

Weitere Infos unter:

www.kulturschocker.de

facebook.com/Kulturschocker

YouTube (Kanal „KulturschockerTV“)

Digitalradio (unter: bundesweiter Datendienst „Journaline“ von MEDIA BROADCAST)

Kultur-Schocker ist ein Projekt des aktuellen forums nrw e. V. und der rmc medien+kreativ consult GmbH, das an den Opernstandorten des Ruhrgebietes durchgeführt und vom Kinder- und Jugendplan des Landes NRW gefördert wird.

Kontakt:

aktuelles forum nrw e.V.

Daniel Möcklinghoff, Bildungsreferent

Tel. +49 (0)209.155 10-16

Fax +49 (0)209.155 10-29

E-Mail: d.moecklinghoff@aktuelles-forum.de



Worum es beim Kultur-Schocker geht

- um kreative Auseinandersetzung mit klassischer Kunst
- um künstlerische Aktionen zur Einbindung vieler Menschen – unabhängig von Einkommen, Herkunft und Bildung
- um öffentliche Aufmerksamkeit für politisch-kulturelle

Jugendbildung



Wo das Kultur-Schocker Projekt stattfindet

Nach einem Pilotversuch in Mannheim findet das Projekt an Opernstandorten des Ruhrgebietes statt.

Wie eine Kultur-Schocker-Kampagne funktioniert

HipHop-Künstler*innen versuchen die jeweilige Opernbühne einer bestimmten Aufführung zu „erobern“

– mit eigenen Rap- und Breakdance-Interpretationen zur Oper. Künstler*innen des HipHop, die sich für die Oper interessieren besuchen eine Aufführung. In Workshops entwickeln sie eigene Produktionen zur Oper. Sie zeigen diese Produktionen in der Öffentlichkeit und laden Menschen ein mit ihnen die Oper zu besuchen. Und – wenn alles gut geht – stehen sie am Ende inmitten einer Aufführung auf der Opernbühne. Eroberung gelungen!!

Kultur-Schocker will möglichst viele Menschen involvieren

Das Projekt nutzt alle modernen medialen Plattformen, um eine möglichst große Teilhabe – über die Workshopteilnehmer*innen hinaus – zu erreichen. Dazu zählt die Projekt-Homepage genauso, wie die Nutzung von Social Media. Das Fraunhofer Institut, Erlangen und das Unternehmen MEDIA BROADCAST ermöglichten die Nutzung von bundesweiten Digitalradiokapazitäten



für einen eigenen Kultur-Schocker-Datendienst. Gespräche mit Vertreter*innen klassischer Medien und Online-Diensten sind Teil der Kampagne um eine möglichst große öffentliche Aufmerksamkeit zu erzeugen. Dies hilft möglichst viele Menschen für das Projekt zu interessieren und zu involvieren. Nicht zuletzt



erzeugt diese, in die Kampagne integrierte Öffentlichkeitsarbeit eine relevante Aufmerksamkeit für Bedeutung und Potenzial politisch-kultureller Jugendbildung. Darüber hinaus kann dies helfen Unternehmen als Projektpartner zu gewinnen. So entsteht eine Chance das Projekt dauerhaft zu etablieren.