

Technische Universität Dortmund
Fakultät 16 Kunst- und Sportwissenschaften
Institut für Kunst und Materielle Kultur

Konzept zum Seminar *Virenalarm*

bei Susanne Ristow

von
Ariane Karwotka
Weiherstraße 26
44789 Bochum

Matr. 145992
Labg 2009
Kunst/Kunst
SS 14

Meine Idee der viralen Verbreitung

Entsprungen aus meinem Job an der Theaterkasse des Bochumer Schauspielhauses und in gemeinsamer Überlegung im Kolloquium des Seminars "Virenalarm" bei Susanne Ristow ist folgende Idee entstanden:

Das Ausgeben von Theaterkarten erwies sich als eine gute Möglichkeit der Verbreitung einer Idee. Mit dem Hintergrund, dass Kunst wirkt und etwas verbreiten, bewirken und verändern kann, überlegten wir im Plenum wie dies mit dem Verkauf von Tickets zu vereinbaren wäre. Verschiedene Einfälle, wie die eines Stempels oder einer kleinen Zeichnung erwiesen sich als nicht praktikabel, da es im Vorgang des Kartenverkaufs nicht gut zu realisieren wäre und auch der Aspekt eines verändernden, die Theatergäste beeinflussenden Details ausblieb.

Auf Eintrittskarten eines Kinos entdeckte ich einen QR-Code, welcher in diesem Fall auf die Homepage des Bochumer Filmtheaters verweist. Ausgehend von der Überlegung auch einen, mit dem Handy einzuscannenden, Code zu entwerfen, schickte mich Frau Ristow mir Anregungen von Mitarbeitern des Theaters einzuholen um etwas zu erfinden, das sich realisieren ließe.

Ein QR-Code kann simple mit Hilfe einer Homepage generiert werden. Man gibt dafür lediglich die Internetadresse in ein Feld ein und erhält darauf den Code, der von einer Handy-App eingescannt wird und der Handybrowser die Homepage öffnet. Da die Basis meiner Idee nun feststand, machte ich einen Termin mit der Marketing Abteilung des Bochumer Schauspielhauses. Eine freundliche Kollegin war angetan von der Idee die Karten etwas zu verändern und den Gästen die Möglichkeit zu bieten sich mit den Eintrittskarten weiter informieren zu können. Sie erklärte mir, dass es zwei Versionen eines solchen QR-Codes geben könnte. Ausschlaggebend wäre das zur Verfügung stehende Etat.

Gesetz den Fall man müsse mit den bereits existierenden medialen Mitteln und ohne weitere Finanzierung auskommen, gäbe es die Möglichkeit hinter jedem QR-Code die jeweilige Hausproduktionen, die mit der Karte besucht wird, genauer zu beschreiben. Dafür diene dann die Website des Bochumer Schauspielhauses

(www.schauspielhausbochum.de). Darauf befinden sich schon Inhaltsangaben, Fotos, sowie Trailervideos mit Stückausschnitten. Darüberhinaus könnte man auch PDF-Auszüge aus den Programmheften ins Internet stellen, die der Kartenkäufer dann entdeckt und möglicherweise Interesse bekommt mehr über das Stück zu erfahren und das Programmheft kauft. Bestenfalls führt die neue Entdeckung dazu schon im Vorfeld positiv beeindruckt von dem Stück zu sein und Freunde davon zu berichten und sogar weitere Gäste für das Haus zu gewinnen. Um dies direkt nach Kartenerhalt tun zu können, könnte man zusätzlich zum reinem Informationsgewinn den Gästen weitere Aktionen anbieten.

Die folgenden Ideen wären nur zu verwirklichen, gäbe es einen größeren finanziellen Support und zusätzliche Mitarbeiter.

Verknüpfungen zu sozialen Netzwerken wie *Facebook* oder beispielsweise *twitter* könnten auf direktem Wege dazu genutzt werden Freunde einzuladen oder die visuellen Eindrücke des Theaters zu verbreiten. Besonders gefallen hat mir die, mit der Dame der Marketingabteilung gemeinsam entwickelte, Idee der Produktion von extra für die QR-Codes angefertigte Videos. Dazu ist zu wissen, dass es gelegentlich Einführungen zu den Stücken gibt, meist von Dramaturgen gehaltene Vorträge und Fragerunden. Diese geben einen Einblick in die Thematik des Stücks und decken vor dessen Beginn Unklarheiten auf. Ausschnitte aus diesen Einführungen würden in kurzen zwei bis drei Minuten langen Videos von den Kartenbesitzern zu sehen sein und häufige Theatergänger könnten diesen Bonus nutzen um ihr Interesse zu vertiefen oder jungen Theatergästen würde der Einstieg in dieses Metier erleichtert. Möglicherweise noch ansprechender als ein informativer Vortrag eines/r Dramaturgen/in, könnte der Videoauftritt des/r Hauptdarstellers/in sein, der/die zu seiner/ihrer eigenen Person und die der gespielten Figur im Stück etwas erklärt, zum Beispiel kostümiert oder bei Proben auf der Bühne zu sehen.

Eine Mitmachaktion stellt wahrscheinlich besonderen Reiz dar eine Karte zu kaufen. Scannt man den QR-Code ein, fordert ein Schauspieler zur Beantwortung einer Frage auf, welche die ersten Drei richtig Lösenden mit einem kleinen Gewinn, in Form von Werbeartikeln wie einem Poster oder T-Shirt belohnt würde. Eine Frage zum Inhalt des Stücks, die nach dem Besuch oder mit Hilfe des Programmheftes zu beantworten wäre, könnte man beispielsweise gestellt bekommen. Ähnlich Quizfragen die zum Partizipieren anregen, könnte diese Aktion dazu dienen weitere Stücke zu besuchen

und Fragen zu beantworten. Die Lösung würde man zum Beispiel an die Theaterkasse via Mail schicken und bekäme daraufhin eine Mail zurück. Meine Kollegin erhoffte sich, dass durch die neu gemachten Erfahrungen, die die Gäste mit den an der Kasse gekauften Eintrittskarten machen können, das Publikum in unterschiedlicher Weise inspiriert und angesprochen werden könnte. Ältere, traditionelle Gäste könnten, beispielsweise unterstützt durch die Theaterkassiererin, mit der Benutzung des QR-Codes an den Internetkartenkauf herangeführt werden und die Internetpräsenz des Stadttheaters kennenlernen. Junge Theatergäste, die mit dem Internet vertraut sind, ihre Karten dort erwerben und den Aufwand des Ganges zur Theaterkasse eher vermeiden, werden bestenfalls durch den Kauf der Papiertickets vor Ort schon vorab ins Theater gelockt und durch Gespräche mit den Kassenmitarbeitern den traditionellen Kauf und den Erhalt zusätzlicher Informationen und Erfahrungen dieser wertschätzen lernen.

Beispiel einer Eintrittskarte

SCHAUSPIELHAUS BOCHUM 604508
Anstalt des öffentlichen Rechts

Schauspielhaus

EIN MANN WILL NACH OBEN

Samstag 07.06.2014 19:30 Uhr

Sperrsitz links Reihe 8 Platz 250

Informationen zum Stück, Besetzung,
Fotos und Trailer: QR-Code einscannen
oder www.schauspielhausbochum.de



095080012431000006234



Rücknahme und Umtausch ausgeschlossen. Es gelten unsere AGB.
Der Ermäßigungsnachweis ist beim Einlass vorzulegen.

Wahl-Abo
19,60 €