

Presseinformation

Wiesbaden, 24. Februar 2009
Nr. 12

„Kultur baut auf. Wir bauen um“

Stadt und Land starten Kampagne zum Projekt „Museumslandschaft Kassel“

Wiesbaden / Kassel – „Wir wollen mit dieser Kampagne auf eines der größten Kulturinvestitionsprojekte Deutschlands aufmerksam machen und es zugleich noch stärker als bisher in Stadt und Region Kassel verankern,“ das sagte die hessische Ministerin für Wissenschaft und Kunst, Eva Kühne-Hörmann, anlässlich der heutigen Vorstellung einer Posterkampagne und eines Internetauftritts in Kassel. „Das Investitionsvorhaben „Museumslandschaft Kassel“ ist eines der Leuchtturmprojekte der hessischen Kulturpolitik, das wir gemeinsam mit der Stadt mit einer erfolgreichen Welterbe-Bewerbung krönen wollen.“ Mit dem Hinweis, dass die Stadt Kassel und das Land Hessen diese Kampagne gemeinsam beauftragt haben und umsetzen, unterstrich Kassels Bürgermeister und Kulturdezernent Thomas-Erik Junge den engen Schulterschluss zwischen Stadt und Land: „Mit dieser Kampagne füllen wir den Kulturvertrag mit Leben.“ Die Vereinbarung zwischen Stadt und Land war Ende 2007 abgeschlossen worden.

Plakatkampagne und der Internetauftritt, der unter www.kultur-baut-auf.de aufzurufen ist, stehen unter dem Motto „Kultur baut auf. Wir bauen um“. Die – bislang – drei Plakatmotive werden in den kommenden Tagen auf Großflächen und Citylights in der Region sowie in der Oberen Königsstraße in Kassel plakatiert. Inhaltlich greifen die Motive die kulturellen Hauptthemen Kassels, nämlich „Herkules“, „Brüder Grimm“ und „Moderne“ auf. Mit dem Verweis auf den Webauftritt ‚www.kultur-baut-auf.de‘ erschließt sich ein Zugang zu umfassenderen Informationen. Dort finden Interessierte zum Beispiel aktuelle Daten, welche Häuser wann geöffnet oder warum und wie lange sie voraussichtlich geschlossen sind. Zudem können Besucher der Website auf einem Zeitstrahl in 600 Jahre Kasseler Kulturgeschichte eintauchen.

„Wir wollen deutlich machen, dass Kultur in Kassel in Bewegung ist und schon immer war“, sagte Bürgermeister Junge, „und dass sich aus dem steten Wandel die Attraktivität Kassels als Kulturstadt ganz wesentlich speist.“ „Ziel der Kampagne ist es aber auch, das Investitionsprojekt ‚Museumslandschaft Kassel‘ sichtbarer und transparenter zu machen,“ so Eva Kühne-Hörmann. „Wir haben sehr wohl registriert, dass dieses Vorhaben noch nicht im

wünschenswerten Maß in Kassel angekommen und verankert ist. Auf dieses Vorhaben können und sollten alle Kasseler stolz sein, und dazu soll die Kampagne einen Beitrag leisten.“ Im Übrigen, so Kühne-Hörmann, seien die Investitionen des Landes kein Selbstzweck, sondern selbstverständliche Verpflichtungen gegenüber einem großen, 600-jährigen kulturellen Erbe und den Bürgerinnen und Bürgern, die dies zu Recht erhalten und gepflegt wissen möchten.

Internetauftritt und Plakatkampagne wurden von der Kasseler Agentur Machbar konzipiert und realisiert. Sie war aus einer Ausschreibung mit ihrem Konzept als Sieger hervorgegangen. Unterstützt wird die Kampagne durch kassel tourist GmbH und StröerDSM.

Im Rahmen des Projektes „Museumslandschaft Kassel“ investiert das Land Hessen 200 Millionen Euro in die Neustrukturierung der Museumslandschaft und die Stadt Kassel 20 Millionen. Zu den Projekten gehören zum Beispiel die Sanierung und Restaurierung des Herkules mit Oktagon, der Löwenburg und der Neuen Galerie sowie die Erweiterung des Stadtmuseums und der Neubau des Tapetenmuseums und Grimm-Museums am Weinberg.