

KULTUR-STREAMING

Ein Ausweg aus dem Corona-bedingten Kultur-Shutdown?

WEBINAR 1 in der Reihe „Kunst und Kultur im digitalen Raum“
in Kooperation mit dem Senator für Kultur Bremen und den Denkkzellen Bremen

Claudia Beißwanger – Rainer Glaap – Lars Grochla
12.06.2020

Ablauf des Webinars

Begrüßung, Organisatorisches, Vorstellung der Referent*innen

Frederieke Behrens, Tobias Pflug

Einführung ins Thema

Claudia Beißwanger

Kultur-Streaming-Nutzer*innen-Verhalten – eine Umfrage und ihre Ergebnisse
Bezahlmodelle für Kultur-Streaming

Rainer Glaap

Do's und don'ts beim Streaming – technische und dramaturgische Aspekte (Erfahrungen von #bremenist)
Überblick über Streaming-Plattformen

Lars Grochla

Fragen / Diskussion im Plenum

Versuch eines Fazits

Claudia Beißwanger

Ausblick – kommende Webinare der Reihe „Kunst und Kultur im digitalen Raum“

Frederieke Behrens, Tobias Pflug



Claudia Beißwanger

Studium der Musikwissenschaft, Kulturwissenschaften, BWL, Pädagogik & Psychologie (Folkwang Universität der Künste, Ruhr-Universität Bochum, Universität Dortmund, Royal Holloway – University of London); Musik- und Kulturmanagement (Hochschule Bremen)

Berufliche Stationen: u.a. Konzerthaus Dortmund, Goethe-Institut Melbourne, Organisationsleitung für verschied. künstler. Festivals in Norddeutschland, Geschäftsführung Landesjugendorchester Bremen

Aktuell tätig: „Kreativpotentiale Bremen“ (SKB/ Sfk/ Quartier), Kammerensemble Konsonanz, Lehrauftrag Kultur-Management Universität Bremen

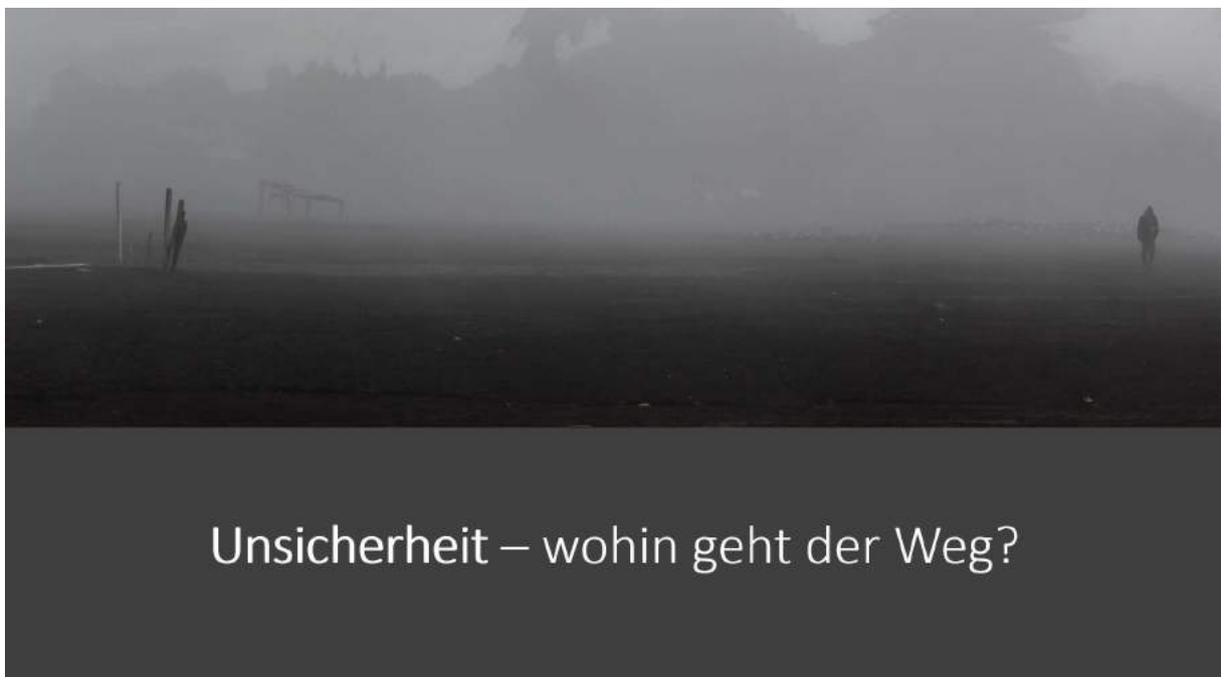
Mitgliedschaften/ Verbandstätigkeiten: Landesmusikrat Bremen (Vorstand); Kulturpolitische Gesellschaft; KLUB DIALOG



AUF ZU NEUEN (DIGITALEN) UFERN

Die Corona-Krise als Chance für künstlerische Innovation
und für die Entwicklung neuer Monetarisierungs-Modelle im Kultursektor

*Einführung ins Thema von Claudia Beißwanger
Verschriftlichung der ppt-Folien*



Ich glaube, ich muss niemandem in diesem virtuellen Raum erzählen, dass die Zeiten momentan schwierig sind, gerade für Kulturschaffende. Neben der Notwendigkeit, über ihre Profession, die Kunst, Geld zu verdienen, geht es Kulturschaffende momentan v.a. auch darum, künstlerisch aktiv zu bleiben – das ist für uns wie die Luft zum Atmen.

Aufgrund der Corona-Regulierungen sind Kulturschaffenden momentan viele bekannte, vertraute Wege von Kunstproduktion verbaut. Nach der ersten Bewältigung des „Corona-Schocks“ setzte unter Kulturschaffenden ein fieberhaftes Überlegen ein, wie man trotzdem künstlerisch aktiv bleiben und unser Publikum trotz aller Beschränkungen nach wie vor – „corona-sicher“ – erreichen können.

Ein erster Reflex war es, Kunstproduktion und -rezeption verstärkt zu digitalisieren, also z.B. vormals analoge Formate von Theater, Musik, Tanz, aber auch Museen und Kunstgalerien in Echtzeit – oder archivarisch aus Mediatheken – zu digitalisieren, also zu streamen.

Aber nicht erst seit Corona gibt es verschiedene Beweggründe für Kulturschaffende, sich auch in digitalen Welten zu bewegen:



Beweggründe für Schritte ins Digitale

– nicht nur in „Corona-Zeiten“ –

- Sichtbar bleiben – dem „Stammpublikum“ gegenüber
- Erreichen neuer Zielgruppen
- Auseinandersetzung mit neuen Kommunikations-Kanälen
- Entwicklung neuer künstlerischer und Kommunikations-Formate
- Einnahmequelle – Kompensation von Honorarausfällen / Ticketerlöse-Einbußen

Spoiler:

Es gibt keine einfachen Lösungen!



Für viele Kulturschaffende scheint in Corona-Zeiten der Griff zum Digitalen wie ein Griff nach dem rettenden Seil – ohne zu wissen, ob das digitale Seil trägt oder das hält, was es verspricht.

Einige Kulturschaffende haben sich nur zögerlich, zum Teil widerwillig, mit dem Thema Digitalisierung auseinandergesetzt, manche haben sich dieser bislang widersetzt. Für andere wiederum boten die neuen Umstände die Möglichkeit, die technischen Möglichkeiten zu erforschen und Neues auszuprobieren. Auch das Streaming. Es ist gut, Neues zu testen, es bindet aber auch viel Zeit und Energie – zum Teil mit einem zweifelhaften Ergebnis: Die Bandbreite in der Qualität von Streaming-Angeboten ist groß. Daneben steht neben der oft ungelösten Frage nach dem Urheberrecht solcher digitalen Produkte auch die Frage nach einem finanziellen Output.

Kunst im Netz

Kostenlose Bereitstellung?

Gefahr der „umsonst-Mentalität“:
„Was nichts kostet, ist nichts wert“

Paid content?

Freiwillige Entlohnung (Spenden etc.)?

Künstler*innen als Bittsteller?



Der nachvollziehbare Reflex, seit dem Corona-Shutdown viel Kultur kostenlos ins Netz zu stellen, um künstlerisch sichtbar zu bleiben, ist durchaus auch kritisch zu sehen. Es kann beim Publikum den Anschein generieren, dass Kultur umsonst und immer verfügbar ist – warum also dafür zahlen? Im schlimmsten Fall verdirbt diese „umsonst-Mentalität“ langfristig den Markt und die Preise, d.h. die Akzeptanz, für von professionellen Künstler*innen generierte Kunst und dessen Rezeption zu zahlen. Das kann auch sich für eine Zeit nach dem rigorosen Corona-Shutdown negativ auf Live-Kultur (und die Bereitschaft, dafür zu zahlen) auswirken.

Das Webinar bewegt sich also vor dem Hintergrund, alternative Verdienstmöglichkeiten für Künstler*innen über Streaming auszuloten. Unser Kontext ist der so genannte „nicht-kommerzielle“ professionelle Kunst-Sektor, der nichtsdestotrotz natürlich Geld braucht, um seinen Betrieb aufrechtzuerhalten und in der jetzigen Situation zu überleben.

Nicht zuletzt ist der Aufwand, qualitativ hochwertige Streaming-Angebote zu produzieren, hoch – und dieser sollte im besten Fall auch monetär honoriert werden – v.a. wenn dieser von Künstler*innen, Ensembles bzw. Kulturinstitutionen generiert wird, die kein großes Budget (finanziell wie zeitlich gesehen) für so etwas haben.

Alles in allem finde ich es also sehr legitim und wahnsinnig wichtig zu überlegen, welcher finanzieller Output über Streaming generiert werden kann, wie eine gute Qualität generiert werden kann und ob sich der nicht zu unterschätzende Aufwand für Streaming „lohnt“.

Kunst im digitalen Raum folgt **anderen Logiken und Regeln** als analoge künstlerische Praxis



Fest steht, dass Mechanismen, die in digitalen Welten funktionieren, oft einer ganz anderen Logik und Dramaturgie folgen als im analogen, physischen Raum. Bisher analog gedachte Formate einfach 1:1 in den digitalen Raum zu transferieren scheitert oft. Es ist wichtig zu fragen:

- Was sind Gelingensbedingungen, was Stolpersteine, um über eine digitale Herangehensweise an Live-Kunst einen Mehrwert zu generieren?
- Was muss geschehen, damit nicht nur eine schlechte Kopie einer physischen Kunstproduktion entsteht, die an das „Original“ nicht heranreicht und Produzent_innen und Rezipient_innen solcher Angebote unbefriedigt zurücklässt?



Herausforderung Digitalisierung:

kein physisch miteinander geteilter Erlebnisraum wie im Analogen

Eine der vermutlich größten Herausforderung für Kunst im digitalen Raum ist es, dass wir keinen physisch miteinander geteilten Erlebnisraum haben – wie sonst im Analogen. Weder bekommen wir bei Kunstrezeption über digitale Kanäle mit, wie andere Zuschauer*innen das Gezeigte empfinden, noch erleben Zuschauer*innen den Zauber, mit den künstlerisch Produzierenden die Aura eines Live-Events im selben physischen Raum miteinander zu teilen. Emotionen unmittelbar (physisch) miteinander zu teilen ist etwas zutiefst Menschliches. Emotionale Nähe und einen dramaturgischen Spannungsboden aufzubauen kann schwer sein in der digitalen Welt des „klick-und-weg“.



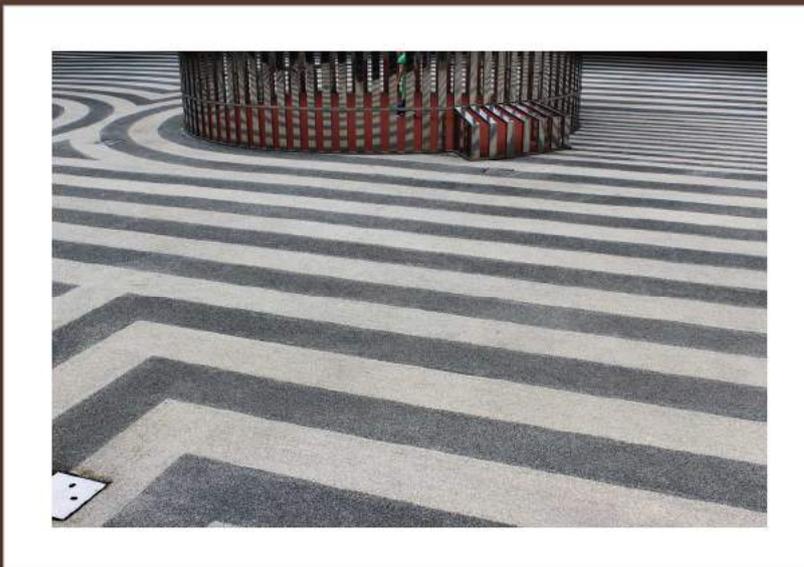
“Experiment in Echtzeit” –

was hilft
zu navigieren?

Wir befinden uns gerade in einem Experiment in Echtzeit – niemand kann wissen, was das für die Künste langfristig bedeutet. Obwohl sich mehr und mehr Corona-Lockerungen einstellen – die Realität von Kunstproduktion und -rezeption, wie wir sie VOR Corona kannten, wird sich auf längere Zeit nicht mehr einstellen.

Man kann an einer solchen Situation verzweifeln.

Man kann aber auch versuchen, aus der schwierigen Situation eine Situation des Experiments und der Suche nach neuen Formaten, neuen Wegen der Kommunikation zwischen Künstler*innen und Publikum, zu machen.



Thinking
outside
the box

Tatsächlich besteht in der Krise aber auch eine Chance, neue Wege zu gehen und Selbstverständlichkeiten kritisch zu hinterfragen: „Thinking outside the box“ ist gefragt.



**Mut,
jenseits der
Komfortzone
zu agieren**

„embrace
uncertainty“

Dass viele Selbstverständlichkeiten momentan in Frage gestellt werden, macht vielen Menschen Angst. Angst ist aber oft kein besonders guter Ratgeber. Jetzt ist vor allem auch Mut, sich aus der persönlichen oder institutionellen Komfortzone herauszubewegen, gefragt. Der größte Lernzuwachs geschieht oft erst dann, wenn man sich aus der eigenen Komfortzone hinauswagt.



**Mentale Beweglichkeit
und Forscherdrang
statt bloßem Verharren
in gewohnten Strukturen**

Es ist mehr denn je eine Zeit des Forschens, des Experimentierens, der ergebnisoffenen Prozesse. Scheitern sollte und muss in solch ergebnisoffenen Prozessen erlaubt sein. Innovation wird oft erst nach Momenten des Misserfolgs oder der „halbaren“ Lösungen generiert!



Kooperation & Austausch

Umso mehr sollten wir uns in dieser herausfordernden Zeit auf wichtige Kernzüge künstlerischen Schaffens berufen: Kooperation, Spiel / Experiment, Fehlerfreundlichkeit und Neugier. Wir können umso mehr „Gewinn“ aus dieser Herausforderung ziehen, je mehr wir uns in den gemeinsamen, solidarischen Austausch begeben und miteinander und voneinander lernen.



Schwarm-Intelligenz – let's go!

Das gibt mehr Sicherheit für die neuen, ungewissen Wege, die vor uns liegen.