

Dokumentation aus dem Plenum des Workshops „Digitale Strategien“ vom 28.08.2020 mit Katrin Glinka



Fragen

Bei uns wurde viel über Qualitätsstandards debattiert. (Internet vergisst nicht). Gab es ähnliche Sorgen in anderen Institutionen?

Wie kann man Ausstellungen digital denken? Was ist eigentlich eine "Online-Ausstellung"?

Learnings

- Mindset und Rückhalt in der Leitung ist unabdingbar! Aber: alle Mitarbeiter*innen müssen mitgenommen werden. Regelmäßige Kommunikation ist wichtig!
- Starkes analoges Leitbild => besonders herausfordernd, wenn dies bei einer digitalen Strategie in Teilen überarbeitet/abgelegt/verändert werden muss und zu einer "Kulturrevolution" führt
- Versuchsprojekte als solche transparent kommunizieren => Prozesse reflektieren, Fehler zulassen, Öffentlichkeit einbinden (Feedback einholen)
- Digitale Strategie kann auch bedeuten, den analogen Besuch des Ortes zu stärken bzw. nicht in Frage zu stellen, sondern diesen zu begleiten
- "Dorthin gehen, wo die Community ist" -> Steht im Zusammenhang mit unterschiedlichen Zielgruppen, wen erreicht man wo?
- Aus der "illegalen" Nutzung (Shadow-IT) in "legale" Nutzung übergehen: welche Bedarfe sind besonders dringlich.
- Social Media: "Risiken" und Mehrwert müssen gegeneinander abgewägt werden - bei allen Plattformen muss klar sein, dass (und welche) Daten gesammelt/genutzt werden.
- Kommunikation über die eigenen Workflows und Anforderungen (z.B. Betreuung Social Media) an die Leitung ist wichtig, um z.B. Personalbedarfe und Zuständigkeiten gut zu regeln.
- Interne Einigkeit und Rückhalt ist Voraussetzung für die Möglichkeit, nach Außen gehen zu können.