

Anhang

1. Kategorien und Konzepte der entwickelten Theorie

Tabelle 21: Haupt-, Schlüssel- und Kernkategorien

Ausgangsfrage	Welche Möglichkeitsräume ergeben sich für Museen als Akteure Kultureller Bildung in Zeiten zunehmender Digitalisierung?		
Hauptkategorien	Im Umgang mit Digitalisierung	Im Netzwerk	Im Selbstverständnis
Schlüsselkategorie	Zeit/Zeitlichkeit		
Kernkategorien	- (Un-)Gleichzeitigkeiten - Geschwindigkeiten - Zeitalter	- (Un-)Geduld - Rhythmus - Synchronität	- Zeitebenen - Wellen - Wandel

Eigene Darstellung

Tabelle 22: Beschreibungen und Konzepte der drei Kernkategorien sowie entsprechende Teile der Grounded Theory zur Hauptkategorie: Im Umgang mit Digitalisierung

Hauptkategorie	Im Umgang mit Digitalisierung (Kapitel 5.1)		
Kernkategorien	(Un-)Gleichzeitigkeiten	Geschwindigkeiten	Zeitalter
Beschreibungen der Kernkategorien	Gegenwärtige und zeitlich versetzte Diskrepanzen	Einflussfaktoren der Museumsarbeit	Wahrnehmungen der (zunehmend digitalisierten) Gegenwart
Konzepte	- »diffuse Vorstellungen« und »differenzierte Auseinandersetzungen«: Auffassungen von Digitalisierung - »Begeisterung« und »Befürchtungen«: Haltungen und Einschätzungen - »beflügeln oder hemmen«: Verhältnisse zwischen Analog und Digital	- »mit etwas Mut«: Haltungen - »Wir können Ressourcen verschwenden«: Finanziell, personell, zeitlich - Das Thema der »Schnelligkeit« und die »Slowness« der Museen	- »Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit und der Fake News«: Wahrnehmung der Gegenwart - »gefiltert, ausgewählt, manipuliert«: Wahrnehmung von Informationen - »das sogenannte post-digitale Museum«: Wahrnehmung von Museen
Grounded Theory (Kapitel 6.2)	Vereinbarkeitskonstruktionen bauen, um mit (Un-)Gleichzeitigkeiten umzugehen	Ambivalenzen anerkennen, um unterschiedliche Geschwindigkeiten zu nutzen und zu schätzen	Analogien entdecken, um die eigenen Expertisen für die Gegenwart anzuwenden

Eigene Darstellung

Tabelle 23: Beschreibungen und Konzepte der drei Kernkategorien sowie entsprechende Teile der Grounded Theory zur Hauptkategorie: Im Netzwerk

Hauptkategorie	Im Netzwerk (Kapitel 5.2)		
Kernkategorien	(Un-)Geduld	Rhythmus	Synchronität
Beschreibungen der Kernkategorie	Zeitrezeptionen im Verlauf der User Journey	Zeitstrukturierung von Interaktionen	Zeitliche Koordinat(ion)en im Netzwerk
Konzepte	- »zack, zack, plötzlich«: Erwartungshaltungen - »Bildung im Zeitalter des Zappens«: Rezeptionsverhalten - »Es sind vor allem Usability-Sachen«: Vermittlungsweisen	- »Zugänglichkeit vierundzwanzig sieben«: Erreichbarkeit - »gerade dieser Live-Aspekt«: Unmittelbarkeit - »mit wem haben Sie es da draußen zu tun«: Offene Fragen	- »im gemeinsamen Ringen«: Knotenpunkte im Netzwerk - »Sharing is Car-ing«: Was Museen verbindet - »eigenes Süppchen« und »Synergien«: Geteilte Erfahrungen
Grounded Theory (Kapitel 6.3)	Zeitverhältnisse berücksichtigen, um die User Journey als Bildungsprozess zu gestalten	Rhythmen bestimmen, um bildungsrelevante Interaktionen zu schaffen	Prozesse re- und asynchronisieren, um die Arbeit im Netzwerk zu koordinieren

Eigene Darstellung

Tabelle 24: Beschreibungen und Konzepte der drei Kernkategorien sowie entsprechende Teile der Grounded Theory zur Hauptkategorie: Im Selbstverständnis

Hauptkategorie	Im Selbstverständnis (Kapitel 5.3)		
Kernkategorien	Zeitebenen	Wellen	Wandel
Beschreibungen der Kernkategorie	Identitätsstiftende Funktionen der Zeit	Umgang mit temporären Verdichtungen	Verlauf von Transformationsprozessen
Konzepte	- »Zukunftssache«: Verhältnisse zur Zukunft - »was noch erhaltbar ist«: Verhältnisse zur Vergangenheit - »in der Gegenwart anzukommen«: Verhältnisse zur Gegenwart	- »mit einer gewissen Distanz«: Beobachtungen - »um für diesen Moment bereit zu sein«: Momentaufnahmen - »an der Stelle entsteht Strategie«: Schlüsse ziehen und Entscheidungen treffen	- »in den Köpfen«: Bestehende und erforderliche Voraussetzungen - »Berg- und Talfahrt«: Prozesse - »eine gute Sache, die einen weiterbringt«: Anspruch und Ansporn
Grounded Theory (Kapitel 6.4)	Zeitebenen ausbancieren, um am Selbstverständnis zu arbeiten	theōría, kairós, krisis als Konzepte nutzen, um mit temporären Verdichtungen umzugehen	Kategorien, Kriterien und Zeitfenster für Veränderungen entwickeln, um zeitgemäß zu bleiben

Eigene Darstellung

2. Metadaten des Interviewmaterials

Tabelle 25: Informationen zum Interviewmaterial

Arbeits- schritte	• Theoretische Sensibilisierung gemäß GTM (vgl. Kapitel 4.2) • Theoretisches Sampling gemäß GTM (vgl. Kapitel 4.3) • Entwicklung des Interviewleitfadens (vgl. Kapitel 4.4, Anhang 5) • Kontaktaufnahmen zu den Interviewpartner_innen: Anschreiben, Projektschilderung, Einverständniserklärung (unter Berücksichtigung der DSGVO) • Durchführung und Aufnahme der Interviews • Speicherung gemäß Einverständniserklärung, Transkription gemäß Transkriptionsregeln (vgl. Anhang 3), Anonymisierung gemäß Anonymisierungsregeln (vgl. Anhang 4) • Kodierprozess gemäß GTM mit der Software MAXQDA (Analytics Pro 2018, Release 18.2.5): offenes, axiales, selektives Kodieren zur Entwicklung der Kategorien und Theorie • iteratives Vorgehen: Auswahl, (erneute) Datengenerierung, Kodierung und Analyse von Daten überlagern sich Alle Schritte wurden von der Autorin (CR) durchgeführt.
Grund- gesamtheit	15 Interviews, 8 Interviewpartner_innen
Sample- Kriterien	Expert_innen zu Digitalisierung in Museen in Deutschland
Daten- generierung	offene Leitfaden-/Expert_inneninterviews (vgl. Kapitel 4.4)

Eigene Darstellung

Tabelle 26: Zeitpunkt und Dauer der Interviews aus der ersten Datengenerierung

Interview	Zeitpunkt	Dauer
I1A	Juli 2019	01:27:12
I1B	August 2019	01:30:14
I1C	August 2019	01:08:17
I1D	September 2019	01:22:00
I1E	Oktober 2019	01:26:39
I1F	Oktober 2019	01:04:21
I1G	Januar 2020	01:17:32
I1H	März 2020	01:04:00

Eigene Darstellung

Tabelle 27: Zeitpunkt und Dauer der Interviews aus der zweiten Datengenerierung (online)

Interview	Zeitpunkt	Dauer
I2A	Januar 2022	44:09
I2B	Januar 2022	55:00
I2C	Januar 2022	30:12
I2D	Februar 2022	45:21
I2E	Februar 2022	38:19

Interview	Zeitpunkt	Dauer
l2F	Februar 2022	28:42
l2G	Februar 2022	49:57

Eigene Darstellung

3. Transkriptionsregeln

- Die Interviews wurden vollständig, Wort für Wort von der Autorin (CR) mit Hilfe von MAXQDA (Analytics Pro 2018, Release 18.2.5) transkribiert.
- Die Transkripte wurden im Sinne der deutschen Rechtschreibung und einer besseren Les- und Auffindbarkeit von Begriffen weitestgehend geglättet. Nur vereinzelt wurden Fehler im Satzbau oder in der Grammatik belassen und mit einer entsprechenden Markierung versehen ([sic!]). Das heißt, Umgangssprache und dialektale Färbungen wurden (auch im Sinne der Anonymität) nicht berücksichtigt, die (Standard-)Umschrift wurde verwendet.
- Auf nonverbale und parasprachliche Elemente wurde im Sinne des Forschungsvorhabens (Expert_inneninterviews, GTM) weitestgehend verzichtet.
- Weitere Beschreibungen und Begründungen finden sich in Kapitel 4.4 (und Kapitel 4 generell).

Tabelle 28: Erläuterungen zur Transkription

Kürzel	Bedeutung
l1A	Interviewte Person, nach chronologischer Reihenfolge der ersten Datengenerierung (l1A, l1B, l1C, l1D, l1E, l1F, l1G, l1H)
l2A	Interviewte Person, nach chronologischer Reihenfolge der zweiten Datengenerierung (l2A, l2B, l2C, l2D, l2E, l2F, l2G)

Eigene Darstellung

4. Anonymisierungsregeln

- Die faktische Anonymisierung von Daten mit direktem und indirektem Personenbezug erfolgte durch Platzhalter und erklärende Umschreibungen.
- Zu den personenbezogenen und -beziehbaren Daten gehörten: Namen von Personen, Institutionen, Orten, Städten, (Bundes-)Ländern sowie Angaben zu Beruf, Ausbildung, Alter, Familie, politischen Ansichten sowie Zeitangaben/kalendarische Daten.
- Das betraf auch die Angaben zu dritten, in den Interviews erwähnten Personen, sofern sie unmittelbare Rückschlüsse auf die interviewte Person zuließen.
- Zu den indirekten, aber spezifischen Kontextinformationen zählten insbesondere Daten zu Ausstellungs- und Sammlungsobjekten, Museumsausstellungen, -angeboten und -formaten, wenn sie Rückschlüsse auf die interviewte Person zuließen – das betraf nicht nur das je eigene Museum, sondern auch andere Museen, die theoretisch Teil des Samplings hätten sein können und durch die Interviewaussage als eigenes Museum ausgeschlossen wurden. Museen außerhalb Deutschlands beispielsweise wurden aufgrund des Samplings nicht oder nur kontextabhängig anonymisiert.
- Häufig von den Museen aus dem Sampling genutzte Plattformen – wie zum Beispiel Instagram und Facebook – wurden nicht oder nur kontextabhängig anonymisiert. Gleiches galt für die Nutzung von den an Museen weit verbreiteten digitalen Angeboten, Formaten und Instrumenten (Bsp. Website oder Newsletter). Weniger oder einmalig genutzte digitale Formate wurden durch Platzhalter oder Umschreibungen ersetzt, um keine Rückschlüsse auf das jeweilige Museum und die Person zu ermöglichen. Dabei gilt zu beachten, dass sich die Verbreitung und Verwendung digitaler Möglichkeiten während des Forschungsprozesses wandelt (Bsp. Verbreitung von Apps und Digitalstrategien).
- Weitere Beschreibungen und Begründungen finden sich in Kapitel 4.4 (und Kapitel 4 generell).

5. Interviewleitfäden

5.1 Interviewleitfaden der ersten Datengenerierung

- Inwiefern ist der digitale Raum wichtig für das Museum?
 - Welche Ziele verfolgt das Museum im digitalen Raum?
 - Was macht eine digitale Strategie wichtig?
 - Was macht sie aus?
 - Welche digitalen Möglichkeiten, Plattformen, Tools werden für das Museum genutzt – wie und warum?
 - Welche konkreten Rückmeldungen, Kommentare oder Diskussionen gibt es?
 - Wie soll der digitale Raum künftig noch genutzt werden?
 - Welche besonders guten (oder auch schlechten) Beispiele der Internetnutzung durch oder für Museen fallen Ihnen ein?
- Wie war oder ist der Prozess der Strategie- oder Konzeptentwicklung?
 - Wer war und ist involviert, welche Schnittstellen gibt es?
 - Welche bestehenden Expertisen einerseits, Ansprüche andererseits fließen ein?
 - Welche Interessen kommen da zusammen?
 - Welches Selbstverständnis des Museums liegt der Entwicklung zugrunde?
 - Welche Rolle spielt das Leitbild des Hauses für die digitalen Angebote?
 - Welche Wechselwirkungen gibt es zwischen den digitalen und analogen Entwicklungen des Hauses?
- Was bedeutet Bildung/Kunstvermittlung/Teilhabe?
 - Wie sieht das ganz konkret in der Praxis aus, fallen Ihnen (gute) Beispiele ein?
 - Was kann eine digitale Strategie für die Bildung bedeuten?
 - Was bedeutet es, digital zu vermitteln?
 - Welche Vorteile und Chancen, andererseits auch Defizite und Risiken sehen Sie im digitalen Raum für die Bildung?
 - Wie verschieben sich die Inhalte, wenn sich die Formen ändern?
 - Wie sollten digitale Angebote gestaltet sein, um die Kulturelle Bildung zu fördern?
 - Wo informieren Sie sich selbst über die Objekte und Inhalte, Ausstellungen eines Museums?

- Welche Fragen haben Sie an die Forschung in diesem Bereich? Welche Aspekte würden Sie erforschen, wenn Sie Zeit dafür hätten?
- Was sollte unbedingt noch gesagt werden, bevor wir das Interview beenden?

5.2 Interviewleitfaden der zweiten Datengenerierung

- Umgangsweisen von Museen mit Wandel und sich wandelnden (insbesondere technologischen) Möglichkeiten: Was konnten Sie seit unserem letzten Gespräch beobachten?
 - Wie entwickeln sich zum Beispiel die Organisation, Selbstverständnis, Rollen und Routinen von Museen?
 - Inwiefern erfordern technologische Entwicklungen Verständigung und Positionierungen – individuell und institutionell?
 - Inwiefern verändern technologische Entwicklungen beziehungsweise Gewohnheiten mit neu entwickelten Medien die ästhetische Wahrnehmung?
 - Wie entwickeln sich die Aufgaben – digitale Bildung als Aufgabe?
- Was ist bei den zu beobachtenden Transformationsprozessen museums-spezifisch, was unterscheidet Museen von anderen Institutionen?
- (Was) Können Museen von der Kunst/ihrer eigenen Geschichte lernen?
- Was war im vergangenen Jahr für Sie am eindrucksvollsten, überraschendsten, sollte unbedingt noch gesagt werden?