

Presseinformation

Kultur/Medien/Internet/Werbung/Kommunikation

Digitale Welten des BA-CA Kunstforums

(Wien, 16.3.2006) Das BA-CA Kunstforum baut sein Online-Angebot aus. Nach der erfolgreichen Einführung von Podcasts zu den Ausstellungen und dem international beachteten Vorzeigeprojekt Personal Art Assistant (PAA) wurde nun auch die Website neu gestaltet. Für den klar strukturierten und stark serviceorientierten Webauftritt zeichnet die Wiener Agentur echonet verantwortlich.

Kunstvermittlung ist Direktorin **Ingrid Brugger** und ihrem Team seit jeher ein besonderes Anliegen. Spätestens seit der Einführung des Personal Art Assistant (PAA) im Herbst 2004, der die herkömmlichen Audio-Guides ablöste, übernimmt das BA-CA Kunstforum auch in der virtuellen Kunstvermittlung europaweit eine federführende Rolle. Auf dem eigens programmierten PDA (Personal Digital Assistant) finden sich multimediale Inhalte – wie Filmmaterial, Interviews und Musik – zur Ausstellung und liefern den Besucherinnen und Besucher bei ihrem Museumsbesuch wertvolle Zusatzinformationen rund um die gezeigte Schau. Ähnliche Modelle wurden in der Zwischenzeit von zahlreichen namhaften Häusern übernommen und erfreuen sich einer hohen Publikumsakzeptanz.

Podcasts zu den Ausstellungen.

Mit der Ausstellung „Superstars: Von Warhol bis Madonna“ kam auch erstmals die innovative Technologie des Podcasts zum Einsatz, die künftig die Besucher auch auf mobilen MP3-Playern mit einer eigens gestalteten Sendung zur jeweiligen Ausstellung begleitet. Brugger möchte damit vor allem die junge und mobile Zielgruppe ansprechen, die ihren Medienkonsum immer individueller gestaltet. Nicht

minder wichtig ist ihr dabei aber auch der Spaß mit den Inhalten, die sich von passender Musik bis hin zu zeitgeschichtlichen Audiodokumenten erstrecken.

Benutzerfreundlichkeit und „Content on Demand“.

Ganz im Zeichen des „Content on Demand“ steht auch die neue Website des BA-CA Kunstforums, die erst seit wenigen Tagen online ist. In einer besonders übersichtlichen Menüführung möchte man den Kunstinteressierten sowohl die Inhalte der Ausstellung bieten, als auch einen leichten Zugang zum digitalen Angebot des Ausstellungshauses schaffen.

„Das BA-CA Kunstforum steht als führendes Ausstellungshaus für hohe Serviceorientierung. Dementsprechend legen wir besonderen Wert darauf, mit unserem Angebot immer wieder neue Zielgruppen zu erschließen und für die Kunst zu begeistern. Im Informationszeitalter stehen multimediale Angebote natürlich hoch im Kurs und stellen immer neuere und spannendere Möglichkeiten der zeitgemäßen Kunstvermittlung abseits der bekannten Trampelpfade dar.“ erläutert die Museumsdirektorin ihre Online-Aktivitäten.

Diese sollen auch künftig weiter ausgebaut werden und sich am internationalen Standard orientieren. Mit der Verknüpfung von kunsthistorischen Inhalten und Entertainment liege man somit voll im Trend des „Infotainments“, das beispielsweise am TV-Markt immer höhere Bedeutung erlange, so Brugger über die Zukunft des virtuellen BA-CA Kunstforums. *„Natürlich ist das virtuelle Angebot vorrangig auch ein Appetizer auf unsere Ausstellungen“* betont die Direktorin, der heutzutage nicht mehr wegzudenken wäre.

Kreativ und trotzdem klar.

Bei der Realisierung der neuen Website setzte das echonet-Team rund um Geschäftsführer **Marcin Kotlowski** und Projektleiterin **Daniela Feuersinger** ebenfalls auf modernste technische Standards: Dank der „AJAX-Technologie“ können die User individuell Inhalte anzeigen lassen und somit alle gewünschten

Zusatzinformationen zu den Artikeln aufrufen. Beispielsweise können sich Berichte über die einzelnen Ausstellungen auf Wunsch gleich mit Bildergalerien und passenden Shopangeboten verknüpfen lassen. Besonderes Augenmerk galt auch dem Spannungsbogen zwischen Kreativität und Benutzerfreundlichkeit, wie Kotlowski erklärt: *„Österreichs führendes Ausstellungshaus hat natürlich einen hohen ästhetischen Anspruch, als Vorreiter in Sachen Besucherservice und -kommunikation aber auch klare Wünsche, was die Übersichtlichkeit und Benutzbarkeit der Seite betrifft. Beidem wird mit einer sehr klaren Struktur und Navigation Rechnung getragen. Rund um die jeweilige Ausstellung wird den einzelnen Zielgruppen ein attraktives Rahmenprogramm geboten. Diesem Gedanken entspricht der gesamte Aufbau der Seite.“*

Bewährte Zusammenarbeit.

Insgesamt waren drei Agenturen zur Präsentation eingeladen. *„echonet beeindruckte mit einem überzeugenden Konzept, das sowohl in technischer als auch in kreativer Hinsicht den Ansprüchen des Hauses entspricht und ‚state of the art‘ ist“* begründet Brugger die Agenturenentscheidung. Des weiteren war die rund fünf Jahre lange bestehende, enge Zusammenarbeit mit dem Echo Medienhaus für die Direktorin ausschlaggebend: *„Durch die Zusammenführung des Know-hows in den Bereichen Kultur, Print und Online bei der Echo Media war letztlich der ausschlaggebende Grund für unsere Entscheidung.“*

„Verrückte Liebe“ auf der Freyung.

Während das vielfältige Online-Angebot des BA-CA Kunstforums unter www.ba-ca-kunstforum.at zu sehen ist, wird in der Ausstellungshalle auf der Wiener Freyung derzeit die Ausstellung „Verrückte Liebe: Von Dali bis Bacon“ mit Hauptwerken des Surrealismus aus der Privatsammlung von Ulla und Heiner Pietzsch aus Berlin gezeigt.

Weitere Presseinformationen stehen Ihnen auf der Website des BA-CA Kunstforums unter <http://www.ba-ca-kunstforum.at/presse> zur Verfügung.

Credits:

Auftraggeber: BA-CA Kunstforum

Direktion: Ingried Brugger

Projektleitung: Alexander Khaelss-Khaelssberg

Agentur: echonet

Geschäftsführung: Marcin Kotlowski

Projektleitung: Daniela Feuersinger

Rückfragehinweis:

BA-CA Kunstforum

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: (+43 676) 844862 100

Email: alex@khaelssberg.com

echonet

Daniela Feuersinger

Tel.: (+43 664) 836 94 88

Email: feuersinger@echonet.at