

## Interview

### **„Deutschland ist weitgehend ironiefrei und beratungsresistent“**

**Im Interview: Monika Fleischmann von Fraunhofer-Gesellschaft IAIS, Sankt Augustin - Bremen**

Wer in der Projektwirtschaft arbeitet, braucht beides: Leidenschaft und einen Sinn für interdisziplinäres Denken. Gerade deshalb sprachen wir mit Monika Fleischmann. Die 57-Jährige ist wissenschaftlich-künstlerische Leiterin der Forschungsgruppe Media Arts Research Studies, dem MARS - Exploratory Media Lab am Fraunhofer Institut für intelligente Analyse- und Informationssysteme (IAIS). Ihre multidisziplinäre Ausbildung (Modedesign, Bildende Kunst, Theater, Spiel und Computergrafik) macht sie zur Expertin auf dem Gebiet Kunst und Neue Medien. Fleischmann, die sich als Research Artist bezeichnet, forscht mit ihrem Kollegen Wolfgang Strauss unter anderem im Bereich neuer Formen der Kommunikation, des Interface Design sowie der Wissenserschließung und -vermittlung. Dabei untersuchen sie vernetzte Wissens- und Kommunikationsräume für Experten-Communities mit dem Ziel, Verbindungen verschiedener Disziplinen zu entdecken. – Grundlegende Erkenntnisse für die Projektarbeit also.

***Z\_punkt: Frau Fleischmann, was halten Sie von der Prognose der DB-Research-Studie „Deutschland im Jahre 2020“, wonach der Projektwirtschaft eine immer größere Bedeutung zukommt?***

Monika Fleischmann: Das lässt sich schlecht beurteilen. Ich kann nur sagen, dass für uns hier am MARS Lab des Fraunhofer IAIS Instituts Projektarbeit seit jeher ganz selbstverständlich ist. Wir arbeiten in überschaubar kleinen, interdisziplinär angelegten Teams, in denen sich Spezialisten aus Hochschule und Unternehmen ideal einbringen können. Was, wie ich finde, auch ganz vernünftig ist. Man würde ja auch kein Auto nur von einem Menschen oder nur einer Fachrichtung bauen lassen.

***Z\_punkt: Sie arbeiten mit namhaften Partner zusammen, darunter auch globale Unternehmen wie Volkswagen und ExxonMobil. Wie schätzen Sie das Potential solch großer Unternehmen ein, sich auf Projektwirtschaft einzustellen, die ja doch ein hohes Maß an Flexibilität und Dezentralität erfordert?***

Monika Fleischmann: Aus unserer Erfahrung gibt es in großen Unternehmen oft zu viele Hierarchien und Ebenen. Zudem arbeiten sie mit Personen zusammen, von denen Sie nicht wissen, ob sie morgen noch auf diesem Posten sind. Das erschwert die Zusammenarbeit in größeren Projektvorhaben. Entscheidend ist deshalb, die richtigen Ansprechpartner zu finden. Jemanden, der eine Idee mit trägt – und zwar mit Leidenschaft und nicht aus Karrieregründen. Viele der großen Unternehmen haben das Gefühl, dass bei ihnen doch eigentlich alles ganz gut läuft, wenn sie erfolgreich sind. Das erzeugt eine „Wir brauchen nichts“-Haltung.

***Z\_punkt: Aber große Unternehmen sind doch auch an Veränderungen, sprich: Innovationen interessiert.***

Monika Fleischmann: Natürlich, doch sie wollen am liebsten gleich fertige Produkte in großen Stückzahlen kaufen. Und das können wir nicht liefern. Für uns geht es darum, mit geeigneten Unternehmenspartnern unsere visionären Prototypen in Produkte und Prozesse umzusetzen. Die großen Unternehmen aber sind oft nicht bereit, die notwendige Entwicklung von Innovation mitzutragen. Sie wollen die Innovation direkt.

***Z\_punkt: Sie sprechen von geeigneten Unternehmenspartnern. Wie sehen die aus?***

Monika Fleischmann: Klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) sind oft unkompliziertere Kooperationspartner, weil sie flexibler sind. Im Gegenzug lernen die KMU zum Beispiel, wie wichtig Forschung und Entwicklung ist, und profitieren von den Prozessen, die sie während eines Projektes kennen lernen und gegebenenfalls bei sich einführen. Die KMU sind im Markt und sehen in unseren Demonstratoren – beispielsweise dem Virtual Book, dem Interaktive Poster oder dem Medienfluss – Verbesserungsmöglichkeiten zur Kommunikation ihrer Produkte oder Services.

***Z\_punkt: Wie sollte ein Projektteam konkret beschaffen sein?***

Monika Fleischmann: Auf jeden Fall braucht die Gruppe einen Entscheider auf der einen und Vordenker auf der anderen Seite. Mit Menschen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kunst treffen verschiedene Kulturen aufeinander. Solch eine Zusammenarbeit ist also ein Experiment, das für den Moment auch erst einmal kostet. Da kommt es darauf an, den Wert eines neuartigen Produktszenarios zu erkennen und mutig, flexibel sowie zeitnah Entscheidungen zu treffen. In der

konkreten Projektarbeit braucht es neben den Vordenkern und Entscheidern aber auch die operative Basis, die tatkräftig an der Entwicklung beteiligt ist. Mit der Hochschule Bremen und zwei KMU realisieren wir aktuell ein mobiles Spiel für die Stadt Bremen, in dem Menschen mit ihren Handys kleine Videos zum Thema Fußball produzieren – ein YouTube für Handy-Videos, Bilder und Texte. Um die Grenze der öffentlichen Kulturräume zu überschreiten, werden die Ergebnisse auf einem interaktiven Public Screen in der Stadtbibliothek installiert. Die Zuschauer bestimmen, was auf dem Public Screen gespielt wird. Dabei wird der Betrachter zum Spieler, der sich interaktiv Informationen zusammenstellt und dabei Themen, Motive und Schlagworte in Szene setzt.

Für solch ein Projekt brauchen sie Kenntnisse von der Informationstechnik über das Marketing bis hin zur Eventorganisation. Das ist – wie Film oder Architektur – ein umfassendes Projekt interaktiver medialer Inszenierung.

***Z\_punkt: Beim MARS - Exploratory Media Lab kümmern Sie sich um eine bessere Vernetzung von Wissen, eine wesentliche Grundlage in der Projektwirtschaft. Bislang aber scheint sich Wirtschaft mit einem leichteren, womöglich sogar freien Austausch von Wissen noch recht schwer zu tun. Was muss geschehen, um das zu ändern?***

Monika Fleischmann: Unter dem Label Web2.0 wurden neue Produktionsformen möglich, die zunächst nicht auf einem Geschäftsmodell basieren. Wissen sollte der Allgemeinheit frei zugänglich zur Verfügung stehen. Modelle wie Linux und Wikipedia verbreiten die Idee partizipativer Wissensgenerierung. Mit Web2.0 wurde das ökonomische Potential des Netzes schließlich erkannt. Bei Online-Archiven wie Wikipedia oder netzspannung.org kann man leicht sehen, dass es enorm wichtig ist, das Wissen erst einmal festzuhalten und öffentlich zu machen, damit es weitergegeben werden kann und damit es für Bildungsprozesse genutzt wird. Öffentlich zugängliche Wissensmedien sind aber kompliziert, weil sie als neue Kulturtechniken erst einmal erlernt werden müssen, was wiederum viel Arbeit bedeutet. Das Wissen interdisziplinärer Projektarbeit festzuhalten, erfordert zudem semantisch vernetzte Informationsstrukturen. Beispielsweise haben wir mit semantischen Wissenskarten – „Semantic Map“ – eine Navigationslandkarte für den Datenraum entwickelt. Die neuen Kulturtechniken sind Lese- und Schreib-Maschinen in vielfältiger Form – alles digitale Medien. Das Problem dabei ist heute der Informationsüberfluss. Zudem gilt der interdisziplinäre Ansatz, der für diese neuen Kulturtechniken nötig ist, vielen hier in Deutschland meist nur als nettes Nebenfeld, mehr nicht.

***Z\_punkt: Also haben wir ein gewaltiges Mentalitätsproblem?***

Monika Fleischmann: Ich sage es mal so, Deutschland ist weitgehend ironiefrei und beratungsresistent. Wenn hier jemand mal einen Schritt gegangen und der nächste noch nicht sicher ist, geht er lieber wieder ganz zurück. Man trifft wenige Entscheider, die mutig sind. Und Frauen sind in diesem Bereich nicht in der Überzahl.

***Z\_punkt: Gibt es Länder, von denen Deutschland lernen kann, wenn es um förderliche Rahmenbedingungen für mehr Projektwirtschaft geht?***

Monika Fleischmann: Lernen können wir von den meisten europäischen Nachbarn. Das Konzept der Creative Hubs von England beispielsweise, also die Vernetzung von unterschiedlichen gesellschaftlichen Instanzen und Institutionen mit Lebenswirklichkeiten. Oder die neuen Studiengänge wie etwa Creative Technologies und die neuen Berufsbilder, die derzeit vermehrt in England, der Schweiz oder Österreich entstehen. Viel Spielerisch-kreatives und ein großes Interesse, Neues zu entdecken, gibt es in Japan mit seiner Zen-Mischung von tradierter Form und Industrie. In Brasilien treffen sich Straßenkinder in einem Kulturzentrum für zeitgenössische Kultur, das eine Bank eingerichtet hat. Auch Neuseeland ist ein gutes Beispiel, weil hier 1997 Tanz als Pflichtfach in der Grundschule eingeführt wurde.

***Z\_punkt: Wie sieht die Entwicklung in Deutschland aus?***

Monika Fleischmann: Natürlich gibt es auch hier neue Studiengänge, die interdisziplinär oder gar hochschulübergreifend ausgerichtet sind, etwa „Digitale Medien“ in Bremen oder „School of Design Thinking“ in Potsdam. Aber auch die bekannten Studiengänge für interaktive Medien in Berlin, Leipzig und Köln sind ausgezeichnet, wie man an den Preisträgern des „digital sparks“-Wettbewerbs sieht. Es gibt aber auch sehr gute experimentelle Lehrkonzepte in Manchester („Creative Technology“), London („Interaction Design“), Barcelona („Interdisciplinary Master in Cognitive Systems and Interactive Media“) oder Basel („Prozessgestaltung“). Und natürlich, Learning from Dubai: Dubai kauft nicht umsonst gerade so viel Kultur in der Welt ein. Die arabischen Einkäufer wissen sehr gut, warum Menschen in eine Stadt kommen.

***Z\_punkt: Das heißt also, dass der Projektarbeiter bereits früh lernen sollte, über seinen Tellerrand hinaus zu schauen?***

Monika Fleischmann: Genau, und er sollte auf jeden Fall von einer Idee überzeugt sein und sie kommunizieren können. Wir fassen das unter dem Begriff „Story Telling“ zusammen.

Welche Story will ich vermitteln? Es ist nötig, eine Idee leidenschaftlich zu vertreten und ihre oder seine eigene Geschichte dazu zu erzählen. Deshalb können Ideen auch nicht delegiert werden. Wenn die Leidenschaft fehlt, kann es einfach nicht gelingen.