

KULTURANGEBOTE DES KREISES UNNA

DIGITALISIERUNGSKONZEPT

EINLEITUNG

Die Stabsstelle Kultur und Tourismus beschäftigt sich intensiv mit dem digitalen Wandel.

Hier entscheidet sich, ob die kreiseigenen Kulturangebote, insbesondere die Museen Haus Opherdicke und Schloss Cappenberg aber auch das Angebot der neuen Philharmonie Westfalen e. V. (NPW) und der Musikreihen zukunftsfähig werden.

Das betrifft die interne Arbeitsweise und Organisation ebenso wie die Ansprache des Publikums und die Vermittlung kultureller Angebote und Inhalte.

STATUS QUO

So misslich sich die Lage des kulturellen Sektors mit Pandemiebeginn entwickelt hat, so sehr wirkte sich der Lockdown als Beschleuniger auf die Umsetzung digitaler Kulturangebote aus. Letztlich sollte jede Krise als Chance betrachtet werden. Genau diese hat die Stabstelle Kultur und Tourismus ergriffen und widmet sich seitdem noch tatkräftiger und kontinuierlich der Digitalisierung von Kulturangeboten – vor allem aber auch mit Blick auf ein „nach der Pandemie“.

Ausstellungen und Konzerte sind nicht länger rein analoge Kulturelemente des Kreises Unna. Viele Adaptionen und Innovationen sind bereits weit vor der Pandemie entstanden und wurden während der Pandemie optimiert. Einige befinden sich noch im Prozess. Feststeht: Der Weg, um Bürgerinnen und Bürgern des Kreises, aber auch Interessierte außerhalb der Kreisgebietsgrenzen mit digitalen Kulturangeboten zu erreichen, wurde eingeschlagen.

ZIEL

Die Wirkung von Bildender Kunst und Konzerten lebt von dem klassischen Besuchserlebnis vor Ort, weswegen die Präsentationen von digitalisierten Kulturangeboten in den meisten Fällen hinter den Möglichkeiten analoger Darstellungsformen bleiben. Zurückzuführen ist dies auf die Bedeutung des Raums oder des Klangs, der für das Erleben und die individuelle Aneignung von Inhalten der Kunst und der Musik nicht ausreichend reflektiert werden können. Dennoch muss die Optimierung der digitalen Zugänglichkeit zum Kulturangebot sowie die Weiterentwicklung der Vielfaltigkeit der angebotenen Formate hinsichtlich der Erschließung diverser Zielgruppen das langfristige Ziel sein. Dabei gilt es den analogen Kunstgenuss durch ergänzende digitale Begleitung, Informationen und Angebote aufzuwerten.

Es folgt ein Überblick über bereits umgesetzte und noch ausstehende Maßnahmen.

AUSSTELLUNGEN HAUS OPHERDICKE

Der Online-Auftritt von Museum Haus Opherdicke ist umfassend weiterentwickelt worden, was sich im Zuge des Lockdowns ausgezahlt hat.

Digitale Bildbesprechungen sind mittlerweile zu einem festen Bestandteil der Kunstaustellungen geworden. Diese sind zum einen per QR-Code vor Ort in den Ausstellungsräumen via Smartphone abrufbar, aber auch ortsunabhängig auf www.kreis-unna.de/kulturcast zu erleben. Interessierte bekommen hier Analysen und Hintergrundinformationen zu ausgewählten Werken der Ausstellung.

Ebenfalls im Audioformat bot der Kulturcast zur Adventszeit 2020 verschiedene **Lesungen von skandinavischen Märchen online** an. Angelehnt an die damalige Ausstellung „NACH NORDEN“, die Werke von Künstlerinnen und Künstlern zeigte, die während des 2. Weltkriegs ins skandinavische Exil flüchteten, wurden Märchen wie beispielsweise „Der Schneemann“ und „Das kleine Mädchen mit den Schwefelhölzern“ von Hans Christian Andersen vertont.

Zusammen mit einer Museumspädagogin und einem Grundschüler entstand zu „NACH NORDEN“ erstmals ein **Vermittlungsvideo für Kinder**. Der Clip, der während der Ausstellungslaufzeit online zur Verfügung stand, sollte Familien mit Kindern Anreize zum Museumsbesuch bieten, indem Eindrücke aus der Kunstsammlung präsentiert wurden. Vor allem aber vermittelte das Video kindgerechte Tipps und simple Techniken für das Malen und Zeichnen von landschaftlichen Motiven.

Museumspädagogik via App ist das nächste Stichwort. Gemeinsam mit Lehrenden der Holzwickeder Dudenrothschule wurde ein spannendes Quiz ins Leben gerufen. Der BiParcours – so auch der Name der App – beschäftigte sich mit den Werken und Techniken Herbert Rolf Schlegels, soll aber auch künftig als interaktives Lernwerkzeug zwischen jungen Interessierten und Ausstellungen vermitteln. Unterstützt wird das Ganze u.a. vom Ministerium für Schule und Bildung.

Online-Teaser zur Ausstellung haben sich als digitale Werbemittel etabliert. Gerade im Hinblick auf eine Erschließung jüngerer Zielgruppen, sind Teaser auf den Kreis-Unna-Kanälen der Sozialen Medien mittlerweile ein fester Bestandteil der digitalen Öffentlichkeitsarbeit. In den kurzen Videoclips bekommen potentielle Museumsbesucher*innen einen Vorgeschmack auf die Ausstellung, vereinzelt auch Einblicke „hinter die Kulissen“.

Auch im Museum selbst spielen Bewegtbilder eine wachsende Rolle. Derzeit wird die **Video-Einführung** zur Ausstellung vor Ort gezeigt. Was als coronakonformes Ersatz-Format zur persönlichen Einführung in das Ausstellungsthema geschaffen wurden, hat sich mittlerweile zu einem fest installierten Medienraum entwickelt. In einem eigens dafür hergerichteten Ausstellungsraum bekommen Besucher*innen mittels Leinwand und Beamer in Dauerschleife digitale Eindrücke präsentiert wie z.B. Ausstellungseröffnungsansprachen und Teaser zu ausstellungsbegleitenden Formaten.

Parallel zu den Werken von „Die Versöhnung von Mensch und Natur“ erschien der **Audio-Walk** „Natur ist unsichtbar“ und somit erstmals eine crossmedial arrangierte Ausstellung auf Haus Opherdicke. Via QR-Code, Smartphone und Kopfhörern konnten Interessierte sich während eines speziellen Rundgangs durch das umliegende Gelände des Museums auf ganz besondere Weise mit dem Ausstellungsthema auseinandersetzen.

BISTRO HAUS OPHERDICKE

Crossmediale Werbekampagne für neue Thementorten, eigens für das Bistro Haus Opherdicke kreiert und angelehnt an die Historie des Anwesens und damals ansässigen Grafenhäusern. Der Werbefilm wurde online auf den Social-Media-Kanälen des Kreises gestreut (Instagram, Facebook) sowie auf der Homepage des Kooperationspartners Tortenatelier Schwanbeck (www.tortenatelier-schwanbeck.de) implementiert.

KONZERTE

Diverse Formate der Neuen Philharmonie Westfalen wurden auf der Online-Videoplattform Youtube veröffentlicht. Darunter z.B. das Musikvermittlungsprogramm für Kinder „Die Rätsel der kleinen Nachtmusik – Juris Geheimnisse der Musikgeschichte“ und das beliebte **Weihnachtskonzert**, welches 2020 als Live-Stream stattfand. Außerdem konnten Interessierte sich mit einem aus verschiedenen Darbietungen bestehenden Video-Adventskalender auf die Weihnachtszeit einstimmen.

Der Vorverkauf für Eintrittskarten zu Konzertveranstaltungen des Kreises, sei es Kammermusik, WeltMusik MusikWelt oder Sinfoniekonzerte, findet seit dieser Saison ortsunabhängig statt. Der Kreis kooperiert mit dem Dienstleister Eventim und hat im Zuge dessen einen eigenen **Online-Shop** (ticketservice.kreis-unna.de) geschaffen. Karten können als „ticketdirect“ (Datei auf dem Smartphone oder zum Selbstdrucken) bestellt oder an der Abendkasse hinterlegt werden.

AUSBLICK

Im kommenden Jahr, im Rahmen des allgemeinen Relaunches von www.kreis-unna.de, ist der Beginn des Projekts „**Destination One**“ vorgesehen. Dabei handelt es sich um ein Open-Data-System, eine Art umfangreiche Datenbank, in die jegliche Veranstaltungen und Angebote des Kultur- und Tourismusbereiches des Kreises eingespeist und hürdenfrei auf allen relevanten Internetseiten (z.B. Veranstaltungskalender überregionaler Initiativen etc.) ausgespielt werden können.

Darüber hinaus sind für die Museen Haus Opherdicke und Schloss Cappenberg **eigenständige Internetdomains** (museum-hausopherdicke.de; museum-schlosscappenberg.de) sowie **Social-Media-Kanäle** auf Instagram in Planung. Ziel dieser Maßnahmen ist insbesondere die Steigerung der Sichtbarkeit aller kulturellen und touristischen Angebote und der überregionalen Wahrnehmung von Haus Opherdicke, Schloss Cappenberg und der Neuen Philharmonie Westfalen.

Für beide Museen ist außerdem die Anschaffung und **Installation von Monitoren im Museumskassenbereich** geplant. Diese sollen via Slideshows generelle Informationen zum Ausstellungsbesuch (Öffnungszeiten, Eintrittspreise etc.), zu den Ausstellungen selbst sowie zu bevorstehenden Veranstaltungen rund um die Ausstellungshäuser (z.B. Vesperkonzerte, Kammermusik, Museumspädagogik etc.) veranschaulichen.

Im Sinne der zeitgemäßen Museumspädagogik für Schülerinnen und Schüler soll außerdem die orteungebundene Vermittlung optimiert werden. Die Umsetzung soll durch die Beschaffung des nötigen technischen Equipments gelingen, um per **Videoschalte mit interessierten Schulklassen** – insbesondere solche, für die sich eine Anreise zum Museum eher beschwerlich gestaltet – in Kontakt zu treten und so die Reichweite der Vermittlungsprogramme zu erweitern.

Vorgesehen ist außerdem eine **digitale Erweiterung der Museumsshops** von Haus Opherdicke und Schloss Cappenberg. Der Launch eines Online-Shops soll den ortsunabhängigen Erwerb der kreiseigenen Ausstellungskataloge sowie die Beschaffung von kostenlosem Infomaterial (Broschüren und Faltblättern wie z.B. Radfahrkarten, Wanderkarten, Museumsführer etc.) für Interessierte vereinfachen.

Auch eine Übersicht der Kunstsammlung des Kreises Unna wird künftig online abrufbar sein.

FAZIT

Die Vermittlung von Kulturangeboten wird in der Zukunft weiterhin einem nicht umkehrbaren digitalen Wandel unterliegen. Die Aufgabe der Stabstelle Kultur und Tourismus ist es, diese Entwicklung kontinuierlich im Blick zu behalten, die damit verbundenen Herausforderungen anzunehmen und so eine optimale Partizipation der sich wandelnden Gesellschaft an den Kulturangeboten des Kreises Unna zu erreichen.

