

[SN.AT / KULTUR / ALLGEMEIN / KULTUR](#)

500.000-Euro-Infokampagne soll Publikum zur Kultur bringen

APA

28. September 2023 13:45 Uhr

 Artikel teilen

"Du kannst auch anders", lautet das Motto einer am Donnerstag in Wien vorgestellten Informationsoffensive zu Kunst und Kultur. Via drei Plakatsujets, Radio, Infroscreens, Inserate und einer Webseite will man der Kultursaison "einen kleinen, aber feinen, augenzwinkernden Boost mitgeben", sagte Kulturminister Werner Kogler (Grüne). Die Kampagne, "die dir zeigt, dass du nicht zu Hause sitzen musst", wie es in einem gezeigten Kurzfilm hieß, veranschlagt sich auf 500.000 Euro.



Kogler und Mayer präsentierten Kampagne

80.000 Euro kostete die Konzipierung (Agentur Büro Butter aus Wien), der Rest wird für die Auspielung aufgewendet, sagte Kunst- und Kulturstaatssekretärin Andrea Mayer (Grüne) auf APA-Nachfrage. "Das hört sich viel an, ist aber im Vergleich zu anderen Kampagnen überschaubar." Mayer betonte, dass die Mittel aus dem allgemeinen Budget des BMKÖS (Ministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport, Anm.) für Öffentlichkeitsarbeit stammen und "nicht aus dem Budget für Kunst und Kultur".

Ausgangspunkt der Kampagne sei die Anfang Mai präsentierte Publikumsbefragung, so Kogler. Eine Erkenntnis daraus habe sie persönlich überrascht, sagte Mayer: "Viele Menschen wünschen sich einfach mehr Information über Angebote, die es gibt." Dem wolle man nun entgegenwirken. Und nicht zuletzt sei die Webseite auchanders.at, die einen Überblick über Kulturangebote, "insbesondere über ermäßigte und kostenlose" gibt, zur Transparenz beitragend, führte Vizekanzler Kogler aus. "Weil die Bürger sehen, was mit ihrem Geld passiert."

Man wolle "das Publikum, natürlich das bestehende, aber auch das potenzielle, das derzeit noch nicht aktive", einladen, das vielfältige Kulturangebot in Österreich anzunehmen, erläuterte Mayer. "Leinwand statt vier Wände" ist auf einem der Sujets über dem Foto eines Mannes mit einer Gießkanne auf dem Kopf zu lesen, darunter: "Du kannst auch anders" und "Du kannst auch mal ins Kino". In Theater- und Opernhäuser soll ein Sujet mit dem Spruch "Noten statt Notifications"

locken, zu sehen ist eine Frau, die mit dem Operngucker auf ihr Tablet blickt.

Die Sujets würden den drei Zielgruppen entsprechen, die aus der Studie "klar identifizierbar sind", sagte Mayer. Die junge Zielgruppe, die mit dem Spruch "Rhythmus statt Algo" zum Konzertbesuch bewegt werden soll, würde man in Zukunft "für den gesamten Sektor dringend brauchen". Dann gebe es diejenigen, die mit Familie und Jobs "auf den Kulturbesuch oft vergessen oder ihn auslassen", hier wolle man, so Mayer, "einladen, sich auch einmal eine Auszeit zu gönnen". Die ältere Zielgruppe könne aus verschiedenen Gründen vielleicht "einen kleinen Motivationsschub gebrauchen".

Mayer sprach auch über die allgemeine Situation im Kunst- und Kulturbereich. Nach der Pandemie gelte es, mit der Teuerung die nächste Herausforderung zu stemmen. Die Staatssekretärin verwies auf Förderungen, und man setze sich in den aktuellen Budgetverhandlungen "dafür ein, dass wir nächstes Jahr auch der aktuellen Problemlage gerecht werden können". Für die Non-Profit-Bereiche in der Kultur habe man "so etwas Ähnliches wie einen Energiekostenzuschuss" gemacht, so Kogler. "Und das wird jetzt dann ausgerollt."

