



Strategische Empfehlungen

Kunst, Kultur und Unterhaltung

Schlüsselstrategien und Inhalte zu digitalen Kompetenzen für die Digitalisierung von Arbeitsplätzen im Kunst-, Unterhaltungs- und Kultursektor

VERORTUNG

Dieser Artikel enthält die Schlussfolgerungen der Workshops, die im Rahmen des ACSOL Erasmus+ Projekts von den jeweiligen Arbeitsgruppen im Bereich Kunst und Kultur in den Regionen Südwestengland (UK), Baskenland (Spanien) sowie Sachsen-Anhalt (Deutschland) durchgeführt wurden.

Die Überlegungen gehen davon aus, dass sich die Entwicklung und Ausbildung digitaler Kompetenzen als entscheidend für den Erhalt von Arbeitsplätzen angesichts des technologischen Wandels und der Auswirkungen der COVID 19-Krise auf Arbeitsplätze und Arbeitsmarktbedingungen erweisen wird.

Die Workshops wurden mit verschiedenen Triple-Helix-Stakeholdern durchgeführt. Dazu gehörten Arbeitgeber, Vertreter von Bildungseinrichtungen, Gewerkschaften und kulturellen Einrichtungen, Verbänden, politische Entscheidungsträger sowie Kommunalverwaltungen. Das gemeinsame Ziel war es, Chancen, Bedürfnisse und Risiken der digitalen Transformation sowie digitale Schlüsselkompetenzen und Vorschläge zur Förderung der Ausbildung innerhalb der Zielgruppe zu identifizieren.

Basierend auf den in den betrachteten Regionen gesammelten Daten werden Empfehlungen und Strategien auf sektoraler Ebene für die EU abgeleitet, um sowohl den digitalen Qualifikationsbedarf der Beschäftigten als auch den Bedarf der Arbeitgeber im Kunst-, Unterhaltungs- und Kultursektor in Europa zu erfüllen.

HERAUSFORDERUNGEN

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gehört zu den am stärksten durch die COVID 19-Pandemie betroffenen Branchen. Die Bewältigung der damit verbundenen Herausforderungen hat die Relevanz der digitalen Transformation und ihre Ausgestaltung in diesen Branchen zunehmend in den Fokus gerückt.

Auf europäischer Ebene hat sich der Oberbegriff Kultur- und Kreativwirtschaft zunehmend etabliert, um Organisationen und Institutionen im kulturell geprägten Sektor zu erfassen. Dazu gehören die privaten, öffentlichen und gemeinnützigen Sektoren der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der Kunst-, Kultur- und Unterhaltungssektor ist sehr breit und vielfältig mit unterschiedlichen Teilmärkten und Berufsfeldern, was eine einheitliche Beschreibung und Empfehlung schwierig macht. Neben unterschiedlichen Entwicklungsstufen der Digitalisierung existieren in den Teilmärkten auch unterschiedliche Bedürfnisse und Anforderungen.

Es kann festgestellt werden, dass der Kultursektor im weitesten Sinne expandiert und sich immer mehr ausdifferenziert. Die Gründe dafür liegen vor allem in einem erheblichen Ausbau der staatlichen Kulturinfrastruktur, dem Entstehen neuer Kultureinrichtungen, der Kulturalisierung der Märkte und schließlich der dynamischen Entwicklung eines kommerziellen Kultursektors. Die große wirtschaftliche Bedeutung des Kultursektors zeigt sich an den Daten aus der Zeit vor der Covid 19-Pandemie. So gab es 2017 in der EU-27 mehr als 1,1 Millionen Kulturunternehmen, was etwa 5 Prozent aller Unternehmen im nichtfinanziellen Sektor der gewerblichen Wirtschaft entspricht. Zusammen erwirtschafteten die Kulturunternehmen mehr als 145 Mrd. Euro, was einem Anteil von 2,3 Prozent am gesamten nichtfinanziellen Sektor der Wirtschaft entspricht. Trotz der Heterogenität der verschiedenen Teilmärkte und Dienstleistungen lassen sich bestimmte strukturelle Gemeinsamkeiten feststellen, die im Vergleich zu anderen Sektoren mit einer größeren Fragilität beschrieben werden können, z. B. in Bezug auf Fragen der sozialen und finanziellen Ungewissheit. Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten dominieren die große Mehrheit der kulturellen Aktivitäten in der EU-27. Auch Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten machen einen großen Teil davon aus. Fast ein Drittel (32 Prozent) der Beschäftigten im Kulturbereich in der EU-27 waren 2019 selbständig. Darüber hinaus besteht der Sektor aus vielen Nicht-Standard-Arbeitnehmern, häufig Freiberuflern, Zeitarbeitern und Arbeitnehmern mit Unterbrechungen¹. Darüber hinaus werden auch die Wertschöpfungsketten mit zahlreichen nicht standardisierten Arbeitnehmern und Organisationen unterschiedlicher Art und Größe als typisch genannt, die eng zusammenarbeiten müssen, um kulturelle und kreative Produkte und Dienstleistungen vom Urheber zum Verbraucher zu bringen.

Einige zentrale Herausforderungen in Bezug auf die digitale Transformation im Kunst-, Unterhaltungs- und Kultursektor wurden von den Akteuren in den verschiedenen Workshops identifiziert. Fasst man diese zusammen, so wird zum einen deutlich, dass die digitale Transformation als ein Prozess der Veränderung verstanden werden sollte. Organisationen aus dem Kulturbereich müssen sich daher verstärkt auf einen Prozess der Selbstreflexion einlassen. Was bedeutet die Digitalisierung für unsere Institution, unsere Produkte und Dienstleistungen und unser Geschäftsfeld? Es muss geklärt werden, welche Rahmenbedingungen dafür geschaffen werden müssen und wie Akteure in diesen Wandel einbezogen werden können. Die Schaffung von Strukturen der Vernetzung und des selbstorganisierten Lernens scheint dabei ein zentraler Bestandteil zu sein. Hier eröffnen sich Unterstützungsmöglichkeiten.

Langfristige Planungen für die digitale Transformation und die Initiierung von Lernprozessen wie z. B. Schulungen werden durch die weit verbreiteten prekären Strukturen in der Branche, z. B. mit vielen Teilzeitkräften, aber auch einem hohen Anteil an älteren Arbeitnehmern, erschwert. Neben strategischen Ansätzen fehlt es an finanziellen und zeitlichen Ressourcen. Weiterhin mangelt es vielen Menschen an grundlegenden digitalen Kompetenzen.

Weitere Herausforderungen werden in Zukunft verstärkt beim Umgang mit geistigen Eigentumsrechten an digital basierten Produkten und Dienstleistungen im Kulturbereich gesehen.

DIGITALE KOMPETENZEN IM SEKTOR

¹ IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann S. and Heinsius J. 2021, Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, S.15

Die Umfragen und Diskussionen während der verschiedenen Workshops zielten darauf ab, Informationen darüber zu sammeln, in welchen Bereichen nach den Beschäftigten, Führungskräften sowie Inhabern neue Fähigkeiten benötigt werden und welche Probleme beim Zugang zu den erforderlichen Schulungen existieren. Einige der Bedürfnisse und Lücken sind sehr spezifisch und komplex und unterscheiden sich innerhalb der Berufsprofile und Teilspektoren. Nachfolgend werden einige Aspekte näher erläutert.

Im Kern sollten grundlegende digitale Fähigkeiten wie das Schreiben von E-Mails, die Verwendung von MS-Office-Instrumenten oder die Suche nach Informationen im Internet von Beschäftigten beherrscht werden. Dazu gehört auch die Nutzung von Online-Kommunikationsinstrumenten wie Microsoft Teams oder Zoom. Darüber hinaus wurde ein Bedarf an digitalen Fähigkeiten in den Bereichen Managementaufgaben (z. B. Social Media Management, Nutzung digitaler Gerätebetriebssysteme, digitale Marketingplanung) sowie branchenspezifische Softwarekenntnisse für Produkt-/Dienstleistungsentwicklung festgestellt.

Der Bedarf wurde dahingehend geäußert, dass ein digitales Mindset in Zukunft stärker ausgeprägt werden muss, insbesondere bei denjenigen, die direkt kulturbasierte Produkte und Dienstleistungen erstellen. In vielen Bereichen gibt es wenig Wissen darüber, wie neue, digital basierte Angebote entwickelt werden können, welche Bedürfnisse das Publikum hat und wie sich Organisationen in dieser Hinsicht verändern müssen.

Ein Beispiel, das genannt wurde, ist der Filmsektor, in dem aufgrund des Aufkommens neuer Streaming-Dienste eine große Nachfrage nach Arbeitskräften besteht. Es zeichnen sich neue berufliche Anforderungen ab. Die Nachfrage nach "Kreativtechnikern" steigt, d. h. Menschen, die eine kreative Karriere anstreben, aber auch ausgeprägte Informations- und Kommunikationskompetenzen besitzen, z. B. im Bereich Programmierung und digitale Technologien. Gleichzeitig entsteht der Bedarf an eher technisch orientierten Mitarbeitenden, die mit Kollegen und Kolleginnen aus der Kunstabteilung und dem Designteam zusammenarbeiten, was letztlich den Bedarf an sozialer Kommunikationsfähigkeit erhöht.

EMPFEHLUNGEN

Im Kultursektor scheint es an Fördermitteln, Leitlinien, Messinstrumenten und langfristigen Strategien für den Einsatz und die Entwicklung von Schulungen zu digitalen Kompetenzen zu fehlen. Aus den ermittelten regionalen Herausforderungen und Bedürfnissen lassen sich Empfehlungen ableiten, um sowohl die digitale Transformation von Kultureinrichtungen als auch die Entwicklung individueller digitaler Kompetenzen und Fähigkeiten auf europäischer Ebene zu fördern.

Analyse der Arbeitsmärkte

Die Heterogenität des Kunst-, Kultur- und Unterhaltungssektors sowie die unterschiedlichen Bedürfnisse und Anforderungen in den einzelnen Teilspektoren, aber auch in den einzelnen Ländern, machen es schwierig, einheitliche Schlussfolgerungen zu ziehen. Es wird empfohlen, Analysestrukturen einzurichten, die regelmäßig die spezifischen Bedürfnisse des Kultur- und Kreativsektors ermitteln. Es ist wichtig, spezifische Kenntnisse und Daten über den Arbeitsmarkt zu sammeln, um Schlussfolgerungen ziehen zu können. Daraus lassen sich zum einen Strategien ableiten, wie der Sektor weiterentwickelt werden kann und welche Rahmenbedingungen auf regionaler Ebene notwendig sind. Zum anderen

können aus den Bedarfen spezifische Qualifizierungsangebote für bestimmte Tätigkeitsprofile abgeleitet werden, die dann regional oder lokal von den Netzwerkpartnern angeboten werden können. Daraus lassen sich auch Strategien zur Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit ableiten. Dazu ist es wichtig, den Arbeitsmarkt zu untersuchen und z. B. offene Stellen zu analysieren. Als Beispiel für einen übertragbaren Ansatz soll hier ein Ansatz aus dem Vereinigten Königreich genannt werden.

Die Universität von Exeter hat einen sehr erfolgreichen Skills Escalator entwickelt, um zu ermitteln, wo im Datenanalysektor neue Angebote benötigt werden (<https://escalate.projects.uvt.ro/data-analytics-skills-escalator-video>). Ein ähnliches Modell scheint geeignet zu sein, um die erheblich wachsende Nachfrage im Teilsektor CREA-TECH zu decken, wo ein enormer Bedarf an neuen Beschäftigten besteht, der jedoch für potenzielle Lernende und Ausbildungsanbieter nicht ersichtlich ist.

Ressourcen für den Aufbau einer digitalen Strategie

Kultureinrichtungen müssen in der Lage sein, den digitalen Strukturwandel erfolgreich zu bewältigen, um in der digitalen Welt weiterhin wahrgenommen zu werden. Hierfür müssen strategische Fragen beantwortet und konzeptionell umgesetzt werden. Dazu gehört die Frage, wie ein Mindset für die digitale Transformation geschaffen und vermittelt werden kann. Das bedeutet, dass organisatorische Aspekte für jede Institution individuell betrachtet werden müssen, z. B. Klärung der Bedürfnisse der Zielgruppen, Entwicklung eines internen partizipativen Ansatzes. Hier entsteht Bedarf an Beratung und Coaching sowie an Methoden für die digitale Transformation. Dies sollte sich auch in Ausbildungs- und Qualifizierungskonzepten widerspiegeln. Vereine und regionale Partner können insbesondere kleine Kultureinrichtungen unterstützen, z. B. mit Infrastruktur, Werkstätten oder durch die Übernahme von Aufgaben im Kontext der Digitalisierung. Digitale Lotsen können Transformationsprozesse begleiten.

Ressourcen im Bereich der digitalen Ausstattung und Infrastruktur

Ein häufig genanntes Hindernis für die Digitalisierung im Kulturbereich ist die unzureichende Infrastruktur. Oft sind die infrastrukturellen Voraussetzungen für den Einsatz digitaler Werkzeuge nicht gegeben (langsames Internet, Einschränkungen bei der Auswahl von Instrumenten durch den Arbeitgeber, keine finanziellen Mittel). Insbesondere bei kleinen Einrichtungen und Unternehmen kann die Auswahl und Einführung neuer Instrumente an finanziellen Fragen scheitern. Weiterhin ist der digitale Kulturwandel eine Daueraufgabe, die von allen Beteiligten einen hohen finanziellen, personellen und strategischen Aufwand erfordert. Beispielsweise unterliegen Hard- und Software ständigen Aktualisierungen.

Möglichkeiten zur Vermittlung grundlegender digitaler Kenntnisse

In weiten Teilen des Sektors gibt es einen hohen Anteil an prekär Beschäftigten. Dazu gehören Freiwillige, Teilzeitbeschäftigte, aber auch Solo-Selbstständige. Es gibt auch einen hohen Anteil an älteren Beschäftigten, die als Gruppe im Vergleich zur jüngeren Generation einen hohen Unterstützungsbedarf in Bezug auf digitale Fähigkeiten aufweisen. In dieser Gruppe zeigten viele einen Mangel an grundlegenden digitalen Kenntnissen, nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Covid 19-Pandemie. Diese Gruppen haben offenbar weniger Zugang zu Schulungsmöglichkeiten, es fehlt ihnen an Zeit oder sie haben Schwierigkeiten beim Zugang zu Fördermitteln. In allen Regionalstudien wurde deutlich, dass gezieltere, sektoral zugeschnittene Angebote für digitale Grundkompetenzen wünschenswert sind. Hier bieten sich vor allem flexible und zeitunabhängige Online-Lernprogramme an, die auf die

Bedürfnisse von Teilbranchen wie Museen oder Galerien eingehen, aktuelle Entwicklungen aufgreifen und auch digitale Grundkompetenzen vermitteln können.

Branchenspezifische Mid-Life-Skills-Reviews sind ein Beispiel für die Einbeziehung älterer Arbeitnehmer in Fragen der digitalen Kompetenzen. Das vom TUC (UK) entwickelte und kostenlos angebotene Instrument "Value My Skills" könnte eine Möglichkeit sein, ältere Arbeitnehmer einzubeziehen (<https://www.unionlearn.org.uk/value-my-skills>).

Transparenten Überblick verschaffen

Es gibt bereits eine Vielzahl von Angeboten im Internet. Es mangelt jedoch an Struktur und Übersicht für potenzielle Nutzer. Wünschenswert wäre eine Linkübersicht, die Informationen zu bestimmten Themen und Instrumenten enthält, z. B. Office-Tools, Social-Media-Training, Förderungen im Kulturbereich.

Eine Idee könnten regionale Kompetenzzentren mit einem Schwerpunkt auf dem Kultursektor sein, die vom Staat gefördert werden. In Deutschland gibt es bereits ähnliche Strukturen, die sich an kleine und mittlere Unternehmen richten. Hier könnten Angebote für Geschäftsführer und Personalverantwortliche gemacht werden, die neue Kompetenzen in ihrer Belegschaft entwickeln wollen. Mit strategischen und methodischen Mitteln können maßgeschneiderte Lösungen für individuelle Lerntypen und Weiterbildungsbedarfe gefunden werden. Die Nutzer können vorab den Status des eigenen Unternehmens im Bereich der digitalen Weiterbildung ermitteln. Auf dieser Basis erhalten sie dann eine detaillierte Auswertung mit Best Practices Beispielen und konkreten Handlungsempfehlungen. Mit den Materialien und Empfehlungen erhalten die Nutzerinnen und Nutzer Antworten auf die relevanten Fragen im Weiterbildungsprozess - zum Beispiel zur lernförderlichen Unternehmenskultur, zu finanziellen Fördermöglichkeiten oder zur Auswertung und zum Transfer des Gelernten.

Aufbau von Strukturen für die Kommunikation von Best Practice Beispielen

In Kultureinrichtungen stellt sich die Lage der digitalen Transformation sehr unterschiedlich dar. Einige Institutionen haben bereits fortgeschrittene digitale Strategien, andere stehen noch am Anfang, Theater haben andere Kompetenzen und Erwartungen als z. B. Museen oder Freiberufler. Die Entwicklung neuer digitaler Kulturangebote wird häufig in größeren und öffentlich geförderten Kultureinrichtungen vorangetrieben. Hier gibt es in der Regel bessere finanzielle Voraussetzungen für die Nutzung und Umsetzung neuer digitaler Instrumente, Werkzeuge und Programme. Dabei werden Erfahrungen mit der Nutzung und Entwicklung von Angeboten gesammelt, die oft auch für kleinere Einrichtungen wertvoll sind. Erfolgreich umgesetzte Konzepte sollten daher so aufbereitet werden, dass sie als Best-Practice-Beispiele niederschwellig wirken können. Sie können sich mit Themen befassen, wie

- Erstellen eines Internetauftritts,
- Soziale Medien für Inhalte nutzen,
- Verlagerung auf virtuelle Präsenzen,
- Youtube-Kanäle, Podcasts,
- Preise für online angebotene Produkte/ Dienstleistungen festlegen.

Aufbau von Partnerschaften und Netzwerken für einen regelmäßigen Austausch

Es sollten Partnerschaften zwischen zwei oder mehr Kultureinrichtungen mit digitaler Erfahrung und Partnern mit digitalem Fachwissen gebildet werden, die ihr Wissen teilen und sich gegenseitig bei der Erprobung und Schärfung ihres digitalen Profils unterstützen. Der audiovisuelle Sektor könnte zum Beispiel den anderen Sektoren vorangehen, da er in Bezug auf die digitalen Fähigkeiten sehr weit fortgeschritten ist. Über Open-Access-, Open-Content- und Open-Source-Ansätze können sowohl der Inhalt der digitalen Anwendungen als auch die gewonnenen Erkenntnisse transparent und verfügbar gemacht werden.

Über das ACSOL-Projekt

2020-1-ES01-KA226-VET-096242

Projekttitel: Acquiring crisis-proof skills through online learning (Erwerb von krisensicheren Fähigkeiten durch Online-Lernen)

Projektdauer: 01.05.2021 – 30.04.2023

Projekt-Webseite: <https://www.lanbide.euskadi.eus/erasmus+/-/acsol/>

Projektpartner

