

**INTO THE LIGHT**  
Partizipation im ODIL Projekt. Prozess läuft. Ressourcen/Fokus?  
**CREATE**

**CHALLENGE ME**  
WhatsApp Interaktion. Tipp des Tages/Challenges (auch ausserhalb des Museum). Direkter Dialog. Wie Leute untereinander verknüpfen. Content verteilen? Chatbot  
Referenz: Eisner, Ask, Testing  
**INSPIRE/CREATE**

**OPEN LAB**  
Fragestellung und neue Technologien werden vor Ort getestet, diskutiert, Ideen weiter entwickelt und dadurch implementiert (oder nicht). Prozess ist öffentlich zugänglich. Testing-Events (Prototyp & Pizza. Z.B. Chatbot in Verlegenheit bringen). Analog&online  
Referenz: Futurlab Ars, Tate Exchange, Hitler-B.  
**CREATE TOGETHER**

**Space for communication**  
Interaktive online Karte. Mit thematischer Verortung v. Plätzen. Interaktionsmöglichkeit mit Inhalt & Challenges von der Community. Gamification Elemente. Nutzung auch ausserhalb des Museums.  
Referenzprojekt: Stadtlabor  
**CREATE, USE**

**WIR MÜSSEN REDEN..**  
Potential: CHANGE

**SAMMLUNG**  
Sammlung ergänzen, klassifizieren, Bsp. Artigo USE/CREATE

**DIY/DIT**  
Befähigen. Werkzeugkasten in die Hände geben. Unabhängig nutzen können. Wissen teilen. Aufbau online & Workshop  
Referenz: Google Experiments, MKG Studios, HEK Workshops  
**USE IT**

**YOUR WAY**  
Wege/Touren durchs Museum. Zusammen gestellt von versch. Leuten/Communities. Nach versch. Interessen. COLLECT - Objekte scannen, sammeln, teilen Webbasiert oder Messenger nutzen  
Referenzprojekt: I like to be...  
**CREATE**

**IMPULS-EVENT**  
Vortrag/Film Live Teilnahme mit online kombiniert (Teams, Zoom...). Zugeschaltet sind „Zuschauer\*Innen“ allenfalls auch Redner\*Innen. Vernetzung mit anderen Museen, Experten etc.  
Referenzp.: MAH Stream, HEKs Workshops  
**INSPIRE & DISCUSS**

**BESTEHENDES OPTIMIEREN**  
- Verbesserte Sichtbarkeit von Beiträgen  
- Spezifischere Aufrufe, bessere Sichtbarkeit vor Ort.  
- Papierkorb-Kommentare vermeiden  
- Niederschwelliges Tool um Beiträge hochzuladen (anstatt zusenden per Mail).

**7. Zone**  
Sichtbar machen von Nicht-vorhandenem z.B. durch AR als Layer über das Bestehende (Kommentare, Bilder, Themen oder digitaler „Ausstellungsraum“. Social VR.  
Referenz:  
**CREATE**

**HACKATON / PRICE**  
Innovations-„Wettbewerb“ mit Budget und Umsetzungsplan.  
Referenz: IK Tate Price, Coding Da Vinci  
**CHANGE/CREATE**

**SENSOR-FÜHLER**  
Mit Projekten rausgehen. Weg vom Museum zu den Leuten. Und Gefäss & Ablauf (fixes Projektbudget?) für spontan Initiativen.  
Referenzprojekt: Bauhausagenten,  
**CHANGE**

**PROBLEME/BEDÜRFNISSE/LÜCKEN**

Besucher\*Innen bringen sich oft und gerne während dem Museumsbesuch ein. Doch die Beiträge verschwinden.

„Wo muss ich anfangen?“ Wie muss ich durch das Museum? „Verloren“ durch die anfängliche Fülle

Aussage einer Sozialpädagogin: „Ich traue mich (noch) nicht mit meinen Jugendlichen mit geistiger Behinderung ins Museum“. Respekt vor gegenseitigem negativ Erlebnis.

Immer wieder Hinweise auf „fehlende“ Inhalte- Inhalte, die die Leute assoziieren (Nur eine Auswahl an Kommunikations-Aspekte).

Sammlung mit vielen Lücken wenig unterschiedlichen Perspektiven. Mitwirkungsprojekte teils „zufällig“ wer mitmacht (in der Bubble). Welche Stimmen fehlen?

**PLANNING FOR REAL FORMAT**  
Anlass mit aktivierende Partizipationsmethoden zum entwickeln von neuen Idee, die grundsätzlich auch umgesetzt werden wollen und können. Allenfalls kombiniert mit Kreativitäts-Workshop. (inkl. Begleitung & Budget).  
Referenzp.  
**CHANGE**

**RÄUME KAPERN**  
Infrastruktur zur Verfügung stellen. Räume können für gewisse Zeit übernommen und gestaltet werden.  
**USE/CHANGE**

**USE IT!**  
Wir stellen Wissen und Tools zur freien Nutzung zur Verfügung.  
Bsp: DIY, Open Source.

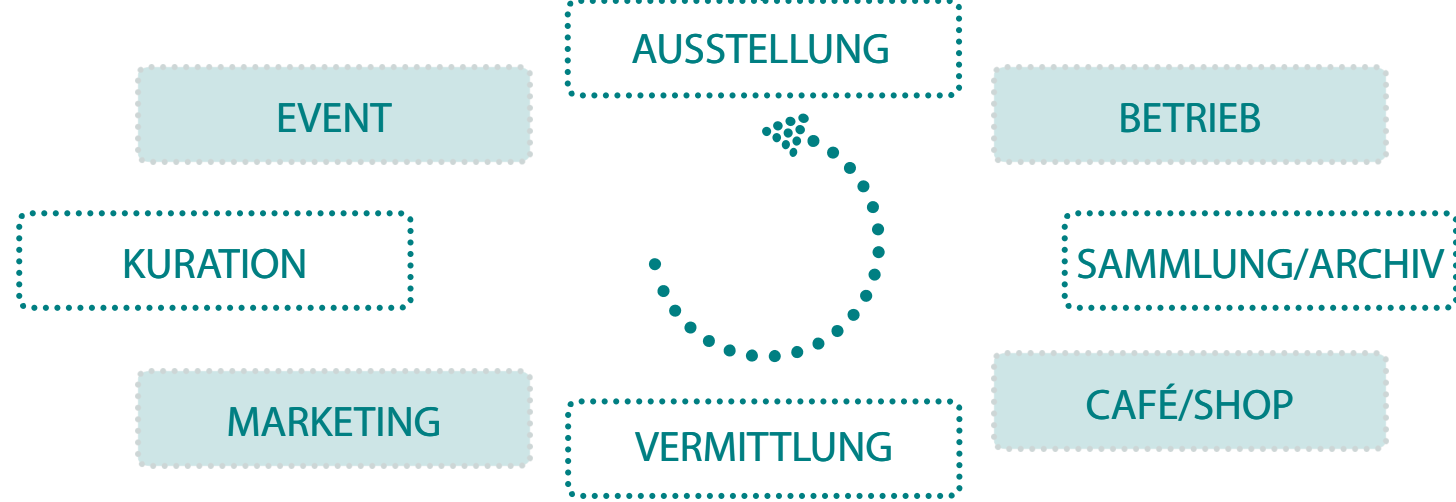
**CREATE TOGETHER**  
Wir stellen Fragen zur Diskussion, entwickeln und gestalten gemeinsame Lösungen.  
Bsp: ergänzen, Experimente, testen, zirkuläre Workshops

**INSPIRE & DISCUSS**  
Wir regen zur Auseinandersetzung und Austausch an, bilden neue Netzwerke und teilen unsere Begeisterung  
Bsp: Live Stream, Input-Referat, Installation

**CHANGE**  
Wir schaffen prozess-offene Formate und nehmen Impulse und Bedürfnisse aktiv und aktivierend auf.  
Bsp: Freiraum, Planning for real,

Zugang haben – konsumieren – nutzen – mitwirken – mitentscheiden – selbstverwalten  
**INFORMATION – gezielt und transparent**  
**BEDÜRFNIS – andere & unsere**

CROWD GRUPPE MIT GEMEINSAMEN INTERESSE  
COMMUNITIES



**SPACE BASE**

Leitsatz & Konsequenz: Partizipation ist eine Haltung & Entscheidung. Wir denken Partizipation bereichsübergreifend und vernetzt

Leitsatz & Konsequenz: Wir stellen echte & relevante Fragen. Wir sind offen für Bedürfnisse und Initiativen und zeigen dies auch. Mehrwert für alle Beteiligten.

Leitsatz & Konsequenz: Partizipation ist, wenn etwas verändert werden kann & Einfluss genommen wird. Wir sind offen unsere Strukturen und Herangehensweisen anzupassen und zu verändern.

**VERSPRECHEN & ANSATZ IM MFK**  
Wir teilen unsere Ressourcen, Wissen und Unwissen und treten damit in Austausch. Wir involvieren Menschen in Prozesse und Bereiche, wo sich was verändern lässt und sie Einfluss nehmen können. Wir gestalten gemeinsam und lassen gestalten. Ziele: Demokratisierung. Deutungshoheit teilen, Multiperspektiven. /Soziokratie/

Leitsatz & Konsequenz: Wir beziehen verschiedene Grade der Beteiligung gleichwertig mit ein und anerkennen damit unterschiedliche Bedürfnisse von Nutzer\*Innen und Besucher\*Innen

Leitsatz & Konsequenz: Wir kommunizieren transparent was mit Beiträgen geschieht und was das Ziel dahinter ist. Wir machen diese sicht- und nutzbar.

Leitsatz & Konsequenz: Wir schauen genau hin wer Zugang zu unserem Museum hat und vernetzen uns mit Schlüsselpersonen um neue Zugänge zu schaffen

Frage: Wie viel sind wir bereit loszulassen? Wie weit wollen wir gehen? Wie ernst meinen wir es? Wie viel Ressourcen haben wir?

Schwierigkeit 1: Wovon sprechen wir? Weit verbreiteter, sehr diverser Begriff. Von Zuschauen bis totale Dekonstruktion des Bestehenden.

**KULTUR DER TEILHABE PARTIZIPATION**

Schwierigkeit 2: Partizipationsparadox Im Kontext Museum wird es immer ein Macht-Ungleichgewicht geben, da nicht das Interesse besteht, sich selbst abzuschaufen.