

DerWesten - 09.07.2009

<http://www.derwesten.de/nachrichten/nachrichten/staedte/duisburg/kultur/2009/7/9/news-125181560/detail.html>

Web-Konferenz

Online und offline und die stArt.09

WAZ Kultur, 09.07.2009, Anne Horstmeier



Duisburg. Kultureinrichtungen entdecken das Web 2.0: Am 24. und 25. September 2009 treffen sich in der Mercatorhalle die "Pioniere des Web 2.0 Marketings" zur "stART.09", bei der das Thema Web und Kultur erstmals im deutschsprachigen Raum aufgegriffen wird.

In New York ist es 5, in Tokio 18, in Duisburg 11 Uhr. Im Raum 225 des Rathauses beginnt eine als Pressekonferenz angekündigte Veranstaltung, in der es um „Kultur und Web 2.0“ geht. Man ist online, das heißt: Die Welt kann zuschauen, wie Menschen, darunter Kulturdezernent Karl Janssen, ins Mikrofon sprechen. Und weil die Welt zuschauen könnte, gibt es ein Drehbuch und einen Moderator. Oliver Engelhardt von der Agentur Noah (Gesellschaft für Beratung, Projektmanagement und Kommunikation) stellt die Fragen, die Experten antworten, die Journalisten bilden das „Offline-Publikum“, sind also nicht nur virtuell sondern tatsächlich anwesend und hören die Botschaft: Wer das junge Publikum für die „Hochkultur“ gewinnen möchte, sollte die Möglichkeiten des Internets nutzen. Und das bedeutet in Zeiten von Web 2.0 mehr als eine gute, also informative und nutzerfreundliche Website. Es bedeutet auch, zu bloggen und zu twittern – das heißt, den Austausch zu suchen.

93 Musiker als Individualisten

Informationen zur stArt.09

- [Homepage der stArt.09](#)
- [Die Pressekonferenz im Web](#)

Wie das geht, machen die Duisburger Philharmoniker mit ihrem Projekt „dacapo“ seit Herbst 2008 vor. Sie sind damit eine der ersten Kultureinrichtungen in Deutschland, die auf diese Weise Marketing betreibt. „Wir zeigen die 93 Musiker als Individualisten, als Bürger dieser Stadt“, so Intendant Dr. Alfred Wendel. Dieser Blog sei auf „überraschend großes Interesse“ gestoßen. Dabei gehe es auch darum, „die

Wichtigkeit von Kunst und Musik zu vermitteln“, Brücken zu bauen hin zum jungen Publikum. „Wir rufen in die Weiten des Web hinein und sind gespannt auf das Echo“.

„Es war neu, dass ein großes Orchester so etwas macht“, sagt Web 2.0-Spezialist Frank Tentler von „4Culture“, der die Philharmoniker interaktiviert hat. Acht twitternde (das Wort ist vom Englischen to tweet – zwitschern abgeleitet) Philharmoniker gebe es inzwischen: Die Musiker und ihre Netz-Partner tauschen Gedanken, Erfahrungen oder Nachrichten in jeweils

maximal 140 Zeichen kurzen Mitteilungen aus. „Twitter ist für mich das beste Mittel, Marketing zu betreiben“, so Tentler.

Pioniere des Web 2.0 Marketings

Mehr zum Thema

- Forum: [Diskutieren Sie mit anderen DerWesten-Lesern über Themen rund um die Kultur](#)
- Weblog: [Westropolis - Kultur für alle.. Kritik von allen](#)

„Dacapo“ habe schon kurz nach dem Start ein solches Aufsehen bei Kulturmanagern aus Berlin, Wien und Bern erregt, dass man sich in Duisburg getroffen und die Idee zu einer Konferenz geboren habe.

So treffen sich am 24. und 25. September in der Mercatorhalle die „Pioniere des Web 2.0 Marketings“ zur „stART.09“, bei der das Thema „erstmal im deutschsprachigen Raum“ aufgegriffen wird. Zu den Referenten aus Kunst- und Kulturmanagement, Wissenschaft und Medienwirtschaft gehören „Media-

Futurist“ Gerd Leonhard, Nicole Simon, „die Päpstin des Twitters“ und Kerstin Schilling, Marketingleiterin der Berliner Festspiele.

Thema ist auch, wie sich das Netz einsetzen lässt, um Sponsoren zu gewinnen. Sponsor der Konferenz ist die sozial-ökologisch ausgerichtete Bochumer GLS-Bank.

Das Frühbucher-Ticket für die Tagung kostet 290 Euro. Zur Entspannung gibt es Musik und Massage.