

### 1. Projekt

Kulturland Brandenburg ist eine **Kampagne**, die alljährlich mit wechselnden thematischen Schwerpunkten Ausstellungen und Veranstaltungen im Land Brandenburg präsentiert. Im Jahr 2001 war das aus Anlaß des Preußenjahres die Beschäftigung mit preußischer Geschichte.

Preußen 2001 war ein dezentrales Ausstellungsprojekt. In Potsdam fand eine große Präsentation zur Brandenburg Preußische Geschichte statt, in Berlin die Krönungsausstellung im Schloss Charlottenburg. Verschiedene Museen im Land präsentierten die Themen Industrie, Frauen, Militär, Agrarreform, Bildung und Universitätsgeschichte.

Museumspädagogische Angebote, Schülertheater, szenische Führungen und Wettbewerbe begleiteten unter dem Slogan „Museumshits für Kids“ die Ausstellungen.

Das breite Spektrum sollte das aktuelle, oft nach wie vor eindimensionale Preußenbild um wesentliche Facetten bereichern und zu einer offenen Auseinandersetzung mit den historischen Wurzeln von Berlin und Brandenburg einladen.

### 2. Site

Initiiert von Kulturland Brandenburg wurde für Preußen 2001 eine Website entwickelt und produziert, die sich speziell an Jugendliche richtet. Gerade diese Altersgruppe ist in der Regel nur sehr schwer für museale Angebote zu begeistern.

Oft fehlt ihnen die Antwort auf die Frage „Was hat das mit mir zu tun?“

Weiterhin fehlt es an Interaktion – das passive Konsumieren von Kulturgütern spricht nicht an.

Insofern ist es konsequent, sich in Ausdruck, Bildsprache und Kommunikationsmedium direkt auf Jugendliche zu beziehen. Das Internet ist von seiner Charakteristik und seinem Image her die adäquate Plattform für dieses Vorhaben.

Die Jugendlichen sollten sich direkt angesprochen fühlen – nicht nur als eine Gruppe unter vielen - , und sie sollten mit ihren zum Teil durchaus berechtigten Vorurteilen gegenüber Museumsausstellungen konfrontiert werden. Es sollte wahrzunehmen sein, dass Ausstellungen Geschichten erzählen. Geschichten, die – wie auch immer – mit ihnen zu tun haben.

### 3. Inhalt

Analog zum Ausstellungskonzept wurden auf der Website die verschiedenen inhaltlichen Bereiche thematisiert. Zu jeder der genannten Ausstellungen wurde ein Modul entwickelt und realisiert, das sich mit einem Aspekt oder mit einem Objekt der jeweiligen Ausstellung beschäftigt. Diese Hervorhebung eines interessanten Details ist als Appetitanreger zu verstehen, denn keinesfalls geht es darum schon die Inhalte der Ausstellungen zu vermitteln.

Es sollte eine Verbindung von Informationen und Entertainment geschaffen werden.

Interaktive, spielerische Elemente nur als interessante Verpackung alleine kam als Konzept nicht in Frage. Das wäre nur ein kurzfristiger Zeitvertreib der Jugendlichen und würde sie kaum bewegen, die Ausstellungen zu besuchen. Die Site sollte einen interaktiven Vorgeschmack geben und wissenswerte Einzelheiten der Ausstellungen präsentieren.

Neben dem modularen System gab es einen Informationsbereich, der alles organisatorisch Wissenswertes beinhaltete. Ein Info-Teil als PDF-Datei stand zum Download bereit.

#### 4. Gestaltung

Für die Gestaltung wurde das für die Kampagne festgelegte CD verwendet. Weiterhin eine Identifikationsfigur, die für alle Angebote für Kinder- und Jugendliche verwendet wurde. Auf der Website tritt diese Figur als eine Art Moderator auf und fungiert so als verbindendes Element. Die weitere Gestaltung konnte experimentell sein, da die Jugendlichen mit dem Medium sehr vertraut sind. Es wurde versucht, auf ihren Blick und Ansprüche einzugehen. Text wurde in einer verständlichen Sprache und nur spärlich verwendet. Der Informationsumfang der Site erlaubt eine flache Hierarchie der Struktur und Navigation. Dadurch wird eine intuitive Bewegung durch die verschiedenen Module ermöglicht. Der spielerische, interaktive Charakter der Site, der zum Entdecken einladen soll, wird dadurch betont. Für Meinungen stand eine feedback-Adresse zur Verfügung, die auch genutzt wurde.

#### 5. Ausblick

In diesem Jahr ist das Motto von Kulturland Brandenburg „Romantik“. Für die museumspädagogischen Angebote wird der eingeführte Slogan sowie die Figur – allerdings in umgestalteter Form - weiter verwendet. Ein Website-Konzept zur Romantik wurde erarbeitet und wird derzeit umgesetzt. Unter der eingeführten Adresse werden so die Themen Preußen und Romantik abrufbar sein.

Constanze Schröder  
Husemann Str. 30  
10437 Berlin  
030 4411702  
constanteschroeder@web.de

Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung am 23./24. Mai 2002 im Medienzentrum Rheinland, Düsseldorf

Die Tagung wurde veranstaltet durch das  
Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler  
Rheinisches Archiv- und Museumsamt  
LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND

