit diesem Thema auseinandergesetzt haben.

Bei den offenen Fragen zu jetzigen Aktivitäten und Bedarfen in Bezug auf die digitale Entwicklung im Kulturbereich ist für die Probanden derzeit besonders wichtig, dass sie gut auffindbar sind und ihren Nutzer\*innen bzw. Besucher\*innen digitale Inhalte und Projekte in Form von bspw. Virtual und/oder Augmented Reality Anwendungen oder einrichtungsspezifische Apps bieten.

Die größten Bedarfe werden im Bereich der Vernetzung gesehen. Auf diesen Bedarf wurde durch kulturBdigital bereits mittels verschiedener Veranstaltungsformate wie bspw. Workshops oder einem Design Sprint zum Thema Ticketing eingegangen. Ebenfalls wichtige Bedarfe spiegeln sich im Bereich der Entwicklung/ Weiterentwicklung von Archiven und Datenbanken, einer angemessenen IT-Infrastruktur und hinsichtlich personeller und finanzieller Bedarfe wider.

## 2. Auswahl der Erhebungsmethode

Im Rahmen der Bedarfsanalyse des Projekts kulturBdigital wurden bereits qualitative Leitfadeninterviews mit verschiedenen Kulturschaffenden geführt. Da hierdurch allerdings nur eine begrenzte Personenanzahl befragt werden konnte, wurde sich für eine weitere empirische Methode entschieden, um die Analyse mit möglichst vielen Informationen anzureichern. Als Erhebungsinstrument für das Kontaktformular wurde sich erweiternd für die Methode einer quantitativen Online-Befragung entschieden, um Motive, Verhalten und Meinungen der Zielgruppe zu ermitteln.<sup>1</sup>

## 3. Probandenauswahl

Die Zielgruppe besteht nach wie vor aus landesgeförderten und bezirklichen bzw. bezirksgeförderten Einrichtungen sowie Akteure aus der Freien Szene.

Dementsprechend sollte mittels dieser breiten Befragungsgruppe ein facettenreiches Antwortenspektrum im berlinweiten Rahmen erzielt werden.

Das Kontaktformular wurde an einen zielgruppenorientierten Verteiler der Senatsverwaltung für Kultur und Europa versendet und auf der Projektwebseite <https://kultur-b-digital.de/> veröffentlicht sowie über Twitter verbreitet.

---

<sup>1</sup> Vgl. Deutscher Bibliotheksverband e.V.: Quantitative Befragung (2016), URL: <https://bibliotheksportal.de/ressourcen/management/marketing-baukasten/marktanalyse/primaerforschung/quantitative-befragung/> (Stand: 18.01.2018).

## **4. Aufbau des Fragebogens und jeweilige Erläuterungen zu den Fragestellungen**

Für die quantitative Online-Befragung sollte eine größtmögliche Personenzahl angesprochen werden. Demzufolge wurde ein standardisierter Fragebogen ausgewählt. Die Probanden hatten hierbei die Möglichkeit, auf geschlossene Fragen und offene Fragen zu antworten. Bei den geschlossenen Fragen konnten die Befragten aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten wie bspw. einer vierstufigen Likert-Skala auswählen, während sie bei den offenen Fragen ihre Antworten frei in einem Antwortfeld niederschreiben konnten, um bspw. Ideen und Anmerkungen ohne Einschränkung zu äußern.

### Einleitung

Für eine quantitative Befragung ist ein Einleitungstext essentiell.<sup>2</sup> Hierdurch sollen die Probanden darüber in Kenntnis gesetzt werden, von wem die Umfrage durchgeführt wird, welche Zielsetzung verfolgt wird und wie lange die Durchführung der Befragung dauert. Darüber hinaus können allgemeine Hinweise integriert werden. Somit wird gewährleistet, dass alle befragten Personen das Kontaktformular ausfüllen können und wissen, was sie zu erwarten haben.

Da das Kontaktformular einerseits in eine Informationsmail mit Eckdaten zum Projekt integriert war und andererseits über die Projektwebseite erreicht werden konnte, fiel der Einleitungstext im Rahmen dieser Umfrage eher knapp aus.

# **Kontaktformular für das Projekt kulturBdigital**

Zur Kontaktaufnahme im weiteren Projektverlauf und einer ersten Einschätzung bzgl. Ihrer Bedarfe, würden wir uns sehr über Ihr ausgefülltes Formular freuen. Dieses bekommen Sie im Anschluss per Mail zugeschickt.

---

<sup>2</sup> Vgl. Deutscher Bibliotheksverband e.V.: Quantitative Befragung (2016), URL: <https://bibliotheksportal.de/ressourcen/management/marketing-baukasten/marktanalyse/primaerforschung/quantitative-befragung/> (Stand: 18.01.2018).

## 1. Kontaktinformationen

Um die jeweiligen Antworten in der Auswertung besser einordnen zu können und bei aufkommenden Fragen der Probanden ggf. Kontakt mit dem jeweiligen Akteur aufzunehmen, wurden allgemeine Kontaktinformationen der Kulturschaffenden abgefragt.

### Kontaktinformationen

INSTITUTION/KÜNSTLER\*INNENNAME \*



---

ANSPRECHPARTNER\*IN (VOR- UND NACHNAME)

---

STRASSE UND HAUSNUMMER

---

POSTLEITZAHL UND ORT

---

E-MAIL \*

---

TELEFONNUMMER (MOBIL/FESTNETZ)

---

Die mit einem \* gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder

## 2. Zielgruppe

Zur besseren Einordnung der Probanden, im Rahmen der Zielgruppe, wurden der Förderungshintergrund und die Kultursparte abgefragt.

### Informationen zu Tätigkeiten

WAS TRIFFT AUF SIE ZU?

- LANDESGEFÖRDERTE EINRICHTUNG
- BEZIRKLICHE BZW. BEZIRKSGEFÖRDERTE EINRICHTUNG
- FREIE SZENE
- SONSTIGES

BEI SONSTIGES HIER NÄHER BEZEICHNEN

---

KULTURSPARTE/N

- BÜHNEN UND THEATER
- OPERN, KONZERTHÄUSER UND CHÖRE
- MUSEUM
- ARCHIVE UND BIBLIOTHEKEN
- LITERATUR
- GEDENKSTÄTTEN
- BILDENDE KUNST
- DARSTELLEND KUNST
- MUSIK
- TANZ / PERFORMANCE
- SONSTIGES

BEI SONSTIGES HIER NÄHER BEZEICHNEN

---

### 3. Status Quo und Bedarfe

Wie bereits in den Interviews, sollten die Probanden die Möglichkeit bekommen, ihre jetzigen Aktivitäten und Bedarfe bzgl. digitaler Entwicklungen im Kulturbereich frei zu äußern. Hierbei sollten sich die Befragten jeweils auf die für sie drei wichtigsten Aspekte beschränken. Durch diese Begrenzung sollte das Antwortenspektrum im Rahmen gehalten und eine Vergleichbarkeit zu den Ergebnissen der bereits geführten Interviews gewährleistet werden. Bei der Auswertung der Interviews wurden die Antworten der Gesprächspartner\*innen ebenfalls auf maximal drei Bedarfe und drei jetzige Aktivitäten reduziert.

Dieser Bereich wurde von der Studienleiterin zur Auswertung auf Basis der Gütekriterien nach Mayring codiert.<sup>3</sup>

Sie können bei den folgenden zwei Fragen bis zu drei Aspekte (Aktivitäten/  
Projekte/Werkzeuge) nennen. Bitte tragen Sie pro Textfeld nur einen Aspekt ein.

WAS HABEN SIE IN HINBLICK AUF DIGITALE TECHNOLOGIEN BEREITS  
AUSPROBIERT BZW. EINGESETZT?

---

---

---

WO SEHEN SIE FÜR SICH DIE GRÖSSTEN BEDARFE BZGL. DER DIGITALEN  
ENTWICKLUNG IM KULTURBEREICH?

---

---

---

<sup>3</sup> Vgl. Mayring, P.: Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Weinheim und Basel<sup>5</sup>, 2002. S.140-142.

#### 4. Gewichtung verschiedener Themengebiete

Auf Basis der Ergebnisse aus den bereits geführten Interviews wurden Bedarfe herausgefiltert, die sich als relevant für die Zielgruppe herausgestellt haben. Diese Bedarfe sollten nun von den Probanden der Umfrage mittels einer vierstufigen Likert-Skala bewertet werden, um herauszufinden, ob die Bedarfe der Interviewpartner\*innen ebenfalls von den Befragten des Kontaktformulars als wichtig bzw. unwichtig eingestuft werden.

Die vier Stufen spiegeln folgende Antwortmöglichkeiten wider: „stimme völlig zu“, „stimme eher zu“, „lehne eher ab“ und „lehne völlig ab“. Somit waren die Befragten dazu angehalten, eine positive oder negative Tendenz zu äußern. Dies ermöglicht eine bessere Einschätzung der Ergebnisse als bspw. bei einer fünfstufigen Likert-Skala. Hierbei bestehe häufig die Gefahr, dass „Befragte unabhängig vom Frageinhalt die Mittelkategorie wählen, um den kognitiven Prozess zu vereinfachen.“<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Bogner, K./ Landrock, U.: Antworttendenzen in standardisierten Umfragen. Hrsg. v. Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (2015), URL: [https://www.gesis.org/fileadmin/upload/SDMwiki/Archiv/Antworttendenzen\\_Bogner\\_Landrock\\_11122\\_014\\_1.0.pdf](https://www.gesis.org/fileadmin/upload/SDMwiki/Archiv/Antworttendenzen_Bogner_Landrock_11122_014_1.0.pdf) (Stand: 15.11.2018), S. 4.

## Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Bezüglich der digitalen Entwicklung bestehen Chancen und Potentiale im Bereich:

### AUFFINDBARKEIT

(Bitte auswählen)



### INKLUSION / BARRIEREFREIHEIT

(Bitte auswählen)



### INKLUSION / BARRIEREFREIHEIT

(Bitte auswählen)



### DATENMANAGEMENT

(Bitte auswählen)



### BESUCHER\*INNENBINDUNG UND -FORSCHUNG

(Bitte auswählen)



### BESUCHER\*INNENBETEILIGUNG

(Bitte auswählen)



### VERNETZUNG (AKTEURE, EINRICHTUNGEN UNTEREINANDER)

(Bitte auswählen)



### TECHNISCHER INFRASTRUKTUR

(Bitte auswählen)



### NACHHALTIGES KULTURERLEBNIS (VOR-/NACHBEREITUNG DES BESUCHS)

(Bitte auswählen)



## 5. Themenspezifische Frage zu Ticketing

Da sich bei der Auswertung der Interviews herausgestellt hat, dass Ticketing ein äußerst relevantes Thema für viele der Befragten ist, wurde eine Frage diesbezüglich in den Fragebogen inkludiert. Generell ging es darum, den Prozess des Ticketverkaufs in Berlin besser einschätzen zu können.

### **Ticketverkauf**

WO KÖNNEN - SOWEIT FÜR SIE RELEVANT - IHRE TICKETS ERWORBEN WERDEN?

- VOR ORT
- ONLINE ÜBER UNSERE/MEINE WEBSEITE
- ONLINE ÜBER EINE PLATTFORM (Z.B. EVENTIM ODER RESERVIX)
- PER TELEFON
- UNSER ANGEBOT IST KOSTENLOS
- SONSTIGES

BEI SONSTIGES HIER NÄHER BEZEICHNEN

---

## 6. Allgemeine Anmerkungen

Hier gab es ein Textfeld für freiwillige Anmerkungen hinsichtlich der Konzeptionsphase zur Einrichtung der Förderrichtlinie für den Innovationsfonds 2020.

### **Sonstige Anmerkungen**

WEITERE ANMERKUNGEN IN BEZUG AUF DIE KONZEPTIONSPHASE ZUR  
EINRICHTUNG DER FÖRDERRICHTLINIE FÜR DEN INNOVATIONSFONDS 2020?

## **5. Durchführung der Befragung**

Im Rahmen einer Informationsmail vom 03.09.2018 zur Konzeptionsphase des Innovationsfonds von Kultursenator Dr. Klaus Lederer und Nicolas Zimmer, Vorstandsvorsitzender der Technologiestiftung Berlin, wurden die relevanten Eckdaten des Projekts inkl. des Kontaktformulars an den Verteiler der

Senatsverwaltung für Kultur und Europa verschickt. Darüber hinaus wurde das Kontaktformular an diesem Tag über die Projekt-Webseite (<https://kultur-b-digital.de/>) veröffentlicht und über Twitter verbreitet.

Im Zeitraum vom 03.09. bis 09.11.2018 haben insgesamt 95 Personen das Umfrageformular ausgefüllt.

## 6. Ergebnisauswertung

Die Ergebnisse werden auf Basis der Reihenfolge des standardisierten Fragebogens ausgewertet.

### 1. Kontaktinformationen

Allgemein stammt der Großteil der Probanden aus Berlin. Lediglich eine Person ist nicht im Berliner Kulturbereich sondern in Frankfurt tätig.

### 2. Zielgruppe

Maßgeblich haben an der Befragung Akteure aus der Freien Szene teilgenommen. Am zweithäufigsten sind landesgeförderte Einrichtung vertreten und am wenigsten Personen haben aus bezirklichen bzw. bezirksgeförderten Einrichtungen an der Umfrage teilgenommen. Unter Sonstiges fallen bspw. Akteure, die angeben, dass sie an selbstfinanzierten Projekten arbeiten oder unter dem Träger einer gGmbH agieren. Weitere Akteure haben Sonstiges ausgewählt und dies nicht weiter definiert.

Einrichtung (Mehrfachnennung möglich)	
Landesgeförderte Einrichtung	34
Bezirkliche bzw. bezirksgeförderte Einrichtung	17
Freie Szene	48
Sonstiges	12

### 3. Status Quo und Bedarfe

Die beiden offenen Fragen wurden auf Basis derselben Schlüsselwörter wie die Antworten der Interviews codiert, um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten. Im Rahmen der Gespräche wurden die am häufigsten auftretenden Schlüsselwörter bzw. Gesprächsinhalte mit Kulturschaffenden für die Codierungsliste abgeleitet.

Aufgrund der Vielzahl an Werten, wird nicht auf jedes einzelne Ergebnis in schriftlicher Form eingegangen. Sämtliche Ergebnisse sind anhand der Abbildung ablesbar. Die signifikantesten Werte wurden allerdings erläutert.

#### Status quo

Wie auch bei den Interviews gibt ein Großteil, mit 34 % der Befragten, an, dass sie bereits verschiedene Aktivitäten bzgl. einer verbesserten Auffindbarkeit durchführen würden.

Weitere 32 % haben bereits Projekte mit digitalen Inhalten für Besucher\*innen vor Ort ausprobiert bzw. in ihr Programm integriert. Hierunter fallen bspw. Virtual und Augmented Reality Anwendungen.

An dritter Stelle der Gewichtung der meistgenannten Aktivitäten mit 23 % befindet sich die Errichtung eines digitalen Archivs bzw. einer digitalen Datenbank. Darauf folgen zwei Aspekte mit derselben Gewichtung von 22 %. Hierunter fallen eine verbesserte oder auch gut aufgestellte IT-Infrastruktur und das Bedürfnis, den Nutzer\*innen ein nachhaltiges Kulturerlebnis bieten zu können. Die weitere Gewichtung lässt sich anhand der Abbildung in der Spalte „Anzahl Status quo“ erkennen. Hierbei fällt auf, dass sich niemand der Probanden mit Open Educational Resources auseinandersetzt und nur ein/e Probandin angibt, aktiv Besucher\*innenforschung zu betreiben.

Code	Benennung	Kurzbeschreibung	Anzahl Status quo	Anzahl Bedarf für IFK
1	Ohne weitere Codierung	Wurde eingesetzt, wenn sich diesbezüglich keine Antwort im Gespräch ergeben hat. Beispiel einer Antwort: "Für den Kulturbereich kann ich nicht sprechen."	1	1
2	Sonstiges	Wenn sich der genannte Aspekt keinem Code zuordnen lässt und nicht sonderlich relevant für das Projekt ist wie bspw. Smart Building.	3	13
3	Auffindbarkeit	Social Media; Online-Plattform/en (bspw. berlin.de/ visit-berlin.de); Empfehlungs-Plattform/en (bspw. yelp, tripadvisor etc.); eigene Webseite; digitale Datenvisualisierungen (bspw. Karte)	33	12
4	Inklusion/Barrierefreiheit	barrierefreie Webseite (bspw. leichte Sprache, Gebärdensprache); Obertitel; Blindenschrift an Gemälden etc. (vor Ort)	2	6
5	Datenmanagement/ Datenvisualisierung	bspw. zentrale Datenplattform für die Aggregation und Distribution von Informationen; Schnittstellen für Daten wie bspw. Öffnungszeiten, Veranstaltungen, Ort	6	7
6	Digitale Workflow/ Verwaltung	elektronische Aktenführung und Dokumentenmanagement-System; digitale Geschäftsprozesse, Abrechnungsmanagement, Mitgleiderverwaltung; Projektmanagement	8	12
7	Besucher*innenbindung und -forschung	aktive Besucher*innenbefragung/en (bspw. durch KULMON - Kulturmonitoring); Besucher-Tracking	1	3
8	Besucher*innenbeteiligung	Chatprogramm/e, Citizen Science, (Feedback-)Plattformen	3	5
9	Vernetzung (Akteure, Einrichtungen untereinander)	Teilnahme an Austauschplattform/en, Roundtables etc.	5	22
10	IT-Infrastruktur	Hardware (intern/extern)/ Software	21	19
11	Open Source	Anwendungen mithilfe von Open Source; neue Software-Lösungen	4	4
12	Nachhaltiges Kulturerlebnis (Vor-/ Nachbereitung des Besuchs)	Newsletter, Audioguide/s	21	13
13	OER (Open Educational Resources)	freie Lern- und Lehrmaterialien mit einer offenen Lizenz wie etwa Creative Commons	0	1
14	Kulturelle Bildung	bspw. Einrichtung eines digitalen Ateliers zur fachübergreifenden Arbeit im Bereich der kulturellen Bildung	6	9
15	Digitale Inhalte für Besucher*innen vor Ort/ digitale Kunst	künstlerische Arbeit mit digitalen Werkzeugen/Medien (VR/AR, digitale Aufführungen/Projekte); digitale Technik für künstl. Arbeiten	31	13
16	Ticketing	E-Commerce; Schnittstellen zu anderen Services	5	4
17	Personelle, finanzielle Ressourcen	bspw. Stelle für Digitalisierung	4	15
18	Archiv/ Datenbank	bspw. Hilfe bei der Digitalisierung des Archivs oder Weiterentwicklung des Archivs; Erstellung/Weiterentwicklung einer Datenbank	22	19

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

## Bedarfe für den Innovationsfonds

Die Probanden sehen den Größten Bedarf mit 23 % in der Vernetzung der Akteure und Einrichtungen des Berliner Kulturbereichs untereinander. Es wird deutlich, dass sich viele Befragte wünschen, mehr von anderen Kulturschaffenden lernen, sich austauschen und gemeinsame Projekte angehen zu können. Darüber hinaus besteht ein riesiger Bedarf, den 20 % der Befragten haben, im Bereich einer verbesserten IT-Infrastruktur durch Aufrüstung der Hard- und Software und in der Digitalisierung von Archiven und Datenbanken. Hierbei geht es teilweise darum, ein solches Archiv oder eine Datenbank zu erstellen oder bestehende Datenbanken und/ oder Archive weiterzuentwickeln.

Um eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie im Berliner Kulturbereich umzusetzen bedarf es angemessener personeller und finanzieller Ressourcen, die sich 16 % der Probanden wünschen.

Auch bei der Auswertung der Bedarfe für den Innovationsfonds 2020 fällt auf, dass Open Educational Resources kein wichtiges Thema für die Befragten zu sein scheinen, da nur eine Person angibt, dass sie sich hierbei Unterstützung wünschen würde.

Auch die Besucher\*innenforschung wird als nicht besonders unterstützenswert im Rahmen des Innovationsfonds eingestuft. Dies ist verwunderlich in Anbetracht der Tatsache, dass bspw. Marketingmaßnahmen, Suchmaschinenoptimierung und Besucher\*innengewinnung auf Basis von Besucher\*innenforschung bessere Erfolge erzielen könnten.

#### 4. Gewichtung verschiedener Themengebiete

72 Personen der 95 Befragten geben an, dass für sie Chancen und Potentiale im Bereich des Datenmanagements bestehen. Kein weiteres Themengebiet erhält eine solch hohe Zustimmung wie dieser Bereich. An zweiter Stelle stimmen jeweils 72 % völlig zu, dass Auffindbarkeit und eine gute IT-Infrastruktur hohes Potential für eine gelungene Digitalisierungsstrategie aufweisen. Eher weniger wichtig scheinen die Themen Inklusion / Barrierefreiheit, Besucher\*innenbeteiligung und die Konstruktion eines nachhaltigen Kulturerlebnisses zu sein, bei denen am häufigsten „lehne eher ab“ oder „lehne völlig ab“ ausgewählt wurde.

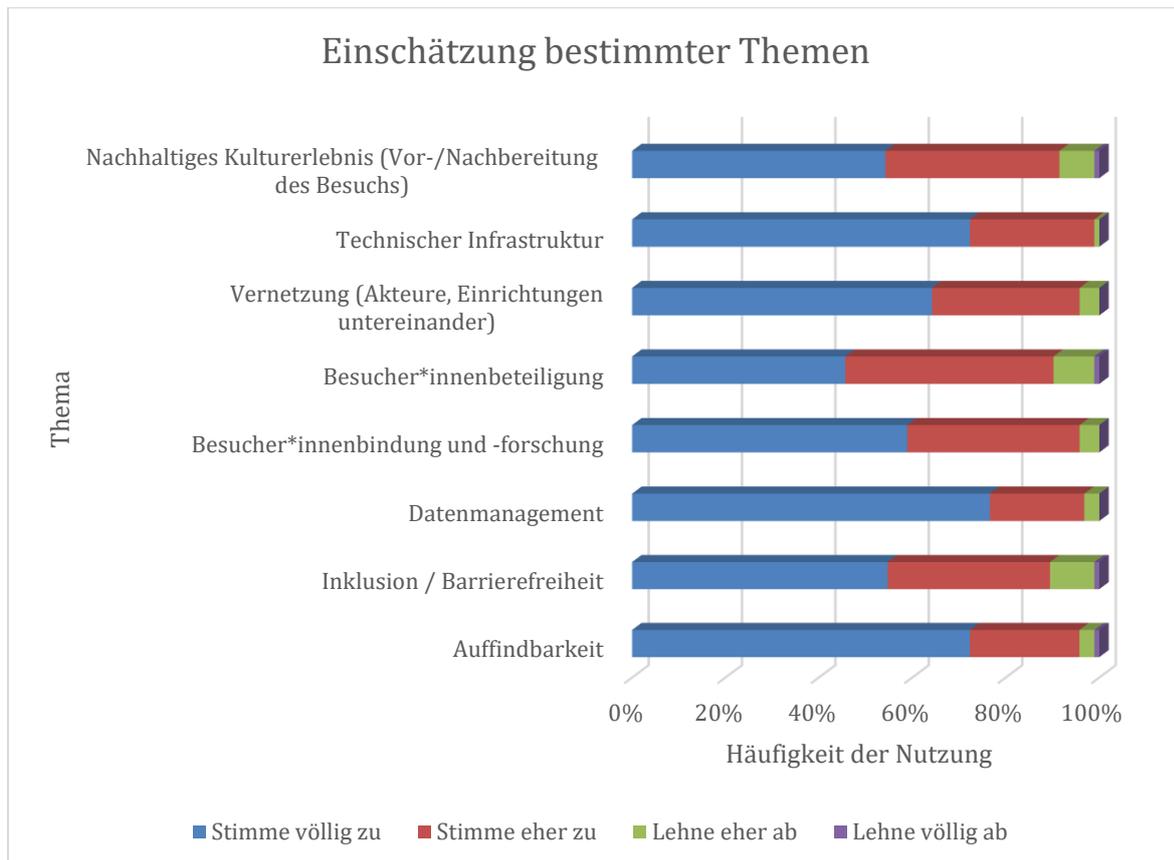


Abb. 2 Einschätzung bestimmter Themen anhand einer vierstufigen Likert-Skala - eigene Darstellung

## 5. Themenspezifische Frage zu Ticketing

Derzeit verkaufen über die Hälfte der Probanden ihre Tickets vor Ort bspw. an der Abendkasse. Zu 37 % sind die Angebote der Befragten allerdings kostenlos.

Der direkte Kontakt mit den Kunden per Telefon ist derzeit noch genauso wichtig, wie der Ticketverkauf über die eigene Webseite. Das Verkaufen der Tickets über Plattformen wie bspw. Reservix oder Eventim hat mit 26 % am wenigsten Relevanz für die befragten Personen.

Dementsprechend lässt sich festhalten, dass der persönliche Kontakt zu Besucher\*innen für den Ticketverkauf in Berliner Kultureinrichtungen bzw. von Berliner Kulturakteuren mit Abstand am wichtigsten ist.

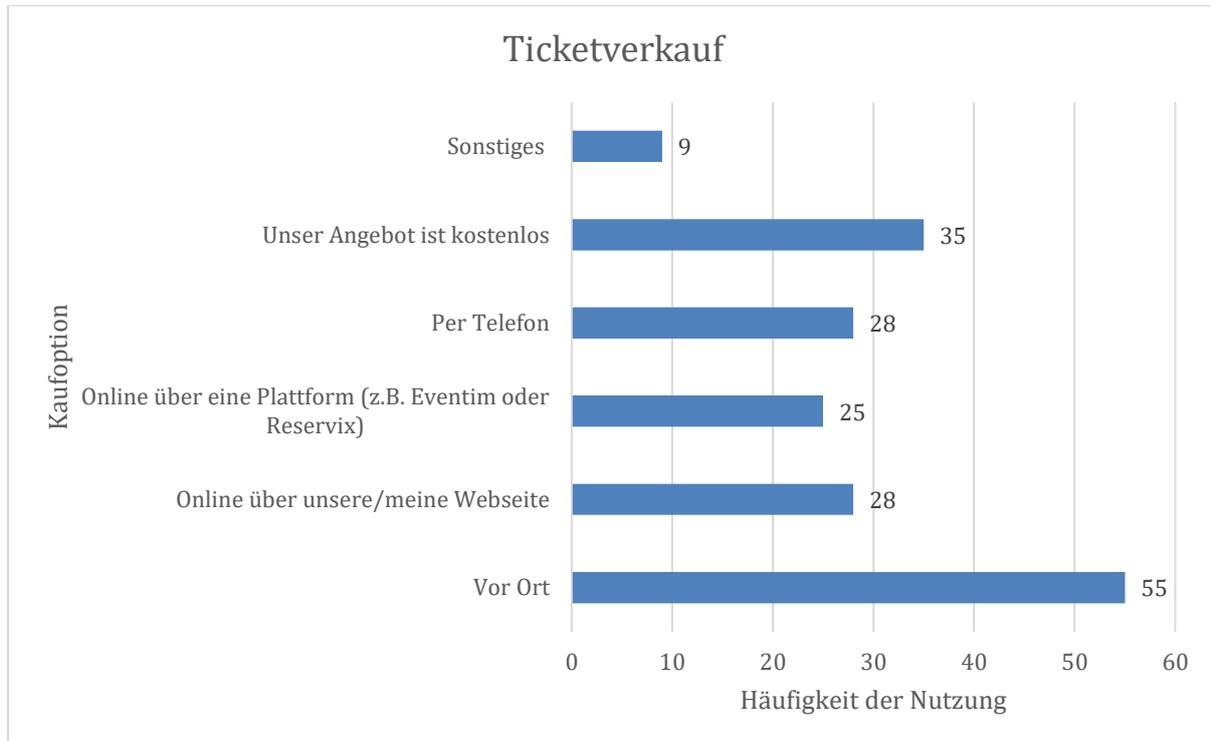


Abb. 3 Ticketverkauf - eigene Darstellung

## 6. Allgemeine Anmerkungen

Im Bereich der freiwilligen Anmerkungen wurden maßgeblich positive Rückmeldungen hinsichtlich der Einrichtung des Innovationsfonds geäußert und dass man sich bspw. mit Ideen in die Konzeptionsphase aktiv einbringen wolle. Weitere Personen haben dieses Antwortfeld genutzt, um sich für die Konferenz zur digitalen Entwicklung im Kulturbereich anzumelden, bereits erwähnte Bedarfe/ jetzige Aktivitäten spezifischer zu erklären oder nach einer direkten Förderung von Einzelprojekten zu fragen.