

## Spielkultur erarbeitet drei digitale Spiele für Schweizer Museen

Die Digitalisierung macht auch vor Kulturinstitutionen nicht Halt. Deshalb hat die junge Agentur Spielkultur mit Unterstützung des Migros-Pionierfonds drei digitale Spiele entwickelt, die jedes Museum individuell an sein Angebot anpassen kann. An den Digital Days Aarau werden die Games der Öffentlichkeit präsentiert.

Redaktion -  
20. Oktober 2021



Der digitale Wandel ist ein allgegenwärtiges Thema. Seit der Industrialisierung hat keine neue Technologie die Wirtschaft, Gesellschaft und Freizeit derart intensiv beeinflusst.

Auch Kulturinstitutionen können sich diesem Wandel nicht entziehen. Digitale Vermittlungsangebote in Form von Apps oder Games sind zwar beliebt, in der Entwicklung jedoch teuer und zeitaufwändig. Museen überlegen sich, wie sie Sammlungen den zukünftigen Generationen zeitgemäss und attraktiv zugänglich machen können. «Das Projekt Spielkultur nutzt digitale Technologie, um den Museumsbesuch interaktiver und spannender zu gestalten. Schweizer Museen erhalten damit individuelle Lösungen, um Kultur auf spielerische Weise erlebbar zu machen», so Pablo Villars, Projektleiter Migros-Pionierfonds.

Im Rahmen des Pilotprojekts «games@museums» hat Spielkultur mit Unterstützung des Migros-Pionierfonds drei konfigurierbare Spiele erarbeitet – eine Flirt-Chat-App, ein Krimi-Hörbuch und eine Tablet-Schatzsuche. Die Spiele wurden von Game-Design-Studierenden in Kooperation mit Museen entwickelt und in einer zweijährigen Testphase erfolgreich erprobt.

Agentur bringt Spiele in die Museen



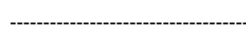
Online-Ausgabe

Werbewoche  
8048 Zürich  
058 344 98 81  
<https://www.werbewoche.ch/de/>

Medienart: Internet  
Medientyp: Fachpresse  
UUpM: 100'000  
Page Visits: 140'000



STADT AARAU



Auftrag: 1081688  
Themen-Nr.: 800.003

Referenz: 82248971  
Ausschnitt Seite: 2/2

Nach dieser Testphase gründeten Kuratorin Laura Schuppli und Game Designer Sebastian Tobler Anfang 2021 die Agentur Spielkultur, um die Prototypen zu finalisieren. Das interdisziplinäre Duo hat die Spielesoftware nun so entwickelt, dass Kurator\*innen und Kulturvermittler\*innen die Inhalte der Games selbst oder mit verschiedenen Zielgruppen erarbeiten können. Das soll die Spiele vielseitig einsetzbar machen: als fester Bestandteil von Sonder- oder Dauerausstellungen, als Teil eines Partizipationsprojekts mit Schulklassen oder anderen Fokusgruppen, oder als ergänzendes Vermittlungsformat für spezielle Anlässe wie Kindergeburtstage oder Familiensonntage.

### Mit Gamification in die Zukunft

«Mit den Games wollen wir mehr Menschen für Kunst und Kultur begeistern und gleichzeitig Museen dabei unterstützen, auch weiterhin als lebendige, interaktive Häuser wahrgenommen zu werden», so Laura Schuppli. Für die Agentur liege die Zukunft des Museumsbesuchs nämlich in der Verbindung von digitalen Formaten mit dem Erlebnis vor Ort.

Gelauncht werden die Museumsgames am 4. November 2021 im Rahmen der Digital Days im Stadtmuseum Aarau statt. Kurator\*innen, Kulturvermittler\*innen und die Öffentlichkeit können sich die Spiele anschauen und erfahren, wie sie diese im eigenen Umfeld genutzt werden können.

(Visited 17 times, 17 visits today)

Kategorien Digital

Tags Gaming Kultur