



In dieser Ausgabe:

Kulturerbe und Medienkultur

Diskussion und Ergebnisse der Veranstaltung im November 2014

Große Zeugnisse einer bewegten Vergangenheit prägen das Gesicht rheinland-pfälzischer Städte und Gemeinden. Über den Einsatz multimedialer Technik zur Vermittlung dieses kulturellen Erbes diskutierten Experten aus Wissenschaft, Politik und Kultur in der Hochschule Trier. Im Rahmen des Projekts „Kreative Stadt“ geht die ZIRP dem kreativen Potenzial rheinland-pfälzischer Städte auf den Grund. Die Veranstaltung fand in Kooperation mit der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE) und dem Fachbereich Gestaltung der Hochschule Trier statt.

Geschichte als digitale Erlebniswelt

Mit dem Smartphone auf Zeitreise gehen und eintauchen in virtuelle Welten: Die mediale Inszenierung kultureller Stätten ist vielerorts bereits Realität. Denn: Kulturerbe ist mehr als sichtbare Architektur oder Ausstellungsstücke in Museen. Durch mediale Inszenierungen können nicht nur neue Anreize geschaffen werden, Kulturerbe kann als „digitale Erlebniswelt“ auch vor allem junges Publikum anziehen. „Generative Bildmedien, Interaktivität und Vernetzung erzeugen orts- und zeitunabhängig sich selbst verstärkende Sphären der Technomagination, in der auch das kulturelle Erbe neuen, intermediären Transformationen unterworfen wird“, so Prof. Franz Kluge, Zentrum für Innovation und Weiterbildung (ZIW) e. V.

Allerdings gab Gabriele Karau, Leitung Ausstellungen und Themenwelten bei der TRIAD Berlin Projektgesellschaft, zu bedenken, dass man zur emotionalen und packenden Vermittlung eines Themas nicht immer multimediale Bespielung braucht. „Natürlich haben wir es heutzutage mit einer gewissen Erwartungshaltung auf Besu-

cherseite zu tun. Das museale Konzept des ‚Bewahrens‘ ist da nicht immer zielführend, vielmehr sollten zeitgemäße Angebote geschaffen werden, die Möglichkeiten der Partizipation und Interaktion bieten.“

Mit Apps auf Entdeckungsreise

Wie Geschichte modern vermittelt werden kann, zeigen beispielhaft die Mobile-Media-Applikationen, die von Studierenden des Studiengangs Intermedia Design an der Hochschule Trier entwickelt wurden. So können Interessierte mittels der „Stolpersteine-App“, mehr über die individuelle Geschichte von Menschen aus Trier erfahren, die Opfer des nationalsozialistischen Terrors geworden sind. Die in Zusammenarbeit mit dem Verein Kulturraum Großregion entwickelte Augmented-Reality-App „Folklore“ stellt die Sagen und Mythen der Städte Saarbrücken, Ottweiler und Zweibrücken in den Mittelpunkt. Mit der App ausgestattet, erkunden die Besucher markante Wegpunkte der Geschichten, um diese interaktiv nachzuerleben. Die Helden der Sagen werden vor Ort lebendig und begleiten die Teilnehmer auf ihrem Weg. Für die Porta Nigra hat die GDKE einen Medien-Guide konzipiert, mit dem Besucher sich über das am besten erhaltene römische Stadttor nördlich der Alpen informieren können. Eine solche App als mobilen digitalen Stadtführer für ganz Trier zu entwickeln, sei das ausgesprochene Ziel der GDKE, so Generaldirektor Thomas Metz.

Trier – Medienkulturstadt?

Kann das Zusammenspiel von kulturellem Erbe und digitaler Erlebniswelt in Trier beispielhaft eine neue Wahrnehmung von Geschichte schaffen? Als eine von vier



„Die Verknüpfung kulturellen Erbes mit aktuellem künstlerischen und kulturellen Schaffen bietet die Chance, Kulturgüter in einen neuen Zusammenhang zu setzen. Kunst- und Kulturschaffenden bietet sich in diesem Zusammenspiel die Möglichkeit, eine eigene, unverwechselbare Position zu finden.“

Thomas Metz
Generaldirektor der Generaldirektion
Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE)



„Für Kulturinteressierte sind die römischen Bauten in Trier immer sehenswert. Multimediaangebote unterstützen hier die Informationsbereitstellung und -wahrnehmung. Städte sind gut beraten, Multimediaangebote für ihre historischen Bauten zu nutzen.“

Prof. Dr. Matthias Sieveke,
Dekan des Fachbereichs Gestaltung
der Hochschule Trier



Welterbestätten in Rheinland-Pfalz bietet Trier exzellente Voraussetzungen für das Zusammenwirken von Kulturerbe und Multimedia. Die Römerbauten in Trier sind der mit Abstand größte Magnet für Touristen, darüber waren sich alle Diskussionsteilnehmer einig. Jedoch habe die Stadt – jenseits der durch die UNESCO als Weltkulturerbe ausgezeichneten Stätten – noch mehr zu bieten, so Thomas Metz. Auch den noch erhaltenen Bauten aus dem Mittelalter und der Neuzeit würde es zu mehr Popularität verhelfen, könnte sich die Stadt das Attribut „Medienkulturstadt“ zuschreiben. Mit dem Fachbereich Gestaltung hat die Stadt bereits einen zukunftsweisenden Studiengang, aus dem heraus sich nachhaltige Synergien sowohl für die Kulturstadt Trier, als auch für die Region und das Land Rheinland-Pfalz entwickeln lassen. „Für den Erfolg einer (digitalen) Vermittlungsstrategie ist die regionale Verankerung durch die Vernetzung aller Akteure aus Kultur, Wirtschaft, Tourismus, Bildung und Politik entscheidend“, so Karau.

Eine Frage der Finanzierung

Für eine flächendeckende Ausstattung kultureller Stätten mit digitalen Medien reichen ein adäquates Konzept sowie kreatives Potenzial allein nicht aus. Es geht nicht zuletzt auch um die Finanzierung von solchen Projekten. „Digitalisierung, mithin jegliche Innovation, Anreize oder Neuerungen in Bezug zu Kulturerbe müssen als Querschnittsaufgabe gesehen werden“, so Beigeordneter Thomas Egger, Dezernent für Wirtschaft, Tourismus, Kultur, Sicherheit und Ordnung sowie Geschäftsführer der Trier Tourismus

Marketing GmbH. So sei der Ausbau einer strategischen und ergebnisorientierten Wirtschaftsförderung kulturpolitisch äußerst sinnvoll. Hier müsse auch die Hochschule Trier, insbesondere der Fachbereich Gestaltung, mit einbezogen werden. Auch Prof. Dr. Matthias Sieveke, Dekan des Fachbereichs Gestaltung der Hochschule Trier, sprach sich für eine engere Kooperation – sowohl strategisch als auch institutionell abgesichert – zwischen Stadt und Hochschule aus.

Fazit

Regionalentwicklung braucht heute mehr als museale Leuchttürme und kulturelles Erbe. Sie braucht Ideen für die Zukunft. Jede Stadt verfügt über ein implizites Wissen davon, was interessant und was schätzenswert ist – auch über bekannte Kulturgüter hinaus. Diese Schätze müssen gehoben werden, zum Beispiel durch mediale Inszenierung. Trier kann hier, reich an historischem Erbe und kreativem Potenzial, als gutes Beispiel für andere rheinland-pfälzische Städte vorangehen und sich – als Ort digitalen und realen Erlebens von Geschichte – zur touristischen Destination „Medienkulturstadt“ entwickeln.



„Wir müssen Start-ups im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft fördern, die mit frischen Ideen und Konzepten dazu beitragen, eine flächendeckende Vernetzung des vielfältigen Kulturangebots in Rheinland-Pfalz medial umzusetzen und so das Land zu einem Medienkultur-land weiterzuentwickeln.“

Thomas Egger, Beigeordneter,
Dezernent für Wirtschaft, Tourismus,
Kultur, Sicherheit und Ordnung sowie
Geschäftsführer der Trier Tourismus und
Marketing GmbH