



# Heritage Marketing Lichtkunst und Geschichte



**Beteiligte:** Jan Behnstedt-Renn (Universität Konstanz), Prof. Andreas Bechtold (HTWG Konstanz), 50 Studierende der Studiengänge Geschichte, Wirtschaftspädagogik (Universität Konstanz) und Kommunikationsdesign (HTWG Konstanz), Konzilstadt Konstanz GmbH, a2r:media GbR, Wessenberg Café, VEUK e.V., Stadtwerke GmbH, Fachschaft Geschichte, Lions Club Konstanz ‚Zur Katz‘ e.V.

**Kurzbeschreibung:** In dem zweisemestrigen Seminar entwickelten die Studierenden in interdisziplinären Gruppen aus Historikern und Kommunikationsdesignern Animationen für eine großflächige Fassadenprojektion am ersten Renaissance-Gebäude nördlich der Alpen, das Haus ‚Zur Katz‘. Ziel des Seminars war es, für das 600jährige Jubiläum des Konstanzer Konzils (1414-1418) dessen Nachgeschichte aufzuarbeiten, sie in einem außergewöhnlichem Medium zu visualisieren und durch eine Kommunikationsstrategie für die historischen Inhalte zu begleiten.

## Transferleistung

Im ersten Semester erarbeiteten sich die Studierenden die Grundlagen der Vermittlung und Vermarktung von Geschichte im Rahmen von historischen Jubiläen. Durch Workshops mit Praktikern und Vorlesungen des Dozenten lernten die Studierenden das Medium Lichtkunst kennen und entwickelten dann parallel ein Konzept für die

Fassadenprojektion und den notwendigen Marketing Mix. Nach erfolgreicher Präsentation vor potentiellen Sponsoren ging es im zweiten Semester dann an die Umsetzung. Am 8. März 2018 feierte das Projekt unter dem Titel „Costnitz tanzt. Ein Lichtkunstprojekt über Reichtum und Gewalt im Mittelalter“ Premiere.

## Motivation

Im Rahmen eines einjährigen Projektzyklus‘ haben die Studierenden die vielfältigen Aufgaben und Arbeitsfelder im Bereich des Kulturmanagements bei der Umsetzung eines realen Kulturprojekts im öffentlichen Raum kennengelernt. Neben der historischen Recherche, der Akquise von Sponsoren und der Aneignung der Animationssoftware

wurde ein einheitliches Kommunikationsdesign für Plakate, Postkarte und die Social Media-Kampagne entworfen. Eine umfangreiche Begleitbroschüre wurde von den Standortbetreuern vor Ort verteilt. Zur Vertiefung der historischen Inhalte enthielt die eigene Website zusätzlich Audio Podcasts von Interviews mit historischen Experten.