

## stART Conference

Kultur | Web 2.0

24.-25.Sept. 09

Duisburg Mercatorhalle

Die stART.09 ist die erste Konferenz im deutschsprachigen Raum zum Thema Kultur und Internet / Web2.0.

Sie bringt Kultureinrichtungen, Künstler und Vertreter aus der Kulturwirtschaft auf der einen und Experten aus dem Social Media Bereich auf der anderen Seite zusammen und schafft neue Kontakte an der Schnittstelle zwischen Kunst, Kultur, Web und Wirtschaft.

Kultureinrichtungen und Kulturwirtschaft stehen vor großen Herausforderungen: Die Anzahl konkurrierender Kultur- und Freizeitangebote steigt stetig, Kulturbetriebe fürchten die „Überalterung“ ihres Publikums, lukrative Geschäftsmodelle werden mit der Digitalisierung in Frage gestellt, das Geld wird knapper, sei es durch Sparmaßnahmen und Budgetkürzungen oder durch bedrohliche Umsatzeinbrüche. Neue Lösungen sind gefragt!

### Was kann das Web 2.0 hier ausrichten und wie können Kunst und Kultur es nutzen?

Fernab der gewohnten Kommunikationskanäle wie Zeitungsanzeigen, Plakatwerbung oder der klassischen „Homepage“ gilt das Web 2.0, die zweite Generation des Internet, als Schlüsselmedium, um diese Herausforderungen in Chancen zu verwandeln. Vom reinen Informationsmedium hat es sich zum Austauschmedium entwickelt, gekennzeichnet durch Partizipation, Vernetzung und der gemeinschaftlichen Wissensgenerierung.

Ziel der stART.09 ist es, den Teilnehmern die Möglichkeiten und Potenziale des Web 2.0 vorzustellen und dessen Chancen und Risiken aufzuzeigen und zu diskutieren.

Blogging, Microblogging, Social Media, Community Marketing - Fachleute und Praktiker geben in Keynotes, Workshops und im persönlichen Gespräch neue Einblicke in das Thema.

- Wie können Künstler und Kulturschaffende die Werkzeuge des „Web 2.0“ einsetzen, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und ihr Image zu verbessern? (Kulturmarketing / PR)
- Welche neuen Möglichkeiten bietet das "Web 2.0" Kultureinrichtungen für die Ansprache neuer Zielgruppen, den Austausch mit den Anspruchsgruppen, die Besucherbindung, die Pflege des Freundeskreises, das Fundraising und die Sponsorenakquise?
- Wie wirkt sich das Web 2.0 auf die Kulturwirtschaft aus - (z.B. Musikindustrie, Verlagswesen, Medienbranche)? Welche neuen Finanzierungs- und Geschäftsmodelle entstehen? Müssen sich diese Branchen völlig neu erfinden?
- Verändert das Web 2.0 die Kunst / Kultur selbst? Inwiefern?
- Wie startet man ins Web 2.0, und welche Risiken gibt es zu beachten?

### Das Programm

#### Grundlagen

In einer Reihe einführender Vorträge wird der kultur- und medienhistorische Kontext des Web 2.0 aufgezeigt und Grundlagenwissen zum Thema Web 2.0 vermittelt. Was versteht man überhaupt unter diesem Begriff? Wie ändern die sozialen Medien die bisherigen Erfolgsmodelle und Arbeitsweisen in Kulturunternehmen? Welche Auswirkungen können sie auf die Rezeption und Produktion von kulturellen und ästhetischen Inhalten haben? Welche Möglichkeiten bieten sich für das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit? Was steht hinter Schlagworten wie Aufmerksamkeitsökonomie, Vertrauen, Long Tail, User Generated Content und vielen weiteren? Welche rechtlichen Rahmenbedingungen gelten bei der Nutzung der neuen Internetdienste?

- Kultur 2.0: die Zukunft der Kulturwirtschaft in einer vernetzten Welt. Gerd Leonhard, Medienfuturist, Blogger, Autor des Buches «Die Zukunft der Musik. Warum die digitale Revolution die Musikindustrie retten wird»
- Kunst und Kultur in 140 Zeichen. Nicole Simon, Social Media-Expertin, freie Beraterin, Autorin des Fachbuchs «Twitter. Mit 140 Zeichen zum Web 2.0», Bloggerin
- Kultur zu vernetzen. Patrick Breitenbach, Leiter Online Marketing der Karlsruhochschule International University Karlsruhe, freier Berater und Blogger. Gründer des Werbebloggers
- Generalprobe auf der digitalen Bühne – Design und Kultur im Zeitalter der Medienkonvergenz. Prof. Dr. Christof Breidenich, lehrt Mediendesign an der Macromedia Hochschule, Köln
- User-generated culture. Die inhärente Kompatibilität von Internetpraxis, Kunst- und Kulturtheorie als Fundament zukünftiger Kulturangebote. Simon A. Frank, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kulturwissenschaft und Kulturmanagement der PH Ludwigsburg, freier Berater und Blogger.
- Vertrauen online und professionelle Selbstdarstellung mit Social Media für den Hochkulturbereich. Dr. Tina Guenther, Soziologin, freie Beraterin, Autorin und Bloggerin, Lehrbeauftragte an der Universität Würzburg
- Erinnerungskultur 2.0? Kommemorative Kommunikation und Aufmerksamkeitsökonomie. Dr. Erik Meyer, Politikwissenschaftler, Experte für Erinnerungskultur in digitalen Medien
- Visuelle Ausstellungskritik: Warum sich Museen auf Flickr und YouTube umsehen sollten. Daniel Hornuff, Theater- und Kunstwissenschaftler, Doktorand und Lehrbeauftragter an der HfG Karlsruhe, Blogger und Simon Bieling, Fotograf und Kunstwissenschaftler, Blogger
- Urheberrecht und Web 2.0. Henning Krieg, Rechtsanwalt mit Schwerpunkt Internetrecht (Kanzlei Bird & Bird LLP), Verfasser des Rechts-Blogs Kriegs-Recht.
- „Sliding down the Hype Cycle“ – Kunst und Social Media. Dr. Benedikt Köhler, Freier Berater für Social Media Strategien und Director Digital Strategy & Research der ethority GmbH Hamburg. Jörg Blumtritt, European Operations Officer beim Video-Vermarkter Tremor Media. Gemeinsam gründeten die AG Social Media e.V.
- „Word of Mouth and Seeding“, Mundpropaganda und virales Marketing in Zeiten des Web 2.0, Can Gezer
- Understanding and building communities – warum Kulturschaffende gerade jetzt Social Media nutzen sollten. Tobias Kopka, Anna-Carolin Weber
- Am Rubikon zwischen Realität und Virtualität. Andreas Mertens, Experte für 3D-Onlinewelten, Berater und Blogger
- Museumsübergreifender Austausch zur Erhaltung von Kunst und Kulturgut. Dr. Andreas und Elise Spiegel, Berater, Internet-Agentur NGnomics
- „Rotkäppchen 2.0“ – Medienwandel und schriftliche Mündlichkeit. Sabria David, Kommunikationsberaterin, Expertin für wertorientierte Unternehmenskommunikation, Agentur TEXT-RAUM
- Perspektivenwechsel in der Berufsorientierung am Beispiel eines Event- und Kulturmanagers. Gunnar Schurich
- Aufmerksamkeit 2.0: Multimedialität, Personality Branding. Björn Eichstädt, Neurowissenschaftler, Musiker, Journalist und Nadia Zaboura, Projektleiterin Digitale Kreativwirtschaft / Social Media MFG Medien und Filmgesellschaft, Stuttgart.
- Eventvermarktung 2.0 – Strategien für die Generation Internet. Felix Haas, CEO Amiando (Online-Dienst für Event Organisation)

### Best Practice

Die Nutzung von Social Media hat sich im Kunst und Kulturbereich noch nicht durchgesetzt. Allerdings gibt es bereits einige beispielhafte Projekte, die eindrucksvoll zeigen, welche Erfolge sich mit sozialen Medien erzielen lassen. Die verantwortlichen Projektleiter dieser Pionierprojekte geben ihre Erfahrungen weiter, berichten über die Herausforderungen, Probleme und Chancen der Anwendung von Social Media.

- dacapo - Die Duisburger Philharmoniker im Web 2.0. Dr. Alfred Wendel, Intendant der Duisburger Philharmoniker, Frank Tentler, Projektleiter und Christoph Müller Girod, Chefredakteur dacapo
- Vom bedruckten Papier zum Web 2.0 – Erfahrungen der Berliner Festspiele bei “Die Riesen kommen - ein Märchen für Berlin”. Kerstin Schilling, Leiterin Marketing Berliner Festspiele
- Web 2.0 und Social Networking am Beispiel des Städel Museums. Daniela Bamberger, Content Managerin Städel Museum
- Kommunikation und Besucherbindung mit Web 2.0 - das ist auch für ein kleines Theater möglich. Heinz Koch, Theatermacher und Intendant AugustTheater Neu Ulm
- Web 2.0 und Social Media für die Kronberg Academy. Ulrike Schmidt, Web 2.0 und Social Media Consultant Kronberg Academy und Bloggerin
- Web 2.0 Strategie der Bühnen Halle, Isa Kathrin Edelhoff, Marketingleiterin Bühnen Halle
- Interaktive Literatur im Web 2.0 – Die Entstehung des Blogromans „60 Grad“, Karen Wiborg, Consultant für Tourismus- und Lifestyle-PR und freie Autorin
- Museum 3.0: Die staatlichen Kunstsammlungen Dresden in Second Life. Michael Schumann, Leiter des Dresden Gallery Projekts
- Transmediale – der digitale Baukasten eines Festivals für zeitgenössische Kunst und digitale Kultur. Clemens Lerche, Marketingleiter Transmediale
- Bühne 2.0. Die Blogplattform [www.theaterblogs.de](http://www.theaterblogs.de). Renate Panke und Sören Fenner, [theaterblogs.de](http://theaterblogs.de) und [theaterjobs.de](http://theaterjobs.de)

### Praxis-Workshops und Tools

Social Media ist ein Oberbegriff für eine Vielzahl an Tools, Einzelanwendungen und Technologien, die alle bestimmte Zwecke erfüllen und ihre spezifischen Einsatzmöglichkeiten haben. Wir zeigen Ihnen, was sie mit Blogs, Podcasts, Social Bookmarking, Wikis, Communities etc. erreichen können und welches Tools für welchen Zweck das Mittel der Wahl ist.

Das Erfolgspotenzial sozialer Medien ist erstaunlich, vorausgesetzt, es wurde eine genaue Zieldefinition und die Entwicklung einer geeigneten Strategie vorgenommen. In den Workshops unterstützen und beraten wir Sie daher auch bei der Entwicklung einer Social Media-Strategie für Ihre Einrichtung oder Ihr Unternehmen. Auf diese Weise stellen wir den Praxisbezug zu Ihrem Arbeitsalltag her und ermöglichen Ihnen die konkrete Anwendung des neu erworbenen Wissens.

- Effiziente Kultur-PR in einer vernetzten Welt. Dr. Kerstin Hoffmann, Kommunikationsberaterin, Text-Expertin, Bloggerin
- Kulturmarketing 2.0: Bekanntheitsgrad steigern, Image verbessern, neue Zielgruppen erreichen: Welche Web 2.0 Tools setzen Sie dafür ein, und wie? Karin Janner, Kulturmanagerin, freie Marketingberaterin und Bloggerin, 4\_CULTURE
- Die unendliche Geschichte. Blogs in der Kulturkommunikation. Christian Henner-Fehr, Kulturmanager und Blogger, 4\_CULTURE
- culturecast: Video- und Podcasting kultureller Inhalte. Frank Tentler, Christian Holst, Kulturmanager und Blogger, 4\_CULTURE
- Kultur twittern -Twitter-Workshop. Nicole Simon, Social Media Expertin und Bloggerin
- Fundraising im Web 2.0. Thilo Reichenbach, Fundraiser mit Schwerpunkt Online Fundraising bei Aktion Deutschland Hilft
- Digitale Selbstvermarktung im Web - Wie Musiker Suchmaschinen, Blogs, Widgets und Communities für die eigene Promotion nutzen können. Moritz Sauer und Dietrich Pflüger. Musiker, Autoren und Blogger.
- Bloggen mit Wordpress. Jürgen Christ, Dozent für Webmedien und Webseitengestaltung an der Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB), Leipzig, Fachjournalist und Blogger
- Web 2.0 im Kulturbereich heißt: 2+0=3? Eine Gebrauchsanleitung für den Einsatz von Internetinstrumenten im Kulturbereich. Christian Dingenotto, freier Berater und Blogger
- Praxisworkshop Second Life. Andreas Mertens, Michael Wald, Kai Ludwig, Experten für 3D-Onlinewelten, Berater, Blogger.

Das Programm finden Sie auf unserer Website als pdf zum Download (Stand August, Änderungen vorbehalten): <http://www.startconference.org/programm>

Eine Sprecherliste ist ebenfalls auf unserer Website zu finden:  
<http://www.startconference.org/sprecher>

## Programmablauf

### Erster Konferenztag, 24.9.09

#### *Einlass und Registrierung*

erfolgt am Donnerstag ab 9 Uhr, Begrüßung um 10.30, der erste Vortrag startet um 11 Uhr.

#### *Ende des ersten Konferenz-Tages:*

Das Vortrags-Programm des ersten Konferenztages geht bis 18.15

#### *Abendprogramm*

ab 19 Uhr Abendprogramm (Come together, Lounge, Musik...) bis ca. 23 Uhr.

### Zweiter Konferenztag, 25.9.09

Start um 9 Uhr, der letzte Workshop endet um 17 Uhr.

## Tickets

Tickets kaufen Sie bequem im Internet über unseren Vertriebspartner Amiando.

Zahlen können Sie per Kreditkarte, Paypal, Lastschrift oder Vorauszahlung.

Hier der Ticketshop: <http://www.startconference.org/tickets>

#### *Ticketpreise und Fristen*

Early Bird Tickets (bis Mitte September) kosten 430, die regulären Tickets (ab Mitte September) 590 Euro.

Für Gruppen (ab 2 Personen), Studenten, Besucher von Partnerveranstaltungen (z.B. MAI-Tagung, next conference) + Abonnenten von unseren Medienpartnern gibt es zusätzliche Ermäßigungen (Partnerveranstaltungen, Abonnenten und Gruppen -20%, Studenten 230 Euro).

## Veranstaltungsort

Mercatorhalle Duisburg (die auch die Philharmonie Duisburger beheimatet)

#### *Adresse:*

Mercatorhalle Duisburg im CityPalais

Landfermannstraße 6

D-47051 Duisburg

<http://www.mercatorhalle.de>

## Veranstalter und Kontakt

Veranstalter ist die Agentur 4\_CULTURE in Zusammenarbeit mit den Duisburger Philharmonikern.

Website stART conference: <http://www.startconference.org>

### Kontaktdaten

DEUTSCHLAND

*Konferenzorganisation Duisburg*

Frank Tentler

stARTconference

German Office Ruhr Area

Alstadenerstr. 47

46049 Oberhausen  
FrankTentler@stARTconference.org  
+49 (0)173 444 444 6

*Marketing und PR*

Karin Janner  
stARTconference  
Büro Berlin  
Weserstr. 15  
10247 Berlin  
KarinJanner@stARTconference.org  
+49 (0)30 29778061

*Sponsoring*

Klaudia Pirc-Pätzoldt & Janine Flocke  
Kulturwerkzeug  
Marktstraße 163  
46045 Oberhausen  
stART@kulturwerkzeug.de  
+(49)208 828 66 99 6

**ÖSTERREICH**

Christian Henner-Fehr  
stARTconference  
Austria Office Vienna  
Böcklinstraße 48/9  
1020 Wien  
Österreich  
ChristianHennerFehr@stARTconference.org  
+43 (0)676 702 81 63

**SCHWEIZ**

Christian Holst  
stARTconference  
Swiss Office Bern  
Wankdorffeldstrasse 93  
3014 Bern  
Schweiz  
ChristianHolst@stARTconference.org  
+41 (0)79 426 54 30

**Unterkunft**

Die Stadt Duisburg bietet ein Modul zur Buchung und Reservierung von Hotelzimmern an. Ebenso finden sich dort Angebote von Privatunterkünften und Jugendherbergen. Alle Anfragen können auch über die folgende Serviceadresse und -telefonnummer vorgenommen werden:

*Zentrale Reservierung*

Telefon: +49 (0) 203 285 440  
Fax: +49 (0) 203 285 44 44  
E-Mail: service@duisburg-marketing.de