

Communities als Plattformen für Wissenstransfer

*In der heutigen Zeit sind die Bildung und Pflege von Communities mehr als nur ein Trend – sie sind essenziell, weil sie den Austausch und die Vernetzung von Menschen fördern, die gemeinsam mehr erreichen können als jede*r Einzelne für sich. Dadurch tragen Communities zu innovativen Lösungen und neuen Ansätzen bei und bieten eine Plattform für Wissenstransfer und Lernen. Sie stärken zudem den Zusammenhalt, indem sie ein Gefühl der Zugehörigkeit schaffen, und fördern Vielfalt und Inklusion durch die Wertschätzung unterschiedlicher Stimmen. Im gemeinsamen Dialog geben Geschäftsführerin Ksenia Ryklin und Community-Managerin Anna Andrievskaya von High Art Bureau Einblicke, welche Rolle Communities aktuell im Kulturbetrieb spielen – und in Zukunft spielen sollten.*

Das Gespräch führte Olivia Kim Favorite, Werkstudentin bei High Art Bureau

Wie können Communities die Kultur weiterdenken?

Ksenia Ryklin: Nur gemeinsam kann Kultur gestärkt werden und auch stärken. Der Austausch innerhalb themenbezogenen offenen Communities kann nicht nur bestehende Strukturen und Projekte bereichern, sondern auch völlig neue Ideen und Initiativen hervorbringen. Wenn Menschen aus verschiedenen Bereichen ihr Wissen und ihre Erfahrungen teilen, führt dies zu einem effektiven Wissenstransfer, der es ermöglicht, Lösungen schneller zu finden und effizienter zu arbeiten. Dadurch lässt sich unheimlich viel Zeit zu sparen, da man nicht jedes Rad neu erfinden muss, sondern von den Erkenntnissen und Fehlern anderer lernen kann. Zudem stärkt der Austausch das Gemeinschaftsgefühl und schafft eine Atmosphäre, in der Kreativität und Innovation gedeihen können.

Anna Andrievskaya: In unserer Arbeit im Projektmanagementunternehmen High Art Bureau haben wir viele verschiedene Kulturprojekte konzipiert,

umgesetzt und durchgeführt und teilen unsere Erfahrungen immer mit unserem Netzwerk und bringen diese auch bei Folgeprojekten mit ein. Wir fördern zum Beispiel beim internationalen Projekt „Gemeinsame Sprache finden“ Diversität und Inklusion durch internationale Partnerschaften und direkten Austausch: 2023 konnten sich während jeder der drei Veranstaltungen Kultur- und Bildungsträger sowie etwa 150 Jugendlichen aus verschiedenen Kulturen – ohne verbale Kommunikation – eine gemeinsame Sprache gestalten und somit sich auf Augenhöhe begegnen. Durch die Zusammenarbeit mit internationalen Künstler*innen und Sportler*innen sowie lokalen Gemeinschaften konnten wir nicht nur die kulturelle Vielfalt im Dialog, sondern auch den Austausch von Ideen und Hintergründen fördern. Das hat geholfen, verschiedene Barrieren abzubauen und ein besseres Verständnis für die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu schaffen. Das Netzwerk wurde im Anschluss durch verschiedene Onlinetools gepflegt und so entwickelte sich daraus das Folgeprojekt für das Jahr 2024.

Welche Rolle würden Sie Communities in Kulturbereich beimessen?

AA: Unsere Erfahrung im Community Management zeigt beispielsweise, dass im Kulturbereich Communities eine sehr wichtige Rolle spielen, indem sie ein Netzwerk von Künstler*innen, Kulturmanager*innen, Nachhaltigkeitsexpert*innen, Förderer*innen und Publikum schaffen. Dazu kommt der Austausch von Ideen, die Zusammenarbeit an Projekten und die Förderung von kreativen Initiativen. Diese Gemeinschaften stärken nicht nur das Zusammengehörigkeitsgefühl, sondern sind auch ein lebendiger Ort für den Wissenstransfer und die Weiterentwicklung innovativer Ansätze in der Kulturarbeit.

Durch Netzwerke können Kulturschaffende neue Impulse für Projekte erhalten und innovative Ideen entwickeln, die sie allein nicht umsetzen könnten.

Anna Andrievskaya

Solche Netzwerke sind im Kulturbereich unverzichtbar, denn sie bieten eine Plattform für Synergien und bündeln kreative Ressourcen. So können Kulturschaffende neue Impulse für Projekte erhalten und innovative Ideen entwickeln, die sie allein nicht umsetzen könnten. Auch tragen diese Netzwerke dazu bei, Konkurrenzdenken zu überwinden, indem gemeinsame Ziele und Kooperation statt individueller Konkurrenz im Vordergrund

stehen. Auf diese Weise fördern sie den Austausch und die gegenseitige Unterstützung, was zu einer nachhaltigeren und vielfältigeren Kulturlandschaft führt, von der alle Beteiligten profitieren.

Was brauchen Kulturgemeinschaften, um zu entstehen und sich erfolgreich weiterzuentwickeln?

KR: Transparente Kommunikation ist das Fundament jeder erfolgreichen Gemeinschaft, und das gilt besonders für Kulturgemeinschaften. In der Kulturbranche arbeiten viele Organisationen oft projektbasiert und in interdisziplinären Teams. Hier ist es entscheidend, dass alle Beteiligten stets auf dem gleichen Informationsstand sind. Nur so können wir Missverständnisse vermeiden und effizient zusammenarbeiten. Transparente Kommunikation schafft Vertrauen und fördert eine offene Atmosphäre, in der innovative Ideen und kreative Lösungen entstehen können.

Transparente Kommunikation ist das Fundament jeder erfolgreichen Gemeinschaft, und das gilt besonders für Kulturgemeinschaften.

Ksenia Ryklin

Transparente Kommunikation bedeutet auch, dass Informationen leicht zugänglich und verständlich sind. In der Kulturgemeinschaft gibt es oft komplexe Projekte, an denen viele verschiedene Akteur*innen beteiligt sind – Künstler*innen, Förderer*innen, Organisator*innen und das Publikum. Wenn alle Parteien klar und direkt kommunizieren, können wir sicherstellen, dass die Kulturprojekte erfolgreich umgesetzt werden und ihr volles Potenzial entfalten.

Wie kann eine transparente Kommunikation in der Praxis aussehen? Welche Maßnahmen sind notwendig?

KR: Eine transparente Kommunikation kann durch verschiedene Maßnahmen erreicht werden. Regelmäßige Meetings und Updates sind essentiell, ebenso wie die Nutzung digitaler Plattformen für den Austausch von Informationen. Es ist auch wichtig, eine offene Feedback-Kultur zu etablieren, in der alle ihre Meinungen äußern können, ohne Angst vor negativen Konsequenzen zu haben. Außerdem sollten alle Beteiligten Zugang zu denselben Informationen haben, beispielsweise über ein gemeinsames Intranet oder eine Projektmanagement-Software.

Zudem sind klare Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten von großer Bedeutung. Wenn jede*r genau weiß, wer wofür verantwortlich ist, werden die Arbeitsprozesse samt den Kommunikationswegen klarer und effizienter. Bei Bedarf können Tools wie Miro, Trello oder Atlassian helfen, den Informationsfluss zu strukturieren und sicherzustellen, dass nichts verloren geht.

Was kann eine transparente Kommunikation bewirken, wenn sie gut umgesetzt wird?

AA: Eine gut umgesetzte transparente Kommunikation fördert das Vertrauen zwischen den Beteiligten und stärkt das Gemeinschaftsgefühl. Wenn alle das Gefühl haben, dass sie gehört und verstanden werden, sind sie eher bereit, ihr Bestes zu geben. Dies führt zu einer höheren Zufriedenheit und Motivation, was sich positiv auf die Qualität der kulturellen Projekte auswirkt.

Wenn alle das Gefühl haben, dass sie gehört und verstanden werden, sind sie eher bereit, ihr Bestes zu geben.

Anna Andrievskaya

Darüber hinaus kann transparente Kommunikation auch dazu beitragen, Probleme frühzeitig zu erkennen und zu lösen. Wenn alle Beteiligten offen über ihre Bedenken und Herausforderungen sprechen können, können Lösungen gemeinsam erarbeitet und umgesetzt werden. Dies minimiert das Risiko von Projektausfällen und fördert eine Kultur des gemeinsamen Lernens.

Welche Herausforderungen gibt es bei der Umsetzung einer transparenten Kommunikation und wie können diese überwunden werden?

KR: Eine der größten Herausforderungen ist, eine offene und vertrauensvolle Kommunikationskultur zu schaffen. Viele Menschen haben Bedenken, ihre Meinung offen zu äußern, insbesondere wenn sie negative Rückmeldungen erfahren haben. Hier ist eine geschützte Umgebung wichtig, in der Kritik konstruktiv aufgenommen wird und als Chance zur Verbesserung gesehen wird.

AA: Ein weiteres Hindernis kann die technische Ausstattung sein. Nicht alle Organisationen haben die Ressourcen, um moderne Kommunikations-

¹ Ein sehr gutes Beispiel für den Wissenstransfer ist etwa die Abschlussarbeitenbörse, aber auch der gesamte Weiterbildungsbereich der Webseite, in dem auch die Leitfäden und Arbeitshilfen zu finden sind, sowie die Themenreihen der Beiträge können hier als Beispiele genannt werden.

tools zu nutzen. Hier können Plattformen wie kulturmanagement.net unterstützen, indem sie mit ihren verschiedenen redaktionellen Angeboten über den kostensensiblen Einsatz von möglichen Tools und eventuellen Weiterbildungen informieren.¹ Auch die Sensibilisierung für die Bedeutung transparenter Kommunikation ist ein wichtiger Schritt.

Welche Rolle spielen solche Plattformen wie kulturmanagement.net darüber hinaus für den Wissenstransfer und den Austausch?

KR: Plattformen wie kulturmanagement.net haben eine wichtige Rolle für den Wissenstransfer und den Austausch. Sie bieten nicht nur Inhalte, Kontakte und Themeninsights im Magazin, sondern auch einen Raum, in dem sich Fachleute über den Stellenmarkt oder Expert*innenbeiträge aus der Kulturbranche vernetzen, ihre Erfahrungen teilen und voneinander lernen können. Dies ist besonders wichtig in einer Branche, die ständig im Wandel ist und in der neue Herausforderungen und Chancen auftauchen. Durch den Austausch von Best Practices und innovativen Ansätzen können wir als Gemeinschaft wachsen und uns weiterentwickeln.

Plattformen wie kulturmanagement.net haben eine wichtige Rolle für den Wissenstransfer und den Austausch.

Ksenia Ryklin

Generell ermöglichen es uns solche Foren und Plattformen, überregional und international zu kommunizieren. Das erweitert unseren Horizont und bringt frische Impulse in unsere Arbeit. Besonders in der Kulturbranche, die stark von Kreativität und Innovation lebt, ist dieser übergreifende Austausch von unschätzbarem Wert.

Abschließend: Welche Tipps würden Sie Kulturmanager*innen geben, die ihre Kommunikation und den Austausch in ihrer Gemeinschaft verbessern möchten?

KR: Der Tipp wäre, immer offen und ehrlich zu kommunizieren und den Austausch aktiv zu fördern. Regelmäßige Meetings, Feedback-Runden und der Einsatz digitaler Kommunikationsmittel können dabei sehr hilfreich sein. Zudem sollten Kulturmanager*innen darauf achten, dass alle Teammitglieder gleichermaßen Zugang zu Informationen haben.

Auch wichtig: eine Kultur des kontinuierlichen Lernens zu etablieren. Kulturmanager*innen sollten nicht nur darauf achten, dass Informationen transparent kommuniziert werden, sondern auch, dass sie selbst ständig dazulernen und offen für neue Ideen und Ansätze sind. Netzwerke und Plattformen wie kulturmanagement.net bieten hierfür hervorragende Möglichkeiten.

TIPPS FÜR DEN AUFBAU UND DIE LANGFRISTIGE PFLEGE EINER KULTUR-COMMUNITY

Klar definierte Ziele setzen: Überlege dir, was du mit der Community erreichen möchtest. Welche Werte, Interessen oder Ziele sollen die Community-Mitglieder verbinden?

Zielgruppe identifizieren: Definiere genau, wer deine Zielgruppe ist. Das hilft dir, Inhalte und Aktivitäten gezielt anzubieten.

Plattform wählen: Entscheide, wo deine Community stattfinden soll. Das kann ein Forum, eine Social-Media-Gruppe, eine Webseite oder ein physischer Ort sein.

Regeln und Werte festlegen: Kläre von Anfang an, welche Verhaltensregeln in der Community gelten sollen. Definiere auch die Werte und den Umgang miteinander.

Aktive Moderation: Eine gute Moderation ist entscheidend für das Wachstum und den Erhalt einer positiven Atmosphäre. Moderator*innen sollten unterstützen, Streit schlichten und sicherstellen, dass sich alle Mitglieder wohl fühlen.

Inhalte bieten: Biete regelmäßig Inhalte an, die für deine Community relevant und interessant sind. Das können Diskussionen, Artikel, Veranstaltungen oder gemeinsame Projekte sein.

Feedback einholen: Höre auf das Feedback deiner Community-Mitglieder. Sie können dir wertvolle Hinweise geben, wie du die Community besser machen kannst.

Engagement fördern: Ermutige Mitglieder, sich aktiv einzubringen, sei es durch Kommentare, Beiträge oder die Organisation von Events.

Langfristig denken: Baue die Community langfristig auf. Das bedeutet auch, Geduld zu haben und kontinuierlich zu arbeiten, um sie zu pflegen und wachsen zu lassen.

Netzwerken: Pflege auch außerhalb der Community Kontakte und Netzwerke, um neue Mitglieder zu gewinnen und die Bekanntheit zu steigern.

Flexibel bleiben: Passe dich den Bedürfnissen und Wünschen der Community an. Eine flexible Herangehensweise ermöglicht es dir, auf Veränderungen und neue Ideen einzugehen.

Projekte weiterdenken: Entwickle bestehende Projekte weiter und nutze sie, um die Community zu inspirieren und neue Impulse zu geben.

Neue Impulse integrieren: Lasse neue Ideen und Anregungen in die Kulturprojekte einfließen, um die Community dynamisch und relevant zu halten.

Neue Zielgruppen erschließen: Suche kontinuierlich nach Möglichkeiten, neue Zielgruppen zu erreichen und die Community zu erweitern, um frische Perspektiven und mehr Vielfalt zu fördern.



Ksenia Ryklin ist Gründerin und Geschäftsführerin der High Art Bureau GmbH mit dem Fokus auf nachhaltiges Projekt – und Prozessmanagement. Sie arbeitete international als Projekt – und Prozessmanagerin in den Bereichen: Kultur, Bildung, Inklusion, Nachhaltigkeit. Zusätzlich ist sie zertifizierte LEGO® SERIOUS PLAY® Facilitatorin und Gründungsmitglied bei music is her passion e.V.



Anna Andrievskaya hat viele Jahre als Umweltjournalistin und in der Öffentlichkeitsarbeit für internationale Projekte gearbeitet. Bei High Art Bureau ist sie im Bereich Kommunikation und Community Management tätig und bringt viel Erfahrung in der Bindung und Zusammenführung heterogener Gruppen sowie in der Entwicklung von Communities mit.



Olivia Kim Favorite ist als Werkstudentin ein Teil von High Art Bureau in den Bereichen PR und Kommunikation. Sie bereichert das Team mit frischen Ideen und Engagement, während sie ihr Studium der Filmwissenschaft und Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der FU Berlin erfolgreich abschließt.

