

Canvas

Analyse der eigenen Institution

Name deiner Organisation

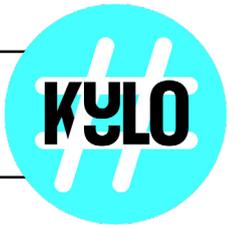
Datum



Der strategische Kontext deiner Organisation | Teil 1

Allgemein

1. Was sind die Prioritäten deiner Institution?
2. Gibt es ein Leitbild?
3. Was sind die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken deiner Institution?



Der strategische Kontext deiner Organisation | Teil 2

Kontext Digitale Kulturarbeit:

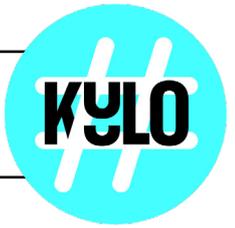
1. Wie aufgeschlossen ist deine Institution gegenüber digitalen Angeboten?
2. Wie steht deine Institution zum Thema Social Media?
3. Wie steht deine Institution zum Thema Open Access?
4. Wie steht deine Institution zum Thema Publikumsorientierung und -beteiligung / Interaktion?
5. In welchem Bezug stehen die Digitalangebote zu den Angeboten vor Ort?



Die digitalen Ressourcen und Programme deiner Institution | Teil 1

Digitale Infrastruktur:

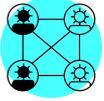
1. Welche digitalen Ausstattungen und Anwendungen gibt es bereits, z.B. Interner Server/Intranet, festinstallierte Computer, Laptops, Mail-Kommunikation, Chat-Kommunikation, Diensthandys, Computerprogramme, KI-gestützte Tools etc.?
2. Welche Neuerungen sind bereits in Planung?
3. Welches Budget steht dafür zur Verfügung?



Die digitalen Ressourcen und Programme deiner Institution | Teil 2

Digitale Angebote:

1. Welche digitalen/hybriden Angebote gibt es bereits, z.B. Ausstellungen, Vermittlung, Internetseite, Social Media Kanäle, Marketing-Kampagnen, Apps, VR-Equipment etc.?
2. Welche neuen Formate in Bezug auf unsere digitalen Programme sind in Planung?
3. Welches Budget steht dafür zur Verfügung?



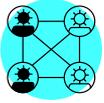
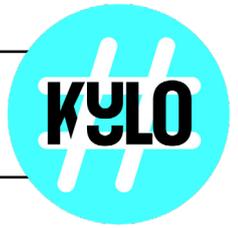
Die Akteur:innen und Arbeitsorganisation deiner Einrichtung | Teil 1

Management und Führungsverhalten:

1. Wie werden die digitalen Programme in deiner Institution gemanagt?
2. Wie ist der Evaluationsprozess/das Monitoring gestaltet?
3. Wie (regelmäßig) kommunizieren Einzelpersonen und Teams?
4. Gibt es einen für das Team zugänglichen Aufgaben- und Übersichtsplan?

Personal und andere Ressourcen:

1. Welche Ressourcen (Personal, Zeit, Budget) stehen für digitale Angebote bisher zur Verfügung?
2. In welchem Verhältnis stehen diese Ressourcen zu den Bedarfen der Institution?
3. Wie sehen die institutionellen Kapazitäten in Bezug auf zusätzliche Stellen, Entwicklung/Weiterbildung und Bindung der Mitarbeiter:innen aus?
4. Wie steht es um die Handlungsfähigkeit und Entscheidungsbefugnisse der einzelnen Mitarbeiter:innen?



Die Akteur:innen und Arbeitsorganisation deiner Einrichtung | Teil 2

Kontrolle, Betreuung, Pflege und Entwicklung:

1. Wie und von wem werden die bestehenden Digitalangebote geplant, gepflegt und weiterentwickelt?
2. Welche Mechanismen wurden etabliert, um den Betrieb und die Instandhaltung zu gewährleisten?
3. Wo gibt es Nachholbedarf bzgl. weiterer Entwicklungsarbeit?

Dienstleistungen und Partner:innen:

Wer sind die Hauptanbieter:innen und (Kooperations-)Partner:innen der digitalen Programme, die deine Institution anbietet?



Der Status quo der digitalen Programme | Teil 1

Zustand Content:

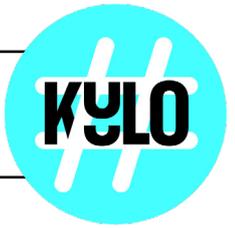
1. In welchem Zustand ist der Content?
2. Welche Kapazitäten gibt es, um neuen Content zu gestalten?

Zustand Infrastruktur:

In welchem Zustand ist die Infrastruktur für die vorhandenen digitalen Programme (Server, Betriebssysteme, Seitenvorlagen auf der Webseite etc.)?

Services:

1. Welche Dienstleistungen (Unterhaltung, Information, Bildung etc.) bietet deine Institution durch ihre Digitalangebote aktuell für Nutzer:innen?
2. In welchem Zustand sind diese?



Der Status quo der digitalen Programme | Teil 2

Wertschöpfung:

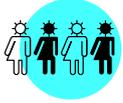
1. Welchen Mehrwert generiert deine Institution aus den digitalen Diensten und Produkten, die sie anbietet, z.B. höhere Publikums- und Umsatzzahlen im analogen Betrieb, Gewinn neuer Kooperationspartner:innen etc.?
2. Wie wird dieser Wert gemessen?

Ausgaben für Digitales

Was gibt deine Institution für ihre digitalen Programme aus?

Einnahmen durch Digitales:

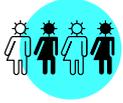
Welche Einnahmen werden durch die digitalen Angebote generiert?



Die Nutzer:innen/Besucher:innen deiner Institution | Teil 1

Sammlung und Analyse von Nutzer:innen-Daten (Customer Intelligence):

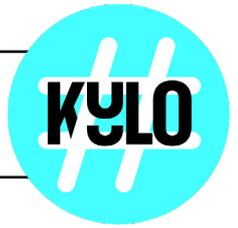
1. Wie werden von deiner Institution Nutzer:innen-Daten bezüglich der digitalen Angebote gesammelt und ausgewertet?
2. Wie hoch sind die Zugriffszahlen?
3. Woher kommen die User:innen?
4. Wie werden diese Daten genutzt? Welche Rückschlüsse lassen sich daraus ziehen?
5. Was sind die wichtigsten Nutzer:innen-Segmente deiner Institution?
6. Was weiß deine Institution über die Nutzer:innen-Erfahrung bzgl. der Einrichtung und der digitalen Programme?
7. Welchen Unterschied will deine Institution im Leben ihrer Nutzer:innen machen?



Die Nutzer:innen/Besucher:innen deiner Institution | Teil 2

Nutzer:innen-Beziehungen im Digitalen (Customer Relations):

1. Welche Formen von Nutzer:innen-Beziehung unterstützt deine Institution (Newsletter-Abonnett:innen, Social-Media-Follower:innen, partizipative Angebote etc.)?
2. Welche Maßnahmen werden durchgeführt, um Nutzer:innen anzusprechen, zu gewinnen und zu binden?
3. Wer fehlt? Wer wird (noch) nicht erreicht? Warum ist das so?
4. Welche Maßnahmen wurden für eine barrierearme Zugänglichkeit und Kommunikation der digitalen Angebote in deiner Institution ergriffen?
5. Welche digitalen Angebote wurden für unterschiedliche Zielgruppen entwickelt oder enthalten mehrere Zugangsmöglichkeiten?
6. Welche Maßnahmen wurden für eine diskriminierungssensible Sprache der digitalen Angebote in deiner Institution etabliert?
7. Gibt es in deiner Institution ein Konzept gegen Hate Speech oder Diskriminierung für die digitale Kommunikation in den sozialen Medien?



Das Umfeld deiner Institution | Teil 1

Wichtigste Technik, Social Media Kanäle & digitale Geräte

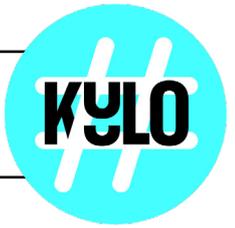
Welche wesentlichen gesellschaftlichen und digitalen Entwicklungen vollziehen sich aktuell im Umfeld deiner Institution?

Kulturelle Trends

1. Welche kulturellen Trends haben Einfluss auf deine Einrichtung?
2. Welche kulturellen Trends beeinflussen die Nutzer:innen bzw. das Publikum deiner Institution?

Regionale Trends

1. Welche regionalen Trends haben Einfluss auf deine Einrichtung?
2. Welche regionalen Trends beeinflussen die Nutzer:innen bzw. das Publikum deiner Institution?



Das Umfeld deiner Institution | Teil 2

Peers und Wettbewerber:innen

1. Wer sind die Peers und Wettbewerber:innen deiner Institution?
2. Wie lassen sich die digitalen Programme deiner Institution mit ihnen in Bezug setzen oder vergleichen?
3. Welche Synergien könnte deine Institution nutzen, um aus Peers Kooperationspartner:innen zu machen?