

Demographie-Werkstatt und Haferkiste am 12.11.2018

Vertiefungsrunde zum Impulsreferat von Prof. Dr. Markus Köster und Laura-Marie Krampe
„Kultur bewegt – Innovative Formen medialer Kulturvermittlung“

Zusammenfassung der Fragen und Antworten

- **Kulturvermittlung per Social Media?**
 - Ist dort sinnvoll, wo Ansprechpartner für Kulturvermittlung auch in Social-Media-Kanälen unterwegs sind.
 - Voraussetzung: Man muss die Zielgruppen erkennen und eng fassen.
 - Man muss die Social-Media-Kanäle der Zielgruppen bedienen.

- **Museale Themen vermitteln/ Sammlungen bekannter machen/ Erzählraum erweitern?**
 - Analyse der Zielgruppen erforderlich
 - persönliche Ansprache durch Museumspersonal = Zielgruppenkontakt herstellen
 - Technik mit einbeziehen, die vom Besucher mitgebracht wird (Smartphone) oder im Museum vorhanden ist

- **Bestände eines Archivs der Öffentlichkeit zugänglich machen?**
 - Originaldokumente technisch aufbereiten
 - Bezüge zur Lebensrealität herstellen (Zielgruppenkontakt)

Fazit:

Bei der Planung von Projekten der Kulturvermittlung sollte beachtet werden:

- Genaue Analyse: Was will ich erreichen?
- Zielgruppen definieren
- Zielgruppenkontakt herstellen
- Digitales Wissen der Zielgruppen einbeziehen
- Konzepte für Inhalt und technische Umsetzung unerlässlich
- Experten für Umsetzung suchen
- Finanzierung im Auge behalten