MEDIENINFORMATION

Kultur/Lifestyle/Travel
Wien/Hamburg, 21. Mai 2019

Interaktive und digitale Erlebniswelten boomen in Hamburg

In Hamburg eröffnen immer mehr interaktive und digitale Erlebniswelten und ergänzen die traditionellen Touristenattraktionen an der Elbe. Neben der individuellen Ansprache der Besucher setzen die Attraktionen von heute auf interaktive, multimediale Edutainment-Konzepte. Das gerade neu eröffnete Discovery Dock in der HafenCity Hamburg, Udo Lindenbergs Panik City auf St. Pauli und die Hamburger Märchenwelten sind die neuesten Beispiele, die mit ihrer Technik Trends setzen. Zusätzlich ist die erfolgreiche Hamburg CARD mit ihren vielen Vorteilen ab sofort auch digital erhältlich.

Hamburg ist einer der wichtigsten Digitalstandorte Europas. Die Medienstadt weist nicht nur auf lange Traditionen in Journalismus, Musik, Film und Werbung zurück, sondern ist auch Vorreiter der zeitgemäßen Entwicklung von digitalen Medien – im Internet, als Softwareentwicklung oder im Entertainment- und Games-Sektor.

Die Zahl der Touristenattraktionen in Hamburg wächst kontinuierlich. Auffällig dabei ist, dass bei der Gestaltung der Erlebnisse zunehmend interaktiv und digital gedacht wird und der Besucher in den Mittelpunkt gestellt wird.

Neue interaktive, multimediale Edutainment-Konzepte in Hamburg

Erst kürzlich hat das auf Virtual Reality Elemente setzende **Discovery Dock** in der HafenCity Hamburg eröffnet. Der Hafen, das Herz von Hamburg, wird hier zum digitalen Erlebnis. Eine interaktive, zukunftsweisende Mixed-Reality Erlebniswelt ist gegenüber der Elbphilharmonie entstanden, die mit modernster Virtual Reality-Technologie, Projektionen, Live-Simulationen sowie Sound- und Lichteffekten den Hamburger Hafen zum Leben erweckt (www.discovery-dock.de).

Ebenfalls in der HafenCity werden im September 2019 die **Märchenwelten** starten. Besucher werden hier mit einem interaktiven, multimedialen Edutainment-Konzept angesprochen und in der Ausstellung mit lebensgroßen Scherenschnitten, kunstvoll gestalteten Bühnenbildern und Malereien als traditionelle Elemente, die mit modernster, interaktiver Licht-, Sound- und Computertechnologie kombiniert werden, empfangen und durch die Märchen geführt (www.maerchenwelten.net).

Schon im letzten Jahr haben Udo Lindenbergs Panik City auf St. Pauli und das Mystery Theater Opolum in der Speicherstadt eröffnet. Die **Panik City** ist ein innovatives

Technik-, Kunst- und Kultur-Projekt, das das musikalische, künstlerische und gesellschaftspolitische Wirken des Hamburger Ausnahmekünstlers Udo Lindenberg nachzeichnet und mit vielen multimedialen Innovationen erlebbar macht (www.panikcity.de). Im **Opolom** werden die Zuschauer zum festen Bestandteil eines Theaterstückes und tauchen interaktiv in die Geschichten ein (www.opolum.com).

Das **Chocoversum** im Kontorhausviertel ist schon lange fester Bestandteil der Hamburger Touristenattraktionen. Auch dort hat ein Wandel in Richtung Interaktivität stattgefunden. Das anfängliche „Free-Flow-Museum“, in dem die Besucher selbständig durch die Ausstellung wanderten, ist einer interaktiven, zielgruppengerechten Führung gewichen, die eine Kombination aus Verkostung und Wissenstransfer bietet. Dabei kann die eigene Tafel Schokolade kreiert und gleichzeitig jeder einzelne Schritt der Herstellung von Schokolade hautnah erlebt werden (www.chocoversum.de).

„Damit liegen diese Ausstellungen genau im Trend. Denn zunehmend wünschen sich Besucher ein individuelles Erlebnis, bei dem sie selbst aktiv werden oder gar regelrecht in eine neue Welt eintauchen können“, beobachtet Stephanie Schaub. Die 34-Jährige weiß wovon sie spricht. Sie ist Mitinhaberin der Chocoversum und Geschäftsführerin der Wissenswelten Management GmbH, wo sie Erlebniswelten aller Art kreiert und konzipiert und Trends auf der ganzen Welt nachspürt, ob in USA, China oder Skandinavien. Vor allem erlebt sie eine zunehmende Digitalisierung. „Apps, Virtual und Augmented Reality-Elemente halten immer öfter Einzug in Ausstellungen und Museen.“ Parallel dazu werde das Ticketing immer digitaler und soziale Medien gewinnen an Bedeutung.

Städtekarte Hamburg CARD jetzt auch digital

Auch die Hamburg CARD, die Städtekarte der Hamburg Tourismus GmbH, reiht sich in den Digitaltrend ein, ist nun digital erhältlich: Neben der Papierkarte gibt es auch eine Hamburg CARD, die über eine neue App zugänglich gemacht wird. So können die Ermäßigungen der über 150 Attraktionen und das inkludierte ÖPNV-Ticket einfach und bequem über das Smartphone genutzt werden. Die App soll in Zukunft viele weitere Ansprüche eines digitalen Reiseführers erfüllen. So will man die Karte mit wachsenden Erkenntnissen über die Ansprüche der Kunden an die Nutzerinteressen anpassen, individualisieren und darüber das Kundenerlebnis in der Stadt verbessern (www.hhcard.app).

Mehr Hamburg:
Viele weitere Hamburg-Tipps zum Download oder direkt aus dem Web unter folgenden Links:

- Internetseite: www.hamburg-tourismus.de
- Hamburg CARD: www.hamburg-tourismus.de/card
- Veranstaltungskalender: www.hamburg-tourism.de/veranstaltungen
- Veranstaltungs-App mit „Kultur-Wecker“: www.hh-events.de
- Hamburg App: www.hh-app.de

Medien Service:

- Bildmaterial mit Copyright (siehe Benennung der Bilder) für redaktionelle Nutzung rechtefrei verfügbar unter: https://seafile.hamburg-tourism.de/d/fc55333048d949aeb22a/
- Weitere, für redaktionelle Nutzung rechtefreie Fotos zu Hamburg: www.mediaserver.hamburg.de

Medienkontakt Österreich:
PR-Agentur comm:unications
Sabine Pöhacker
Servitengasse 6/8, 1090 Wien
Tel: +43 1/315 14 11-0
Email: sabine.poehacker@communications.co.at
Web: www.communications.co.at

Medienkontakt international:
Hamburg Tourismus GmbH
Media Relations
Julia Bankus
Wexstraße 7, 20355 Hamburg
Tel: +49-40-300-51-495
Fax: +49-40-300-51-220
Email: bankus@hamburg-tourismus.de
Web: www.hamburg-tourismus.de