

**Medienmitteilung**  
**Zürich, 5. März 2007**

## **Kunsthhaus Zürich organisiert Think Tank mit Jugendlichen.**

**An einer «Brainparty» entwickeln heute 165 Jugendliche, junge Erwachsene und Marketing-Strategen aus der Schweiz und Deutschland neue Ideen für das Kunsthhaus Zürich. Die Programmacher des Kunsthhauses – Kuratoren, Pädagogen, Kunden-Betreuer und Event-Organisatoren – gehen bei dem Workshop auf Tuchfühlung mit den Museumsbesuchern von morgen.**

Im Kunsthhaus Zürich hat die Kunstvermittlung Tradition. Im Jahr finden rund 1'800 Workshops und Führungen statt. Kinder und ältere Erwachsene kommen gerne. Jugendliche hingegen besuchen in ihrer Freizeit das Kunsthhaus nur selten. Jetzt lässt das Kunsthhaus die Rahmenbedingungen und das Angebot von Jugendlichen und jungen Erwachsenen überprüfen.

### **AUF DEM PRÜFSTAND: RAHMENBEDINGUNGEN**

Der Eintritt ins Kunsthhaus ist für Personen bis 16 Jahre gratis. Eine Jahresmitgliedschaft kostet für Jugendliche bis 25 Jahre nur CHF 35.-. Der Eintritt zu Ausstellungen ist mit CHF 12.- bis 17.- preiswerter als ein Kino-Billet. Mittwochs, wenn an Zürcher Schulen schulfrei ist, ist der Eintritt in die Sammlung gratis – von 10 bis 21 Uhr. Und sonst zahlen Schüler und Studenten nur den reduzierten Tarif, z.B. CHF 6.- statt 10.- für einen Besuch der Sammlung in der ständig rund 400 Gemälde, Skulpturen, Zeichnungen und grosse Fotografien von der unmittelbaren Gegenwart bis zurück ins 15. Jahrhundert gezeigt werden.

### **ANALYSE: VON DER BESUCHERUMFRAGE ZUM KREATIWORKSHOP**

Nach Auffassung der Kunsthhaus-Mitarbeiter steht der Museumsbesuch zu selten auf der Freizeit-Agenda der 16- bis 25-Jährigen. Denn von allen Besuchern macht diese Altersgruppe der unter 25-Jährigen erst um 20% aus. Obwohl 63,9% von ihnen das Angebot des Kunsthhauses positiv beurteilen, betreten die unter 20-Jährigen das Museum nur selten, ohne von der Schule geschickt oder von Eltern begleitet zu werden. Ziel der Zürcher Kunstgesellschaft ist, dass sie in ihrer Freizeit öfter mit Freunden oder alleine das Museum besuchen.

Im letzten Jahr wollte das Kunsthhaus deshalb mehr über diese zukünftig noch wichtiger werdende Gruppe wissen. In einer mit Isopublic durchgeführten Besucherumfrage erhielten die Programmacher des Museums Antworten. Auf die Frage: «Wie wurden Sie auf die besuchte Ausstellung des Kunsthhauses zuerst aufmerksam» antworteten ein Viertel der unter 20-jährigen «Durch Freunde». Das ist signifikant mehr als bei den höheren Altersgruppen und bestätigt,

dass Jugendliche über Mund zu Mund-Propaganda eher zu erreichen sind als mit Zeitungsrezensionen oder Werbung.

Auf die Frage nach der bevorzugten Informationsquelle kam heraus: Nur ein Viertel bedient sich gratis aufliegender Informationsblätter. Und die Audioguides bekamen keine guten Noten. Woran liegt's? Wollen Jugendliche die Kunst ausschliesslich nach eigenen Kriterien beurteilen? Oder sind die für ein breites Publikum zur Verfügung gestellten Texte zu didaktisch oder sprachlich schwer verständlich? Beim Einsatz moderner Vermittlungskanälen hält sich das Kunsthaus noch zurück. Denn auch einen elektronischen Newsletter würde nur von 24,2% der unter 20-Jährigen abonniert. Vielleicht entdecken die 150 Schüler, Studenten, Auszubildende, Kulturpädagogen, Jugend-Redakteure und Marketingstrategen an der Brainparty Mittel und Wege, die höhere Akzeptanz bei den Museumsbesuchern von morgen geniessen?

Die Programmacher des Kunsthauses – Kuratoren, Pädagogen, Kunden-Betreuer und Event-Organisatoren – suchen bei dem eintägigen Workshop den direkten Austausch von Ideen und Meinungen. Die Ergebnisse der Brainparty werden auf ihre Realisierbarkeit hin überprüft: Wenn das Know how erworben und die Finanzierung gesichert werden können, werden die Ideen im Angebot 2008 und in den Planungen zur Kunsthaus-Erweiterung berücksichtigt. Die Durchführung der Brainparty basiert auf einem von der Agentur Brainstore, Biel, und dem Kunsthaus Zürich erarbeiteten Konzept. In den Workshop-Pausen werden der Schweizer Rapper Kutty MC und DJ Minus 8 auftreten.

Die Besucherumfrage und die Brainparty wurden unterstützt von Credit Suisse – Partner des Kunsthaus Zürich.

Für weitere Informationen  
Zürcher Kunstgesellschaft  
Björn Quellenberg  
Leiter Presse und Kommunikation  
Tel. +41 (0)44 253 84 11  
bjoern.quellenberg@kunsthaus.ch