

Mit Pausanio.de das mobile Web für die Kunst- und Kulturvermittlung nutzen

Using the mobile web for the communication of art and culture with
pausanio.de

PD Dr. Holger Simon
Pausanio GmbH & Co. KG
Eupener Straße 165, 50933 Köln
Tel.: 0221 97 76 30 81, Fax: 0221 93 54 97 13
Mobil: 0151 240 37 650
Mail: simon@pausanio.de

Webseite: www.pausanio-production.com
Portal: www.pausanio.de
Facebook: www.facebook.com/pausanio

Zusammenfassung:

Über das Internetportal Pausanio lassen sich Audioguides zu rund 2.000 kulturellen Sehenswürdigkeiten auf der ganzen Welt herunterladen. Dieses Angebot ist auch per mobiler Website und iPhone-App abrufbar. Das Entgelt für die Nutzung des Medienangebotes ist gering. Dadurch entsteht eine Win-win-Situation für Kultureinrichtungen, Verlage und Kunst- und Kulturinteressierte. Kultureinrichtungen können Audioguides für kulturelle Sehenswürdigkeiten dezentral über das Internet und die internetfähigen Handys der Besucher anbieten. Audioguide-Verlagen eröffnet sich ein neuer Vertriebsweg für ihre Produktionen. Kunst- und Kulturinteressierte können auf ein neues Medienangebot mit besonders hohem Nutzwert zugreifen. Durch die Verbreitung des mobile Web ergeben sich für Museen, Kirchen und Städte gleichzeitig auch neue Wege der Kulturvermittlung. Über Applikationen lassen sich Audioguides erstellen, die deutlich mehr bieten, als mit herkömmlichen Geräten und Techniken möglich war.

Abstract:

Pausanio is an internet portal, which provides audio guides on ca. 2.000 worldwide cultural sights for download. You can also use its offer via mobile websites or an iPhone app. The fee for the use of our offerings is little and leads to a win-win situation for cultural institutions, publishing houses and art lovers. For instance: cultural institutions such as museums are able to provide their visitors with easy-access audio guides via internet or via their visitors' smartphones. For audio guide publishing houses a new channel for their productions is established. Finally, art lovers and history buffs can access a new media format with high-quality information. In addition the broad spread of the mobile web offers new ways to communicate culture for museums, churches and cities: Apps provide the platform for a new form of audio guides, which have much more to offer than former devices and technologies thought possible.

Einleitung

Das Handy oder Smartphone ist mit Abstand das beliebteste Massenmedium weltweit. Im Jahr 2007, als die Idee zur Gründung des Unternehmens Pausanio reifte, besaßen 1,5 Milliarden Menschen auf der Welt einen Fernseher und 1,3 Milliarden nutzten das Internet. Aber mehr als doppelt so viele, 3,3 Milliarden Menschen, hatten einen Handyvertrag. Davon nutzten bereits 798 Millionen das Telefon nicht mehr nur zum Telefonieren, sondern auch für das mobile Internet.¹ Die Tendenz dazu war und ist steigend, wie wir wissen. Dieser Umstand hat Auswirkungen auf die Art und Weise, wie wir Kunst und Kultur erleben – und damit auf der anderen Seite auch darauf, wie wir Kunst und Kultur in die Öffentlichkeit tragen können und sollten.

Sowohl für ihre Besitzer als auch für die Ansprache dieser Besitzer liegen die Vorteile des Handys gegenüber anderen Massenmedien auf der Hand:

- 1. Das erste persönliche Massenmedium.**
Das Handy befindet sich fast immer im intimsten Umfeld seines Nutzers. Mit keinem anderen Medium ist es möglich, körperlich und mit großer Sicherheit auch auf der Gefühls-ebene so nah an einen potenziellen Interessenten oder Kunden heranzukommen.
- 2. Das einzige Medium, dass immer dabei ist.**
Das Handy ist jederzeit zur Hand, um Informationen abzurufen oder weiterzugeben. Entsprechend spontan kommt es zum Einsatz, an (beinahe) jedem Ort und zu jeder Zeit.
- 3. Das einzige Medium, dass immer an ist.**
Für das Handy gibt es kein Nutzungs-Zeitfenster. Der Besitzer eines Handys ist immer erreichbar – ein Umstand, den viele Applikationen bereits durch für das Push-Marketing nutzen.
- 4. Ein Medium mit eingebauter Bezahlungsfunktion.**
Wer mit dem Handy einkauft, kauft mittels moderner Bezahlmethoden per einfachem Tastendruck. In fast keinem anderen Medium ist der Weg vom Bedürfnis zu seiner Befriedigung vergleichbar kurz – und in keinem anderen Medium spontane Kaufentscheidungen mit einem vergleichbar geringen Beschaffungsaufwand für den Kunden verbunden.
- 5. Ein Medium, das die Teilhabe an sozialen Netzwerken erleichtert.**
Internetfähige Handys verfügen über praktische Applikationen, um in Internet-Netzwerken Empfehlungen abzugeben und zu empfangen – in dem Moment, in dem die Meinungsbildung geschieht und die entsprechenden Eindrücke noch frisch und präsent sind. Wenn es gelingt, mit Angeboten zu begeistern, bieten sich auf diese Weise ganz neue Chancen für das Marketing.
- 6. Ein Medium, das eine „augmented reality“ schafft**
Mit Smartphones lassen sich erstmals digitale Informationen direkt mit der Realität verknüpfen. Gerade für Kunst- und Kulturinteressierte sind entsprechende Applikationen mit einem großen Mehrwert verbunden.
- 7. Das erste Massenmedium, in das wir impulsiv Daten eingeben können.**
Die technische Ausstattung der neuesten Smartphones ist so umfangreich geworden, dass sie es dem Nutzer erlauben, Texte, Töne, Bilder und Filme – folglich das gesamte Spektrum der herkömmlichen menschengemachten Medien – herzustellen, zu speichern und auszutauschen. Was auffällt und begeistert, ist auf diese Weise in vielfältiger Form

¹ zitiert nach Tomi Ahonen, „Deeper insights into the 7th Mass Media channel, mobile is to the internet, what TV is to radio“, Blog-Eintrag vom 2. Mai 2008, <http://communities-dominate.blogs.com/brands/2008/05/deeper-insights.html>

konservierbar, erinnerbar und zu jedem späteren Zeitpunkt wieder abrufbar. Allem Nicht-Alltäglichen und Einzigartigen steht so der Weg in die Wohnzimmer und das private Umfeld der Smartphone-Nutzer offen.

Was bedeutet diese Entwicklung für unsere Gesellschaft? Die Mediennutzung ändert sich und damit die Bedürfnisse ihrer Nutzer. Wir brauchen neue Medien-Formate, die der technischen Entwicklung Rechnung tragen und ihr Potenzial nutzen.

Kunst- und Kulturvermittlung neu denken

Pausanio wurde von zwei professionellen Kunsthistorikern gegründet. Als Dozenten dieses Fachs lag es stets in unserem beruflichen Interesse, neue Ansätze in der Kunstvermittlung auszutesten. Im Jahr 2007 beflügelte das mobile Internet unsere Ideen. Für den Abruf von Wissen über Kunst und Kultur sahen wir eine ganze Reihe von neuen Wegen und Möglichkeiten vor uns liegen.

In unserer vernetzten modernen Welt wird auch das Erleben von Kultur mobiler, direkter und flexibler. Was suchen Reisende vor Ort? Sie wollen das Besondere erfahren, das Land, seine Städte und seine Kultur mit allen Sinnen kennenlernen. Was sie dafür benötigen, sind Medien, die sie möglichst nah an all das heranführen, am liebsten so nah, dass sie buchstäblich mit der Nase drauf gestoßen werden. Diese Reisenden sind zunehmend Individualreisende, die Ihre Route selbst bestimmen und auch mal abseits der ausgetretenen Touristenpfade unterwegs sind. Kunst- und Kulturgenuss individualisiert sich auf diese Weise ebenfalls. Wer Kunst und Kultur vermitteln will und entsprechende Medien dafür anbietet, muss folglich ebenso mobil und flexibel werden wie die, die er erreichen will.

Ein Erlebnisportal für Kunst und Kultur

Die Suche nach geeigneten Wegen zur Kulturvermittlung markierte auch den Anfang unseres Weges in das Unternehmertum. Pausanio, das war zu allererst die Idee, das ständig wachsende Angebot an Audioführungen zu Museen, Städten, Sehenswürdigkeiten sowie Hörbüchern, die sich mit der Kunst und der Kultur verschiedener Länder und Regionen beschäftigen, an einem Ort in der Online-Welt zu sammeln und als mobile Website auch auf dem Smartphone für unterwegs verfügbar zu machen.

Für den Gebrauch zuhause am PC sollte es außerdem möglich sein, Bild- und Textmaterial auf dem Portal abzurufen, das die Inhalte der angebotenen Audioguides veranschaulichen konnte und in einem späteren Stadium schließlich die Planung von Kulturreisen über das Portal ermöglichen sollte.

In beiden Szenarien verfolgten wir den Ansatz, Kunst und Kultur möglichst hautnah erlebbar zu machen. Als Slogan prägt dieser Wunsch auch von Anfang an unsere Marke. Vor Ort macht ein Audioguide die Hände und die Augen frei für die Kunst. Ohne Buch unterwegs zu sein, heißt sowohl tasten können (sofern erlaubt) als auch ungestört betrachten zu können. Über das Ohr erfährt der Besucher einer kulturellen Sehenswürdigkeit dennoch alles, was er für ein umfassendes Kunstverständnis benötigt. Aber auch aus der Entfernung macht es ein Audioguide möglich, Kunst und Kultur sehr nah zu erleben – wenn er ergänzt wird durch erklärendes Bild- und Kartenmaterial.

Pausanio – der Name ist Programm

Grundsätzlich ist die Intention nicht neu, an Kunst und Kultur hautnah und individuell heranzuführen. So haben wir uns mit unserem Firmennamen an den griechischen Historiker

Pausanias Periegetes (Perieget = der Reiseschriftsteller) angelehnt, der schon in antiker Zeit ein ganz ähnliches Ziel verfolgte.

Denn auch für Pausanias (geboren ca. 115, gestorben ca. 180 nach Christus) war die Vermittlung von dem, was er an Denkmälern direkt vor Ort sah, ein großes Anliegen. Er hatte seinen Wohnsitz in Rom und hatte es sich dort als gebildeter und vermöglicher Mann zur Aufgabe gemacht, den Römern von seiner – das heißt der griechischen – Kunst und Kultur zu berichten. Eher ungewöhnlich war, dass er sich dabei nicht wie viele seiner Zeitgenossen bei älteren Schriftstellern wie Homer oder Herodot bediente, sondern selbst zu den alten Stätten reiste.

Die inhaltliche Kompetenz, mit der er den Bürgern Roms von den alten Stätten berichtete, war dadurch so hoch, dass seine Reisebeschreibungen bis heute als geradezu einzigartige historische Zeugnisse gelten und es auch nach knapp zweitausend Jahren noch ermöglichen, sich ein detailliertes Bild der griechischen Kultur jener Zeit zu machen. So lässt sich mit Pausanias „Kunst und Kultur hautnah erleben“ – im Original auf Pergament. Heute und morgen nutzen wir dafür das Smartphone.

Das Portal www.pausanio.de

Das Konzept unseres Kulturportals ist schon umrissen. Dass sich aus der anfänglichen Idee innerhalb nur eines Jahres das größte Downloadportal seiner Art entwickeln konnte, war so allerdings nicht vorherzusehen. Am Anfang stand vor allem eine Frage: Wie schaffen wir es, den Aufwand, der beim Aufbau einer solchen Website entsteht, über Erträge wieder wett zu machen?

Unsere Audio-Inhalte sind fast alle kostenpflichtig – wir treten mit unserem Angebot als Vertriebspartner für die Verlage auf, die Audioguides produzieren. Was konnten wir unseren neuen Partnern bieten? Einen zusätzlichen Vertriebsweg im Internet – und die Aussicht auf einen weiteren, bisher noch gar nicht da gewesenen Vertriebsweg über internetfähige Handys. Was bisher als CD im Laden über die Theke ging, ist nun auf jedem Smartphone dieser Welt verfügbar; verknüpft mit Geodaten und kostenlosen Zusatzinformationen, zum spontanen Download in dem Moment, in dem Zeit und Interesse dafür da ist, Kultur zu erleben.

Die Argumente lagen auf der Hand: Wir konnten die Inhalte der Verlage erstmals direkt vor Ort bringen. Wir konnten jene Geräte als Such- und Bezahlsystem für die Inhalte nutzen, die die Kunden am öftesten und intuitivsten nutzen, immer bei sich tragen und darüber hinaus noch als Abspielgerät nutzen konnten.



Wenn man sich diese Argumente in Ihrer Gesamtheit vor Augen führt, wird das Potenzial klar, das in einem Portal wie pausanio.de steckt. Und so erklären sich auch das große Interesse, mit dem die Verlage unser Portal seit seiner Gründung verfolgen, und die allgemeine Bereitschaft, uns ihre Inhalte für ein gemeinsames Projekt in einem neuen Markt zum Verkauf zur Verfügung zu stellen. Nur so konnte das Angebot schnell jene Fülle erreichen, die wir dafür benötigten, aus dem Portal pausanio.de eine

Homepage zu machen, die für Endkunden so attraktiv ist, dass sie sie gerne und regelmäßig besuchen und wir Umsätze generieren können.

Dieselben Argumente haben allerdings nicht nur im Rahmen von Vertriebspartnerschaften überzeugt. Der erfolgreiche Aufbau unseres Kulturreiseportals hat auch Investoren dazu bewogen, sich auf Gesellschafterebene an unserem Unternehmen zu beteiligen und uns auf diese Weise

Kapital und Reichweite für den weiteren Ausbau unserer Geschäftstätigkeit zur Verfügung zu stellen. Seit Juli 2010 sind nun die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die Rheinische Post und die Verlagsgruppe Rhein Main strategische Partner von Pausanio.

Applikationen für Smartphones

Mit dem mobilen Download von Audiodateien, Bildern und Texten hatten wir es Ende 2009 geschafft, kunstinteressierten Reisenden überall in Deutschland und in den großen europäischen Städten Audioguides zur individuellen und unabhängigen Nutzung zur Verfügung zu stellen. In Gesprächen mit Kuratoren, Verlagen und Kunden war in der Zwischenzeit jedoch offenbar geworden, dass es sowohl auf der Anbieter- als auch auf der Konsumentenseite ein wachsendes Bedürfnis gab, die Möglichkeiten moderner Smartphones noch sehr viel umfangreicher in den Dienst des Kulturerlebens zu stellen.



So produzierten wir Anfang 2010 unsere erste Kunstführer-Applikation, die einen historisch und kunsthistorisch profunden Audioguide zum Kölner Dom mit einem interaktiven Lageplan verbindet. Dieser Plan ermöglicht nun erstens die Orientierung vor Ort, zweitens den Gang von Hörstation zu Hörstation und drittens einen direkten Aufruf aller Hörstationen über die Touch-Funktion der Endgeräte iPhone und iPod. Eine begleitende Diashow zu jeder Hörstation macht diese Applikation außerdem auch dann attraktiv, wenn sich der Käufer nicht direkt an der Sehenswürdigkeit befindet.

Da die gesamte Applikation modular aufgebaut ist, konnten wir das System in den folgenden Monaten für weitere Audioguide-Apps verwenden. Geplant ist der Ausbau dieser iPhone-Applikationen zu thematisch

unterschiedenen Reihen (Kirchen, Burgen, Schlösser, Museen usw.), die wir den Verlagen auf Grund der schon programmierten Grundstruktur sehr preisgünstig anbieten können.

Gründung des Joint Ventures „Artguide“ – Integration von E-Books

Schließlich führte uns unser enger Bezug zur Kunstgeschichte rasch sehr nah an die Kunstbuch- und Kunstführerverlage im deutschen Raum heran. Nach mehreren Gesprächen begannen wir im Sommer dieses Jahres eine enge Zusammenarbeit mit dem Marktführer im Bereich Kunstführer zu kulturellen Sehenswürdigkeiten, dem Verlag Schnell & Steiner.

Gemeinsam gründeten wir die Firma Artguide, für die wir eine umfangreiche iPhone-Applikation programmierten, in der die Kunstführer des Verlages nun digitalisiert und multimedial erweitert angeboten werden. Die Applikation, die im iTunes App Store wie die Firma unter dem Namen „Artguide“ zu finden ist, umfasst neben den oben beschriebenen Funktionen „Audioguide“, „interaktiver Lageplan“ und „Player mit Bildintegration“ auch eine Komplettversion des bisher als Printprodukt vorliegenden Kunstführers als E-Book.

Weiterhin wird Artguide als sogenannte Mantelapplikation angeboten, in die nicht nur ein, sondern eine ständig wachsende Zahl von Kunstführern hineingekauft werden können – per Click-and-Buy in der Applikation selbst, die damit gleichzeitig als Werbeträger für sämtliche ihrer Inhalte dient.

Sobald sich die Marke etabliert hat, wird sich Artguide sich daher auch optimal für andere Kunstführer-Verlage als Vertriebsweg für jene Printprodukte eignen, die für elektronische Endgeräte digitalisiert werden sollen und sich konzeptionell in die (umfangreichen, aber feststehenden) Module der Applikation übersetzen lassen. So haben entsprechende Anfragen nach der Präsentation des Joint Ventures vor kurzer Zeit auch nicht lange auf sich warten lassen und wir sind zuversichtlich, mit Artguide eine für Endverbraucher sehr attraktive Plattform für das Erleben von Kunst und Kultur geschaffen zu haben.

Teil des Konzeptes der neuen Applikation ist außerdem die Bewerbung der digitalen Kunstführer und Audioguides direkt an den Sehenswürdigkeiten selbst. Plaketten und Aufsteller werden in Zukunft wo immer möglich das digitale Medium auf engste Weise mit der Wirklichkeit verbinden und die Marke und ihre Produkte für Kunstinteressierte an den jeweiligen Points of Interest bekanntmachen. Möglich ist dies überall dort, wo über die Verlage selbst oder Ihre Autoren schon ein enger Kontakt mit den Sehenswürdigkeiten besteht und diese sich einen Mehrwert durch das digitale Angebot für ihr eigenes Marketing und ihren Besucherservice versprechen.

Durch das enorme bestehende Interesse ist klar, dass wir uns auch mit diesem Produkt auf einem stark wachsenden Markt bewegen. Wir sind zurück bei der Frage, wie ein adäquates Medienangebot für das durch das Smartphone veränderte Nutzerverhalten und Konsumbedürfnis, die mit der technischen Entwicklung viel spontaner, mobiler und flexibler geworden sind, aussehen sollte. An kaum einem Point of Interest sind derzeit Angebote speziell für Smartphones zu finden. Die Nachfrage übersteigt das Angebot gerade im Kulturbereich sicherlich noch auf Jahre hinaus bei weitem.

Ausblick

Was wird uns als nächstes beschäftigen? Welche Funktionalitäten stellen iPhones uns zur Verfügung, die wir in unseren bisherigen Applikationen noch nicht zum Nutzen von Kunstinteressierten und Anbietern von Paid Content im Bereich von Kunst und Kultur sinnvoll mit Inhalt füllen?

Nach den vergangenen Monaten intensiver Auseinandersetzung mit dieser Fragestellung befinden wir uns nun im Aufbau eines umfassenden Modulsystems, mit dem wir unseren Geschäftskunden zukünftig eine noch sehr viel größere Bandbreite an Funktionalitäten für ihre Smartphone-Applikationen anbieten wollen – preisgünstig durch eine hohe Skalierbarkeit und hochwertig umgesetzt für ein Produkt, das Lust macht auf die Inhalte und sich imagefördernd einsetzen lässt für die Auftrag gebenden Institutionen und Verlage.

So werden wir in Zukunft verstärkt mit Push-Funktionen arbeiten, Suchfunktionen für alle Inhalte integrieren, komfortable Content-Management-Systeme für die Umwandlung von Büchern in E-Books vorhalten und einfach zu bedienende Share-Funktionen für soziale Netzwerke anbieten. Hinzu kommt die Integration von Filmen in unseren Applikationen inklusive externem Speicherplatz für Medien, die besonders viel Speicher benötigen (eine Funktion, die wir auch für Artguide schon vorhalten).

Wenn dieser Artikel erscheint, wird die Programmierung dieser Module bereits abgeschlossen sein. Was weitergehen wird, ist die Diskussion mit allen Interessierten um die schönste, beste und nützlichste Anwendung für mobile Endgeräte. Dazu laden wir auch Sie ein. Haben Sie Feedback oder Anregungen für uns? Wo sehen Sie ungenutzte Potenziale für die Kunst- und Kulturvermittlung, die wir – vielleicht gemeinsam mit Ihnen – füllen können? Wir würden uns freuen, mit Ihnen als Kulturschaffenden und Kunstinteressierten über die Potenziale der neuen Medien für Kunst und Kultur zu diskutieren!