

# Culture meets Coder

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Institution:</b>       | Kulturhaus Spandau  |
| <b>Kultursparte:</b>      | Bühnen und Theater  |
| <b>Ansprechpartnerin:</b> | Britta Richter  |
| <b>Telefon:</b>           | 030-902797567   |
| <b>E-Mail / Web:</b>      | info@kulturhaus-spandau.de / www.kulturhaus-spandau.de              |
| <b>Name des Projekts:</b> | Innovative Wege führen nach Spandau:<br>Alte Musik sucht neue Gäste |

## Problemstellung:

Erschließung neuer Zielgruppen durch Erweiterung der Kommunikationskanäle.

## Projektbeschreibung:

Das Kulturhaus Spandau ist eine Einrichtung des Bezirksamts Spandau. Mit ca. 400 Veranstaltungen jährlich im Kulturhaus selbst, in der Zitadelle, der Freilichtbühne und im öffentlichen Raum leisten wir einen signifikanten Beitrag für das Spandauer Kulturangebot.

Blickt man auf unsere momentane Besucher\*innenstruktur des Kulturhauses, kommt das Publikum größtenteils aus dem näheren regionalen Umfeld und bevorzugt vor allem ein niedrighschwelliges Angebot, vorwiegend aus dem Unterhaltungsbereich. Bei der Programmgestaltung haben wir uns den Wünschen dieses Publikums angepasst, eine gehobene Zielgruppe konnte mit dem bisherigen Angebot und über die verwendeten Vertriebs- und Kommunikationskanäle nicht oder kaum erreicht werden.

Im Sinne unseres ganzheitlichen kulturellen Bildungsauftrags möchten wir zukünftig auch ein Publikum inner- und außerhalb des Bezirks ansprechen, das ein **gehobenes Kulturangebot** präferiert.

2020 planen wir als **Pilotprojekte** hierfür neben einem Jazzfestival im Spätherbst ein zehntägiges Festival für Alte Musik mit international renommierten Künstler\*innen: In der Zitadelle, der Kirche St. Nikolai und dem Kulturhaus Spandau werden unter dem Slogan „SPAM – Spandau macht Alte Musik“ (gefördert im Rahmen der spartenoffenen Förderung durch die Senatsverwaltung für Kultur und Europa) hierbei verschiedene Formate rund um das Genre Alte Musik stattfinden. Die Hauptzielgruppen sollen neben **ortsansässigen Berliner Besucher\*innen**, die bisher eher in die renommierten Berliner Konzertsäle fahren, **Gäste aus ganz Deutschland** bis hin zu **international anreisenden Tourist\*innen** sein, **die das Interesse für diese Sparte der Hochkultur gemein haben**.

Um diese Zielgruppen tatsächlich zu akquirieren, ist es **zwingend notwendig, neue digitale Werkzeuge zur direkten Ansprache** zu nutzen. Denkbar wäre dabei eine eigens entwickelte digitale Plattform (Website und/oder App) als neuer Kommunikations- und Marketingkanal, der bestenfalls in das bestehende Kommunikationskonzept des Hauses integriert werden kann. Ideal wäre zudem eine von dort aus weitgehend automatisierte Bestückung diverser Presse-/Marketingportale, die bisher händisch und einzeln bedient werden müssen. Vorstellbar hier wären beispielweise automatisierte Verknüpfungen, die den Gesamtprozess vereinfachen. Bisher fehlen im Haus personell und fachlich die hierfür nötigen Kompetenzen.

Für nicht wenige Institutionen des öffentlichen Sektors sind digitale Werkzeuge zur Erschließung neuer Zielgruppen aus diversen Gründen bislang wenig berücksichtigt – **dieses Projekt kann beispielhaft für andere sein**: Sollte es gelingen, im Rahmen von SPAM diese neuen Tools zielführend zu erarbeiten und zu testen, können die Ergebnisse auf diverse andere Bereiche des Fachbereichs Kultur (Museen, Ausstellungen etc.) oder für Einrichtungen über die Bezirksgrenze hinaus übertragen werden.

In jedem Fall möchten wir, wenn wir es geschafft haben, auf Spandau als Ort der Hochkultur aufmerksam gemacht zu haben, die neu erschlossene Zielgruppe dauerhaft binden und nachhaltig ein Programm für gehobene Ansprüche als eine Sparte in unserem Kulturangebot verankern.

## Zielsetzung:

Zielgruppenerweiterung und Vereinfachung von Arbeitsprozessen (Verknüpfung bzw. Automatisierung)

## Zielgruppe:

Zielgruppe mit hochkulturellem Interesse: Berlin- und bundesweit bis hin zu international anreisenden Tourist\*innen