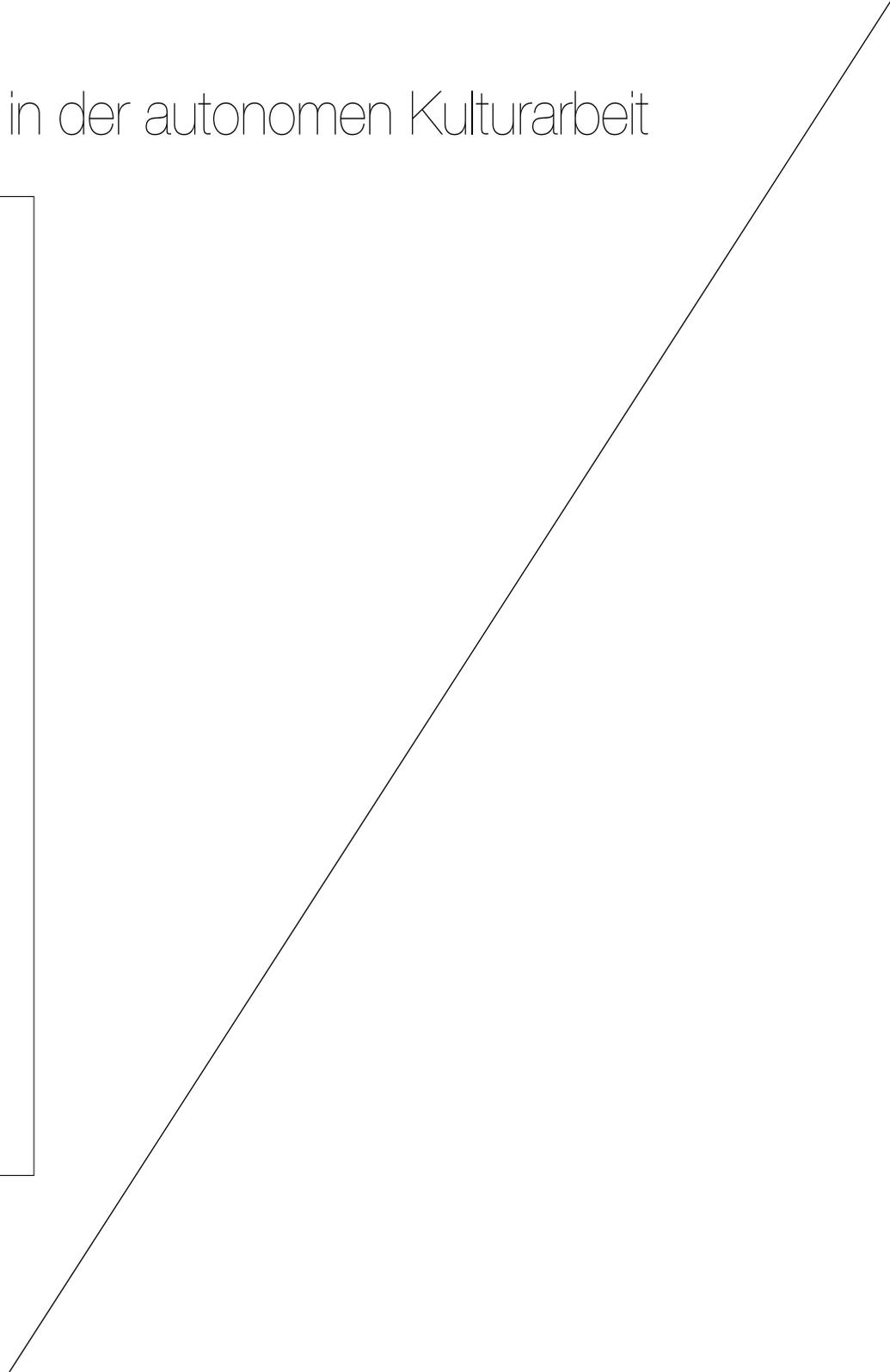
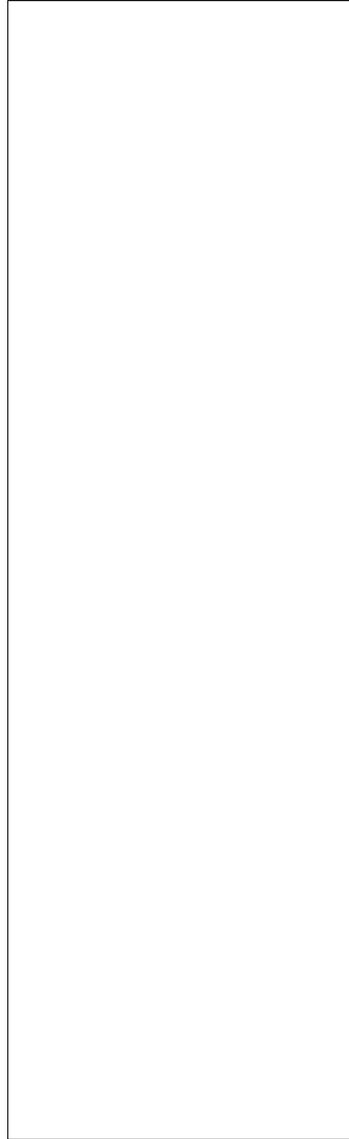
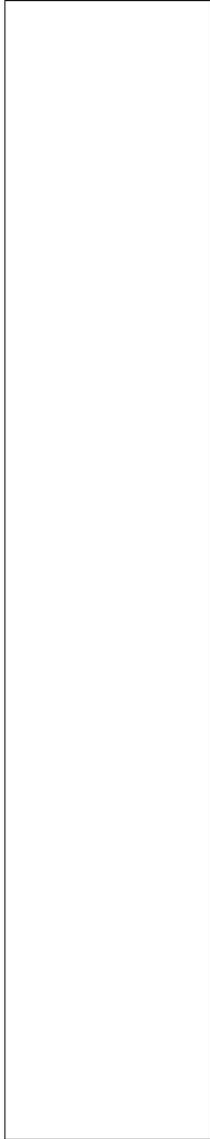
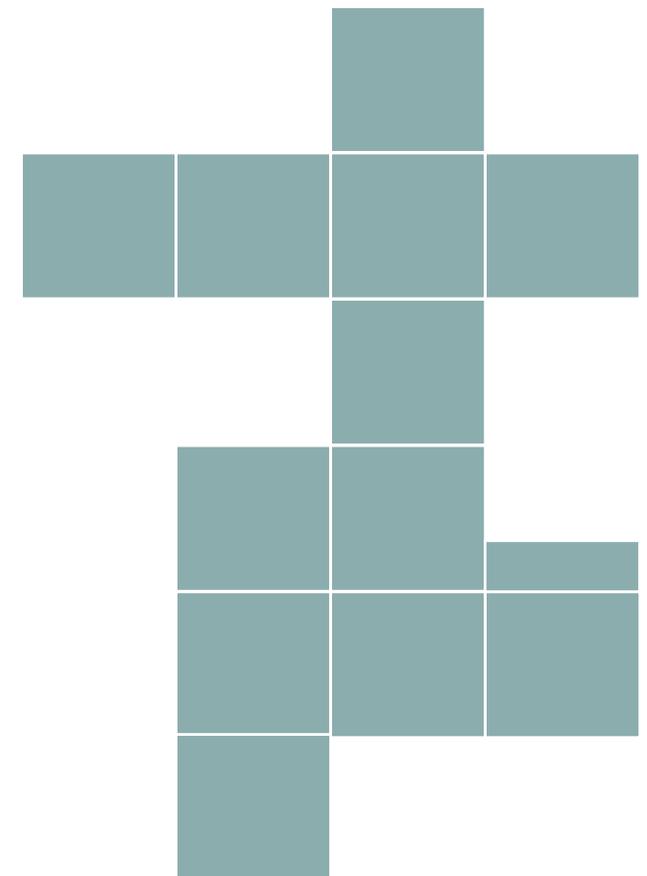


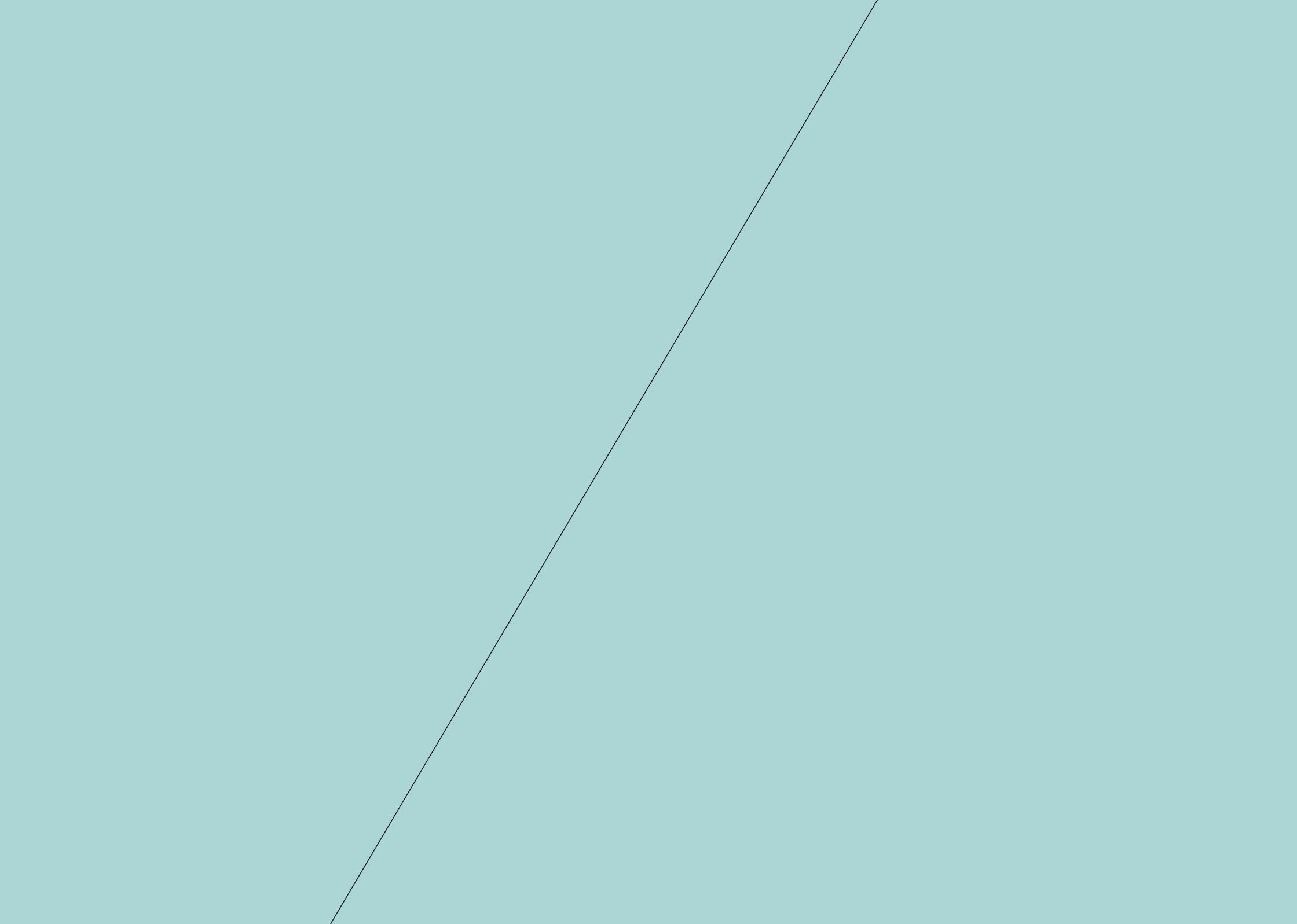
„Kulturraum für Alle?“ Forschung in der autonomen Kulturarbeit



Inhaltsverzeichnis

Seminarkonzept	
„Kulturraum für Alle? Ästhetische Forschung in der autonomen Kulturarbeit“	7
Seminarraum in der „Hulsberg Crowd“/ Ausstellungsraum im ehem. Handyshop	11
Ästhetische Forschung nach Helga Kämpf-Jansen	17
Interviews	27
Video- und Soundinstallation	29
Konzepte	57
Flyer	59
Soundinstallation	61
Videoinstallation	63
Danksagung	65
Lektüreempfehlung	66





Seminarkonzept

„Kulturraum für Alle?“

Ästhetische Forschung in der autonomen Kulturarbeit

Idee

Einen eigenen Raum für assoziative, ästhetische Auseinandersetzung und kritische Hinterfragung des Konzepts eines angeblichen „(Kultur-)raums für alle“ schaffen.

Einen Einblick in die autonome Kulturarbeit Bremens gewinnen.

Die eigene (ästhetische) Forschung mit künstlerischer Praxis verbinden.

Die eigenen Wahrnehmungsprozesse visualisieren/darstellen/filmen etc. und abschließend in einer Ausstellung vereinen.

Inhalt

Das Konzept eines „Raums für alle“:

Kulturarbeit hat es sich zur Aufgabe gemacht, Räume zu schaffen, die für jedermann*frau zugänglich und offen sind.

Sie stellen einen Anspruch, der der Nutzung kaum gerecht werden kann: Was sind die tatsächlichen Zielgruppen „subkultureller Räume?“

Wird ein solcher Raum wirklich von „allen“ genutzt?

Durch bestimmte politische Einstellungen werden beispielsweise bereits Grenzen gezogen: „antirassistisch, antisexistisch, antihomophob“

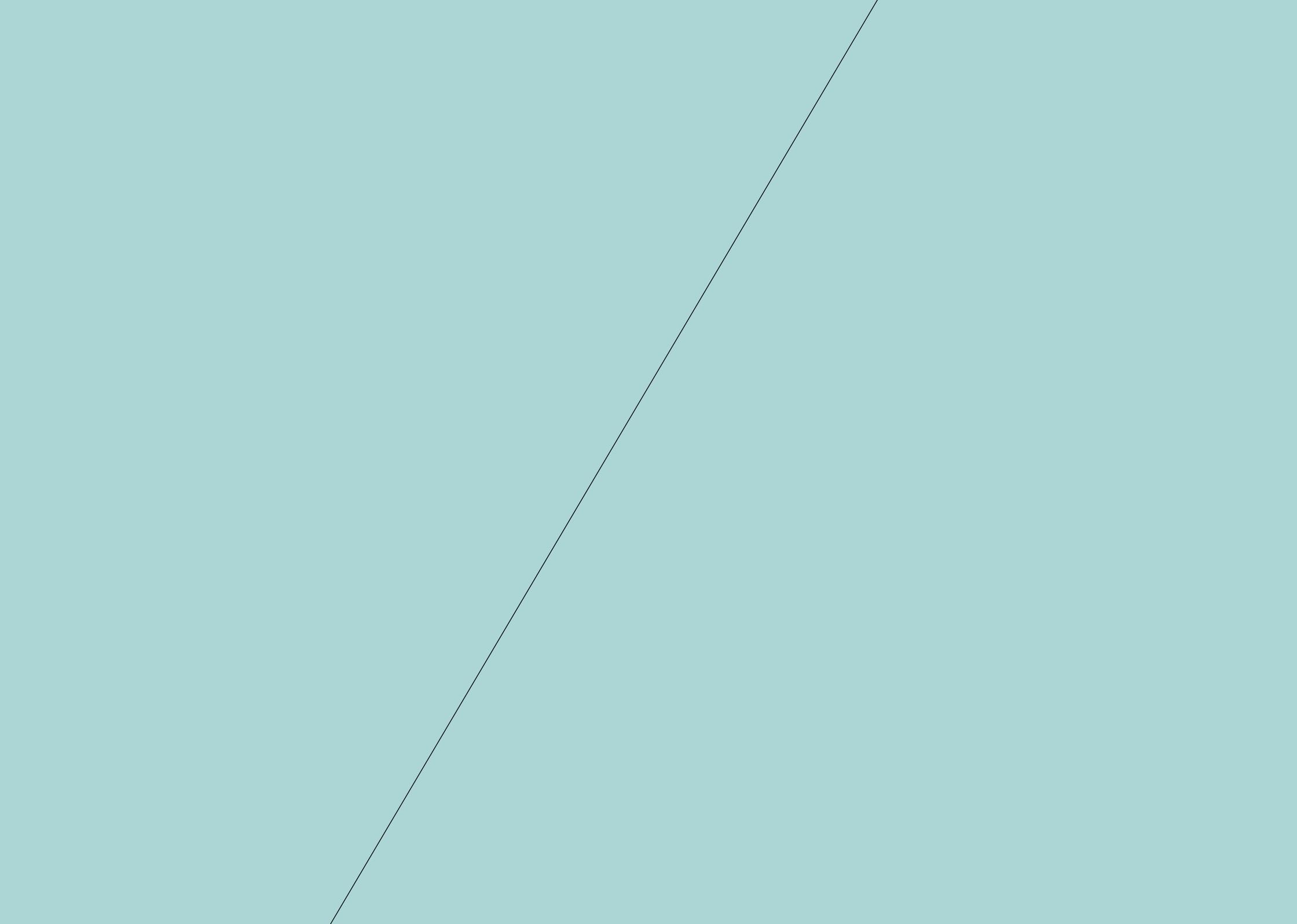
Wie ist das Verhältnis zu Individuen?

Wie fühlt man sich in solchen Räumen als Unbekannte*r, Besucher*in oder auch als Teil dieser „Gemeinschaft“?

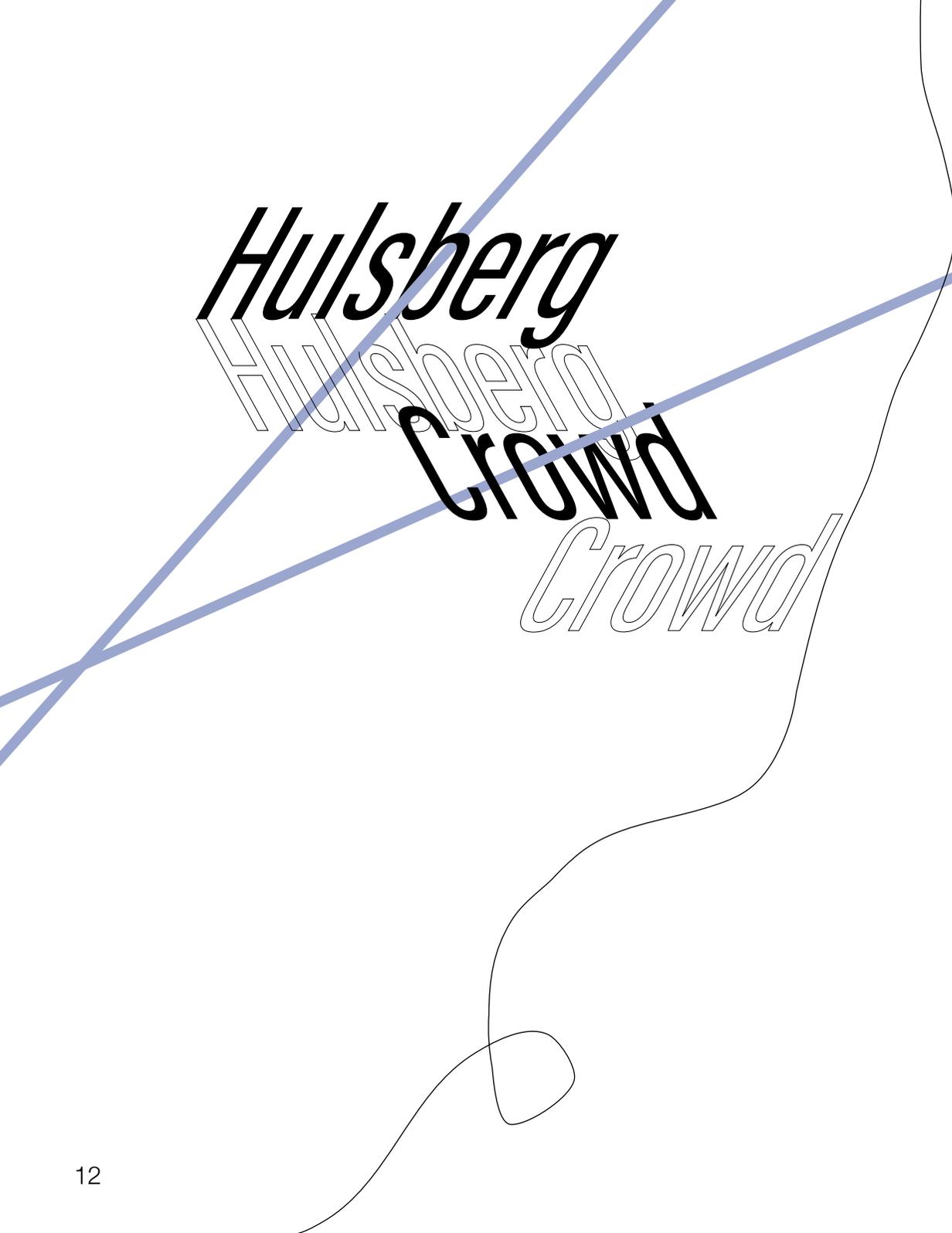
Gibt es in diesen Räumen eine offene Gemeinschaft oder wirkt diese abschreckend auf Nicht-Nutzer*innen?

Umsetzung

Um diese Fragen zu beantworten besucht das Seminar verschiedene Kulturräume und/oder deren Veranstaltungen. Vorort lässt die Gruppe den Raum und die Dynamiken innerhalb diesem auf sich wirken. Nach mehreren Besuchen und der ständigen Reflexion soll das Seminar immer mehr auf die Fragestellung, ob es „einen Kulturraum für alle“ gibt, eingehen. Findet eine Identifikation verschiedener Individuen in einem Raum statt? Die ästhetische Forschung, die auf Grundlage von Helga Kämpf-Jansens Thesen stattfindet, geht auf individuelle Erfahrungen und Assoziationen ein. Das zweite Semester widmet sich dann der Ausarbeitung der im ersten Semester betriebenen ästhetischen Forschung. Hier werden die verschiedenen, individuellen Wahrnehmungen künstlerisch aufgearbeitet. Studierende haben die Möglichkeit, sich zusammen einer bestimmten Thematik zu widmen, können aber auch alleine Antwort auf die Fragestellung geben. Die daraus entstehende künstlerische Praxis soll frei und offen gestaltet werden. Jede Sitzung soll gemeinsam beginnen und enden, um die Entwicklung nachzuvollziehen und bei Problemen Hilfestellung leisten zu können. Die künstlerische Praxis soll zuletzt ausgestellt und kuratiert werden. Auch dies ist ein gemeinsames Projekt. Der Raum wird sich nach dem ersten Semester und nach den Vorlieben der Studierenden, ergeben und angefragt werden.



Seminarraum in der „Hulsberg Crowd“/
Ausstellungsraum im ehem. Handyshop



Hulsberg *Hulsberg* **Crowd** *Crowd*

Ein kreatives, urbanes Labor in dem auf Zeit die gemeinsame Nutzung eines Ortes erprobt wird.

Seine Räume standen ab Oktober 2018 bis zum 30. Juni 2019 zur Verfügung.

Jede*r konnte sich auf einen Raum für seine/ihre Ideen, Arbeit, gemeinsame Projekte oder Träumereien bewerben.

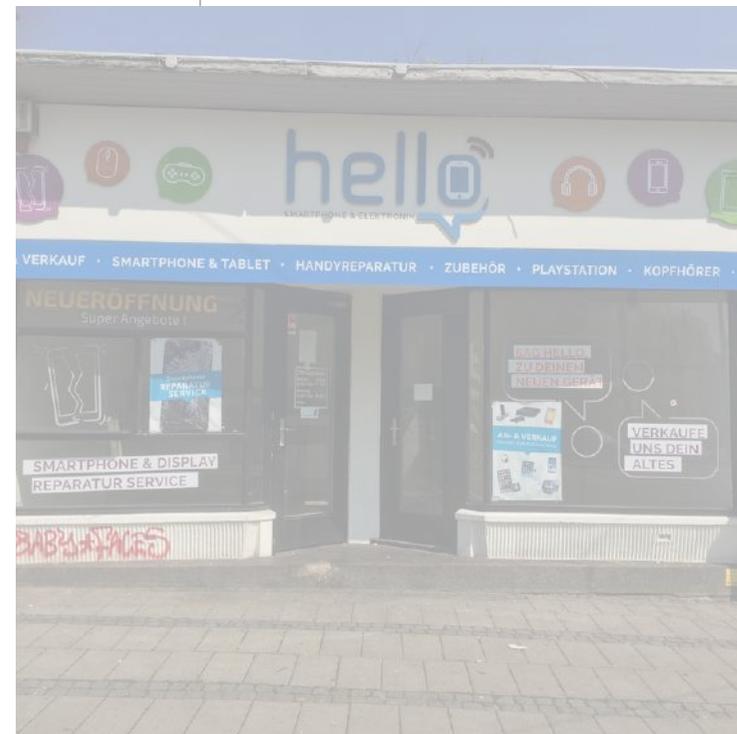
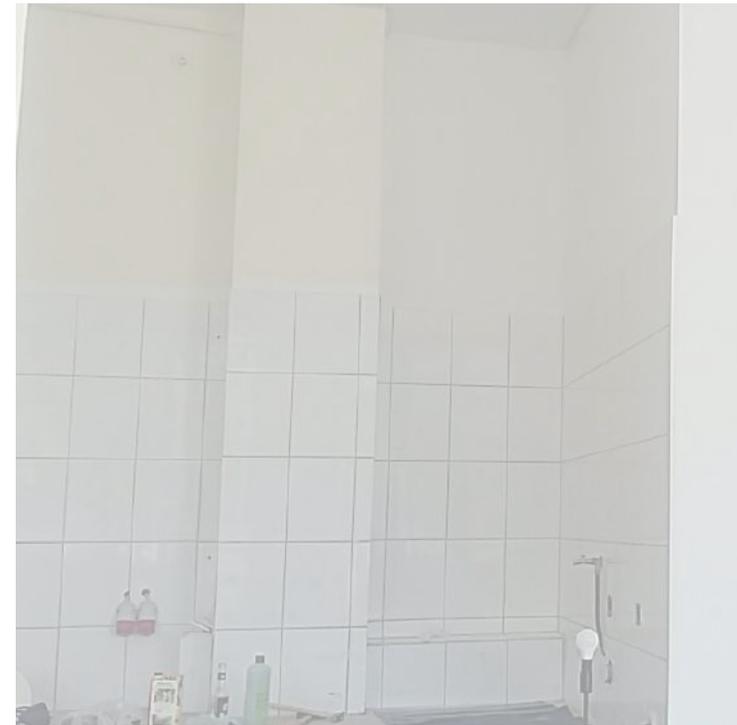
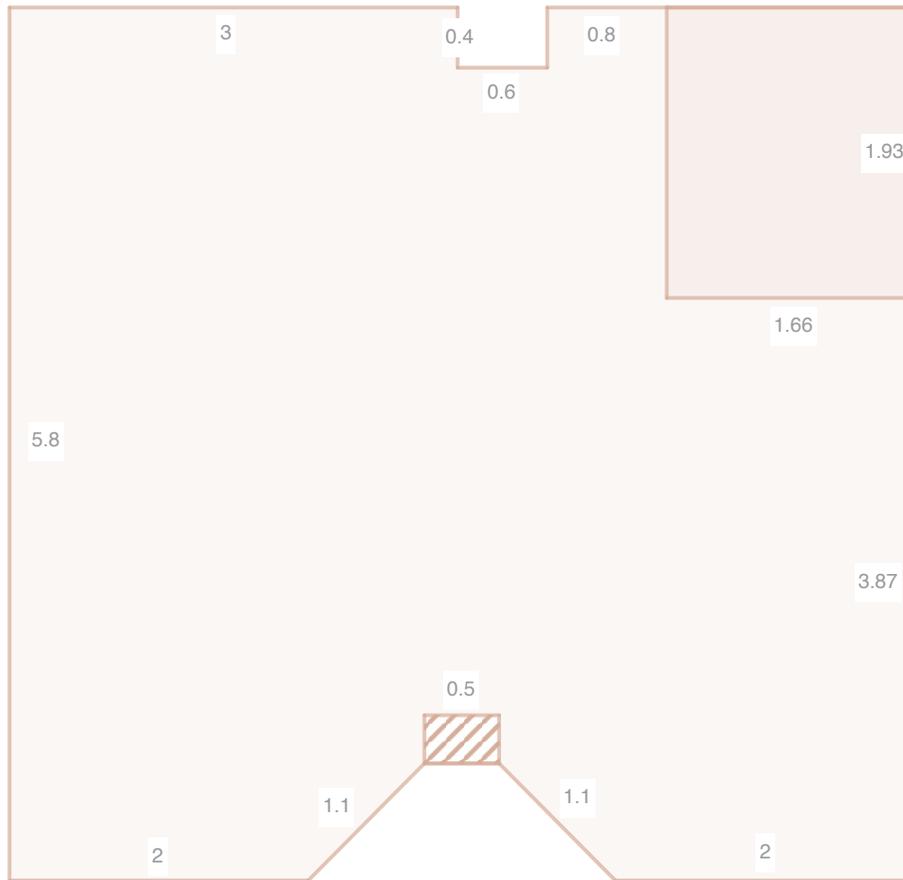
Private Leidenschaft war genauso willkommen wie professionelles Engagement.

Die gemeinsame Gestaltung und der offene Austausch über die eigene Stadt standen im Mittelpunkt. Ein Raum für Ideen, Innovationen und Gedankenexperimente.

Die Räume wurden gegen eine feste Pauschale nach finanziellen Möglichkeiten zur Verfügung gestellt. Koordiniert und begleitet wurde das Hulsberg Crowd Projekt von der ZZZ - ZwischenZeitZentrale Bremen.

Bis Ende Juni wurde einer der Räume der Hulsberg Crowd auch vom Seminar „Kulturraum für alle?“ genutzt und zum Ort für Diskussion, Visualisierung und Entwicklung unseres Forschungsgegenstandes.

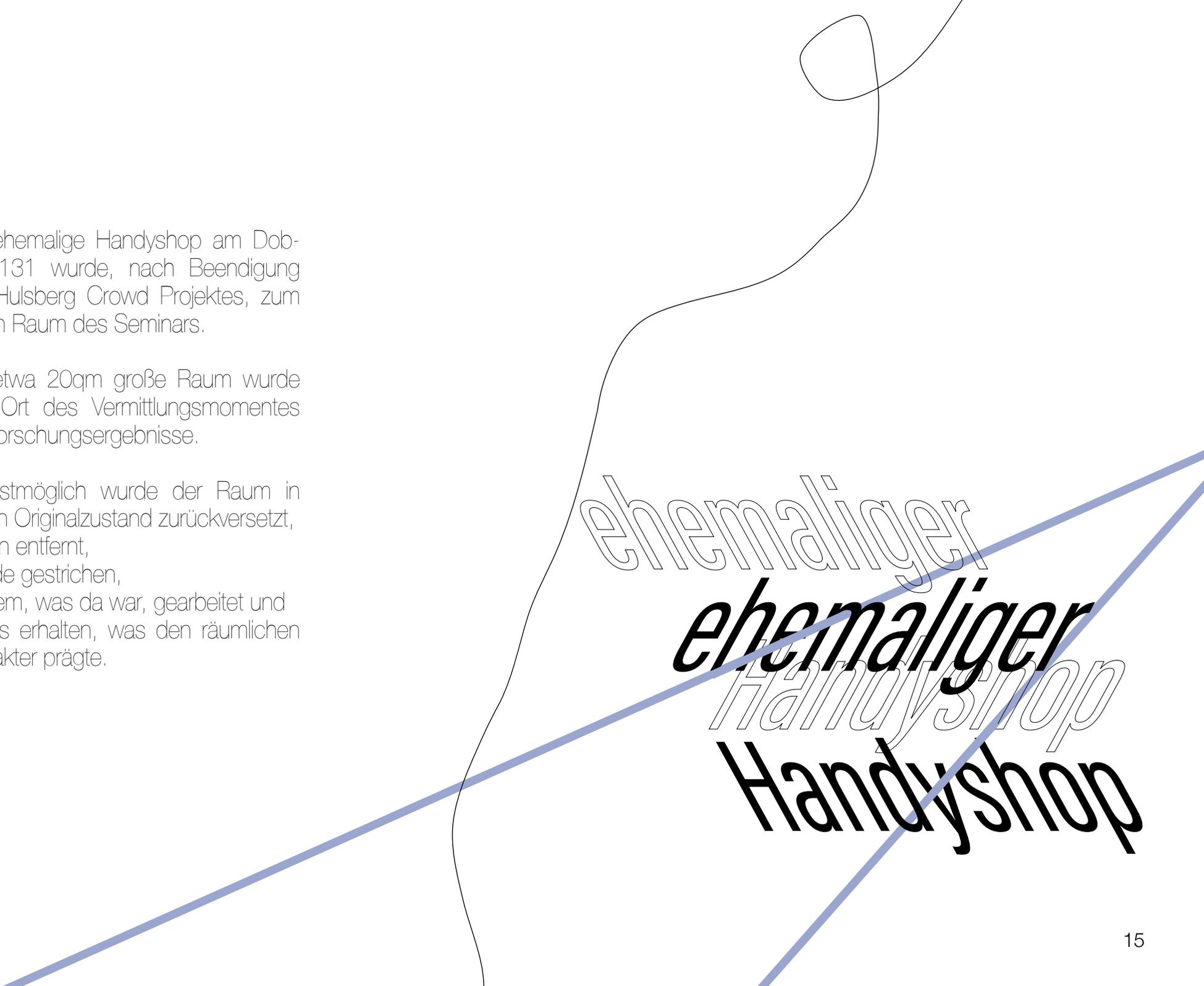




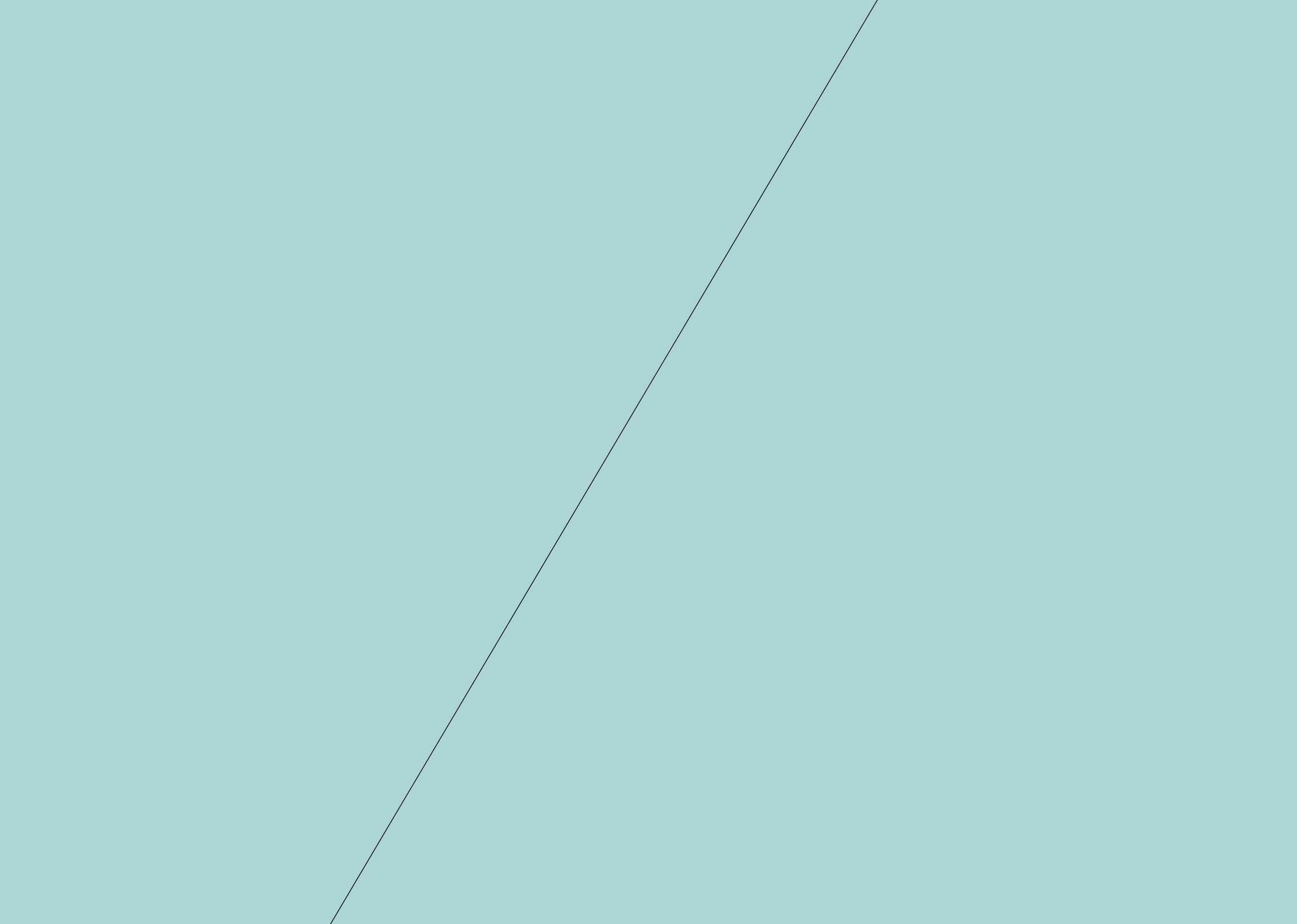
Der ehemalige Handyshop am Dobben 131 wurde, nach Beendigung des Hulsberg Crowd Projektes, zum neuen Raum des Seminars.

Der etwa 20qm große Raum wurde zum Ort des Vermittlungsmomentes der Forschungsergebnisse.

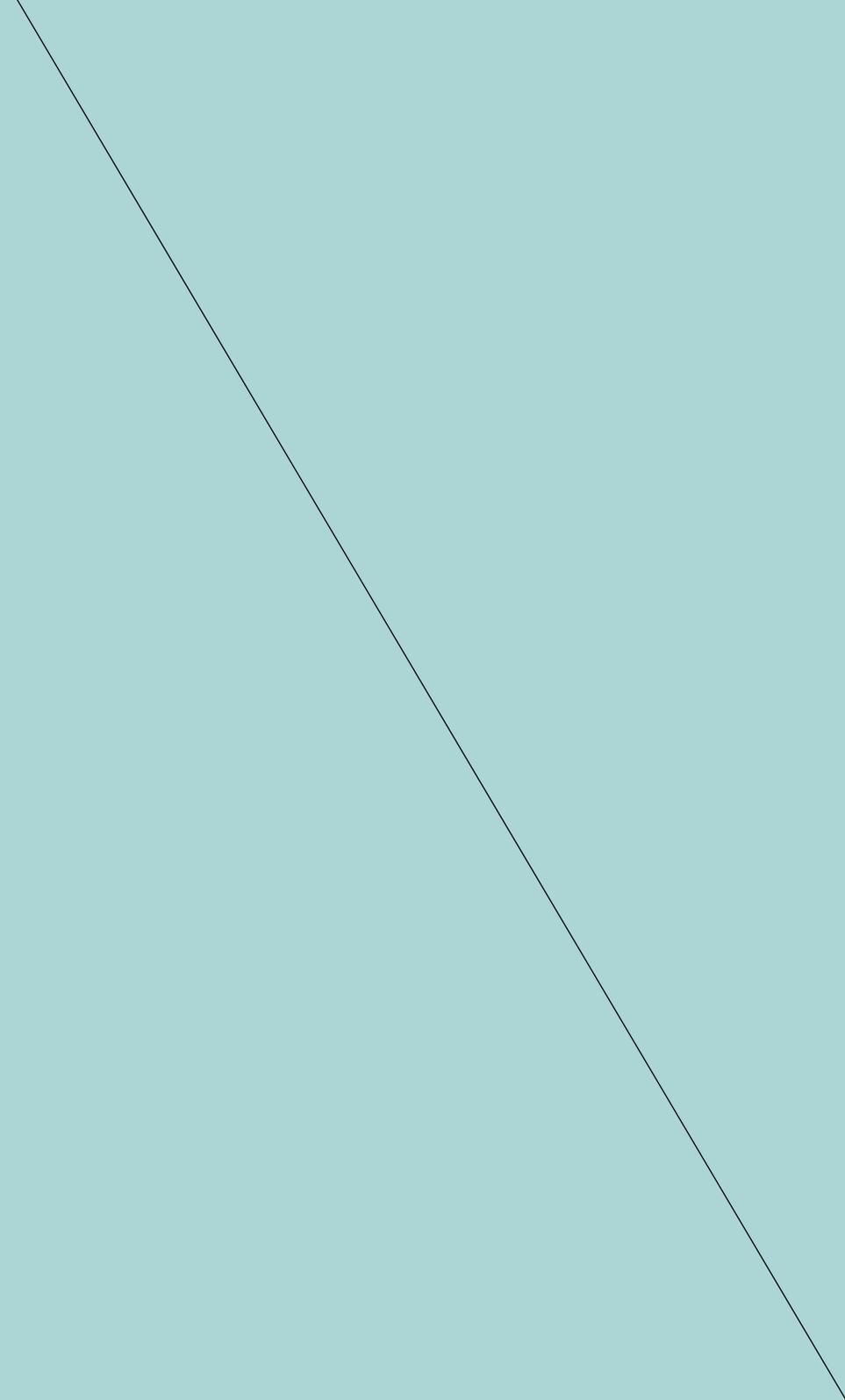
Weitestmöglich wurde der Raum in seinen Originalzustand zurückversetzt, Böden entfernt, Wände gestrichen, mit dem, was da war, gearbeitet und all das erhalten, was den räumlichen Charakter prägte.



ehemaliger
ehemaliger
Handyshop
Handyshop



Ästhetische Forschung
nach Helga Kämpf-Jansen





Bremer Presseclub

Ausspänn

City 45

Wurst Case

Irgendwo

Kultur im Bunker e.V.

Außerhalb

Zollkantine

Lagerhaus

ZAKK

Lankenaue Höft

Wesertalweg Markt Die Ost,
Mit. Fr. 7-21 Uhr
Sa. So 9-18 Uhr
mit Wägelchen abweichende
Öffnungszeiten

Golden Shop

Kulturküche

Kulturhaus Walle Broderpott

Souterrain

Ker Valentin

Grüner Zweig

Büchtere

Friesen

Sportamt

Sielwailhaus

Mittelhuchting

Lid

Kirchhuchting

Habenhausen

Wiesow

9. Tag
 PODIUMS - DISKUSSION
 SIKREETAR
 Publikum macht Bilder, sie werden zu den Originalen dazugehängt
 Externen

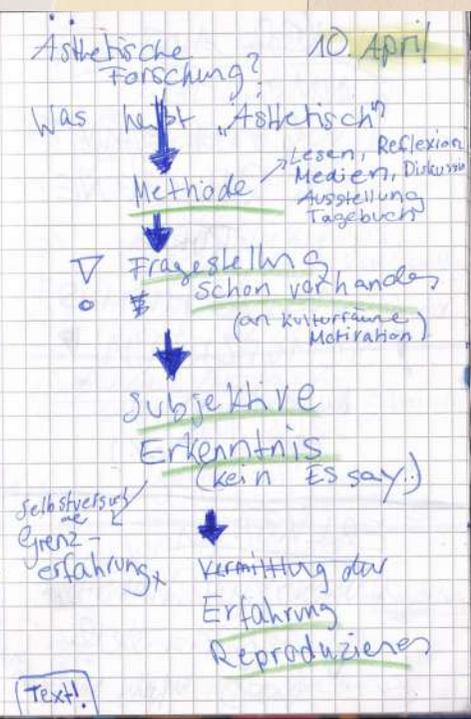
Kulturarbeit = politische Arbeit?



10. April
 Expedition Samstag
 FEM-ART
 Werbung? ☹️
 Bekehrung?
 Anonymität bei Einladung?
 Einleitung nur durch 'Konzeptions'?

Wolke-Joachim Wepfers
 Puschdorf Erfahrung

Wie fühlt sich der Kulturräum an?



Kritische
 besuch

institutionell
 able

Förderung

Publikum macht Bilder, sie werden zu den Originalen dazugehängt
 SIKREETAR

institutionskritische Führung
 "gemeinsam"
 PODIUMS - DISKUSSION
 Führung - Vortrag
 Workshops, bes. Veranstaltungen

Ansätze für den Besuch eines Kulturraumes/ Zugänglichkeiten von Kulturräumen „selbst erfahren“

Schärfung der emotionalen und sinnlichen Wahrnehmung

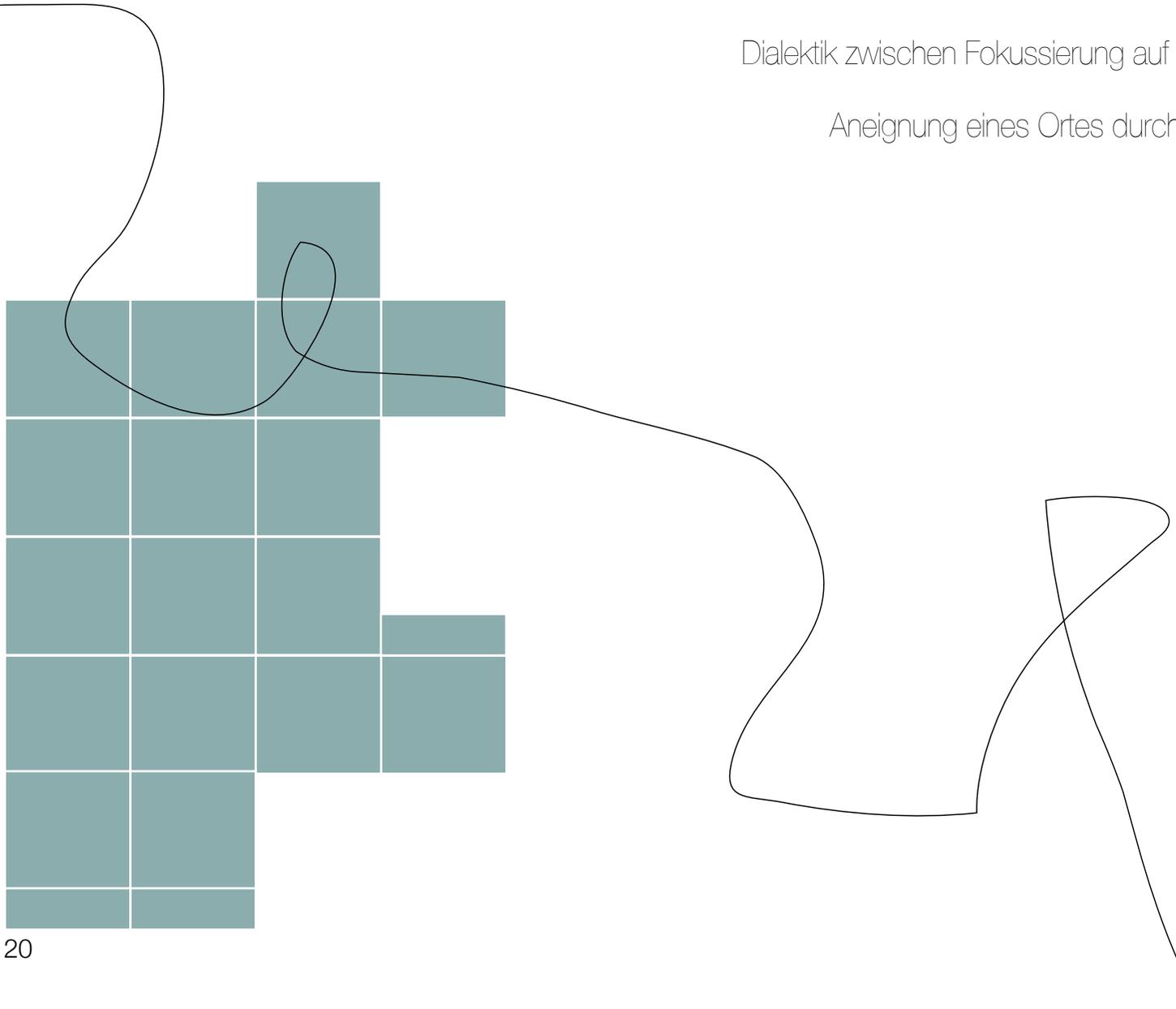
Veränderung der Wahrnehmung: Neue Sinneseindrücke - der Blick auf Details - Perspektivwechsel

Dialektik zwischen Fokussierung auf den Moment & sich auf Neues einlassen

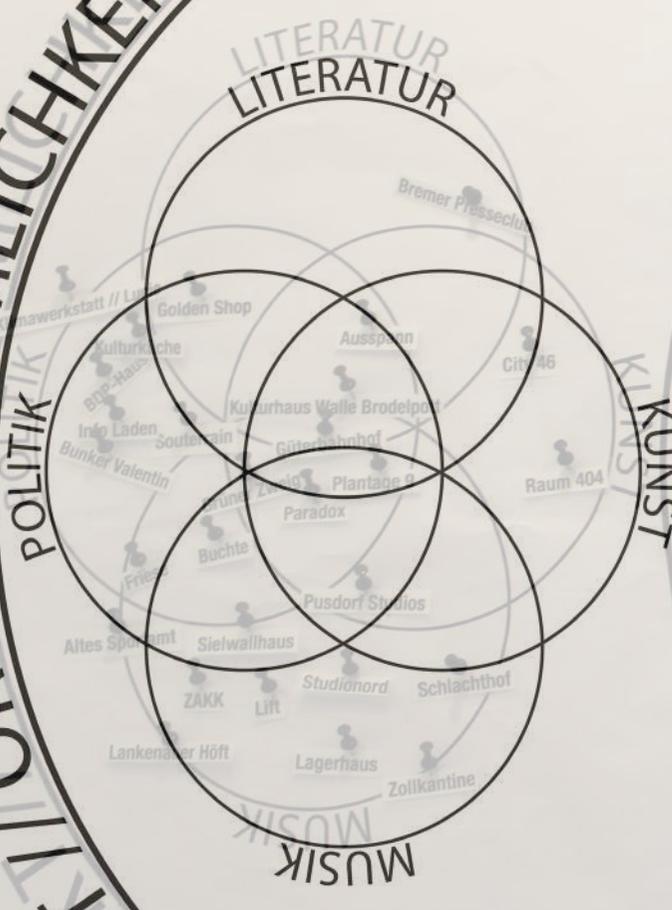
Aneignung eines Ortes durch Partizipation - Überwindung der Fremde

Sich Zeit nehmen

Zeichen der Irritation

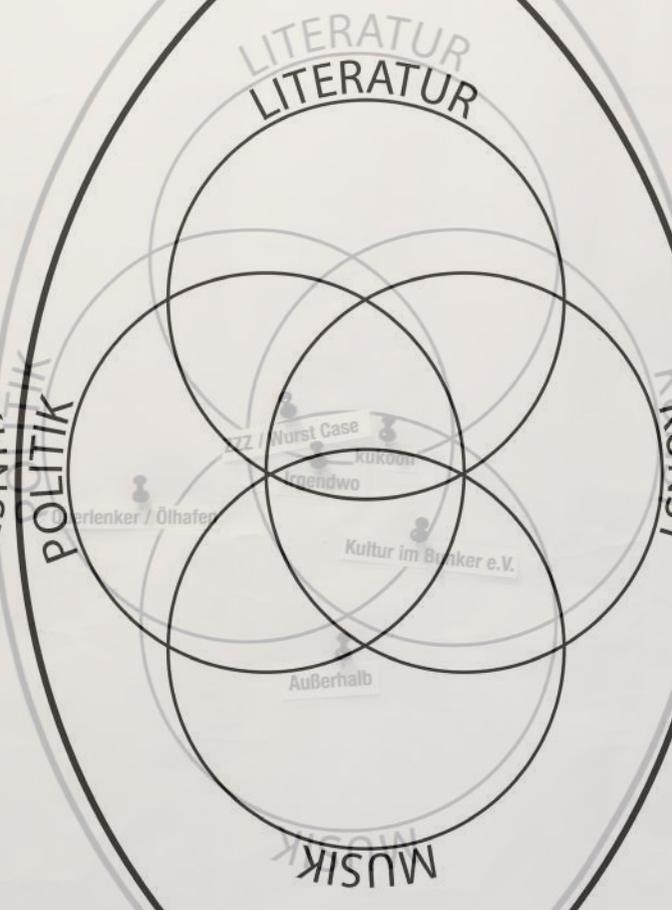


TREFFPUNKT // ORT // RÄUMLICHKEIT



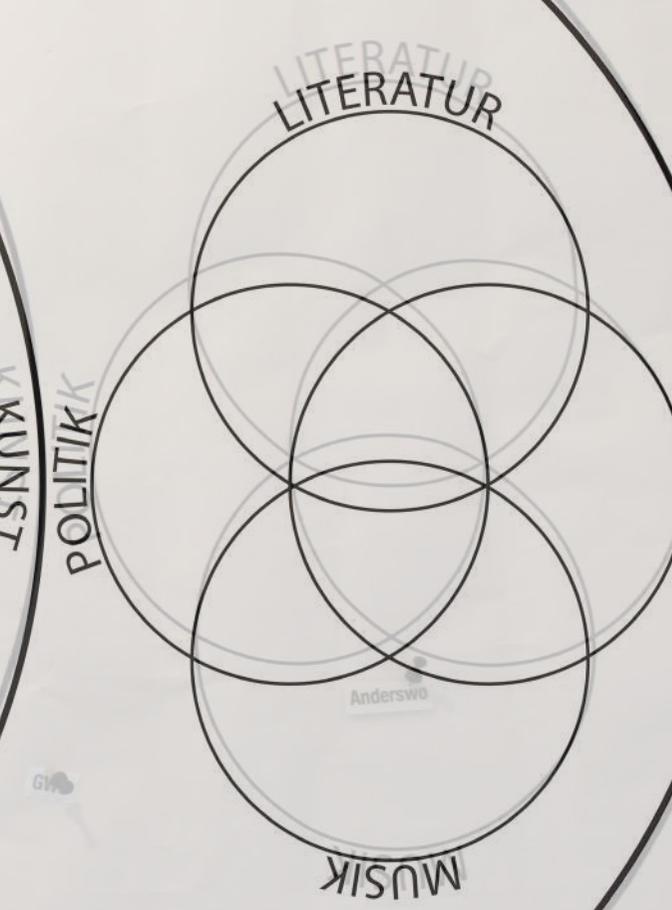
- Bremer Presseclub
- Golden Shop
- Ausspinn
- City 46
- Bremer Presseclub
- Golden Shop
- Ausspinn
- City 46
- Bremer Presseclub
- Golden Shop
- Ausspinn
- City 46

KOLLEKTIV // GRUPPE



- Wurst Case
- Kokoon
- Kraendwo
- Kultur im Bunker e.V.
- Außerhalb
- Wurst Case
- Kokoon
- Kraendwo
- Kultur im Bunker e.V.
- Außerhalb
- Wurst Case
- Kokoon
- Kraendwo
- Kultur im Bunker e.V.
- Außerhalb

KOLLEKTIV // GRUPPE



- Anderswo
- Anderswo
- Anderswo
- Anderswo

Mönch-Text: VII mal zu nächstem mal lesen...

- ↳ Neustadt hat nen 'bunker'?
- ↳ Mit 'exklusiven' Gästelisten & online 'bewerbung' für Tickets... Exklusivität als einziger Verkaufsgrund?
- ↳ Im Sinne der 90er techno-parties oder eine kommodifizierte Nachahmung?
- ↳ Illegalität wegen mangel an Geld für Genehmigungen & Auflagen. (oder ein reines Gimmick?)

"Kultur-Festmarkt" - Ding => Der ruht darauf auf einer interdisziplinären Veranstaltung als Haupt-Draw der Veranstaltung?

"Kirche/Religion" als Kultur-Raum?

Organisatorisches: Sonntag abend Benützung von nem Ausstellungsraum - Platz für die Profiteure?

WY/WY vom Ausstellungs-Begriff?
↳ Karl Mönch:
4 Arten der Vermittlung

- affirmativ
- reprod
- transfigurativ
- (Vermittlung von Inform
- Reproduktion beginnt, d
- ...

Punkt des Gedankes Transformation zu nutzen.

affirmativ = reines nach außen kommunizieren der Ausgestellten Info - eher an ein Fach-Publikum gerichtet.

reproduktion = Einbinden des Publikums um auch für ein Neues Publikum zugänglich machen - abbauen von Schwellen - ängsten?

Dekonstruktiv = Institutionenkritisch - dialektisch Aufbereitung von Information (e.g. mit Einbezug eigener Arbeit)

↳ Dek. kann nicht ohne affirmative Ansätze & so gelingen?

Transformativ = Publikum gestaltet die Ausstellung selber mit.

1. affirmativ - (Museum, Wahrnehmer)
 2. reproduktion - breites Publikum
 3. dekonstruktiv - Institutionenkritik
 4. transformativ - Ausstellung
- MUSEUMSPÄDAGOGIK
AUF INSTITUTIONEN
BEZOGEN

Fachgruppe (el) kommunizieren
Ausstellung nach außen transfer
um, 1 Person von oben, Workshops...
-> wird reproduziert
sch, Rolle des Museums, Dialog, Interakt
mitgestalten, Publikum aktiv/akt. Teil

wie fühle ich mich hier?

wo befinde ich mich im raum?

welche farben finde ich?

was höre ich?

fühle ich mich als teil des geschehens?

werde ich angesprochen?

angeschaut?

beobachtet?

wie sind meine mitmenschen gekleidet?

wie wirken emotionale impulse auf meine
räumliche wahrnehmung?

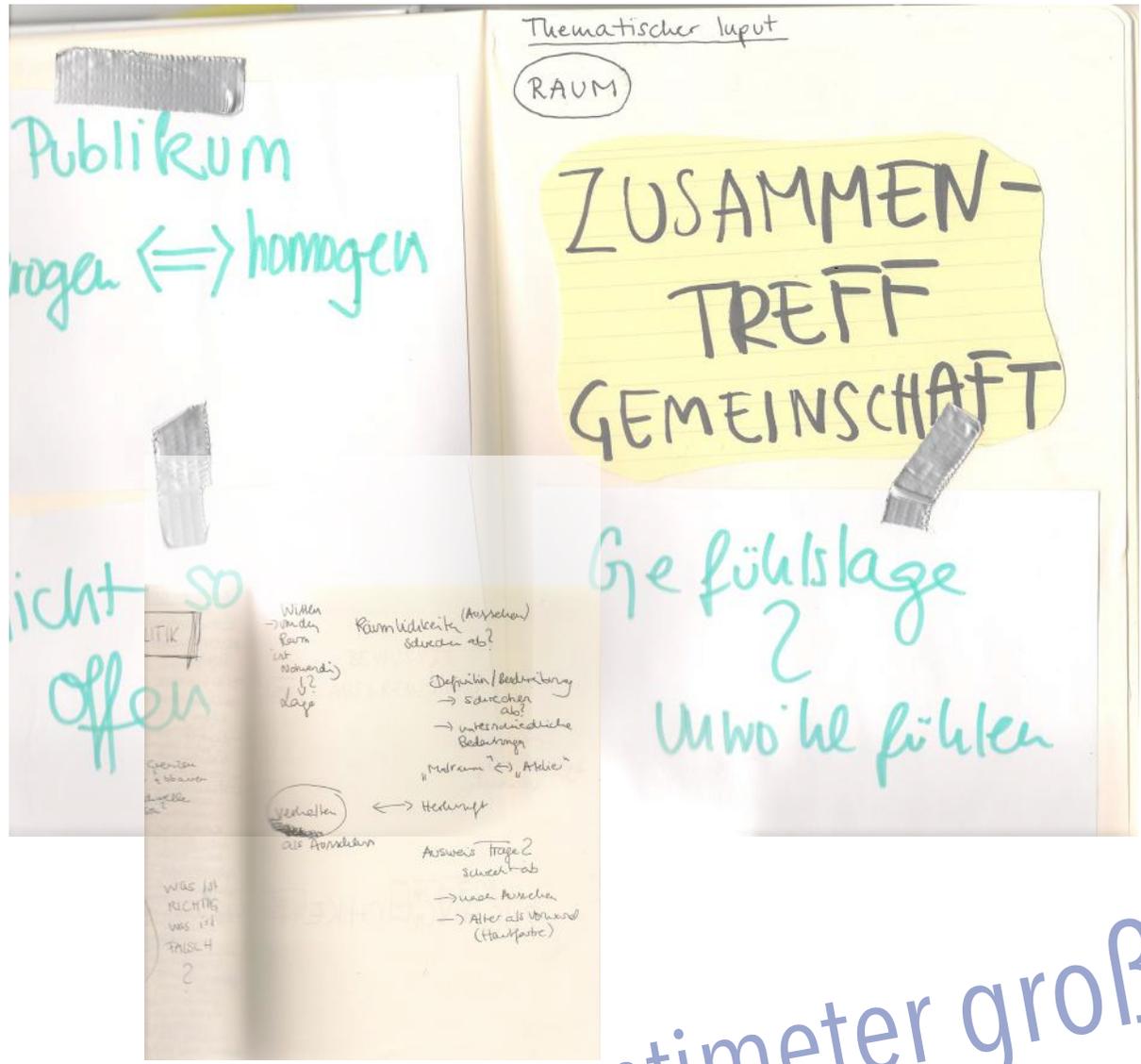
100

Fragen

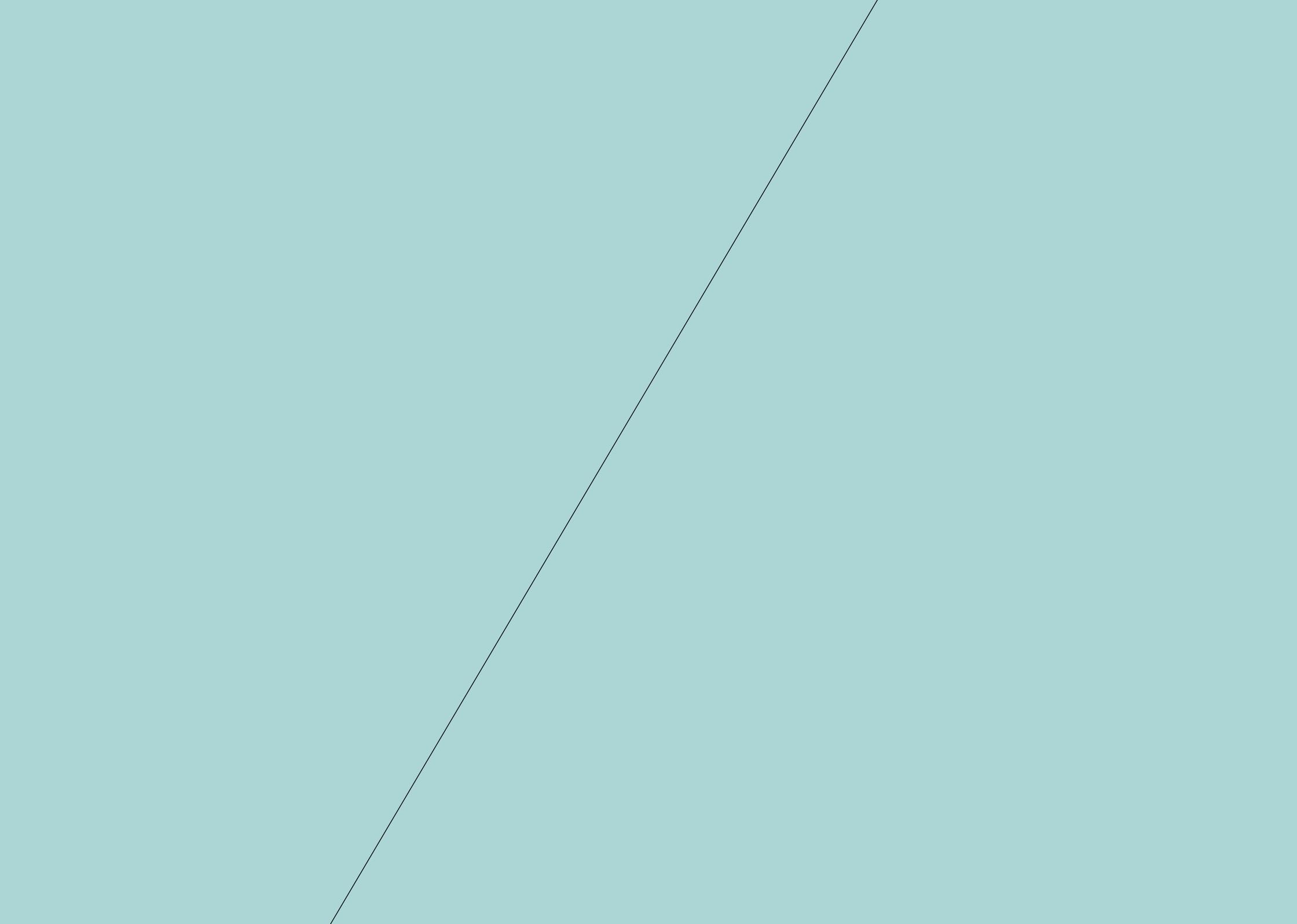
an

einen

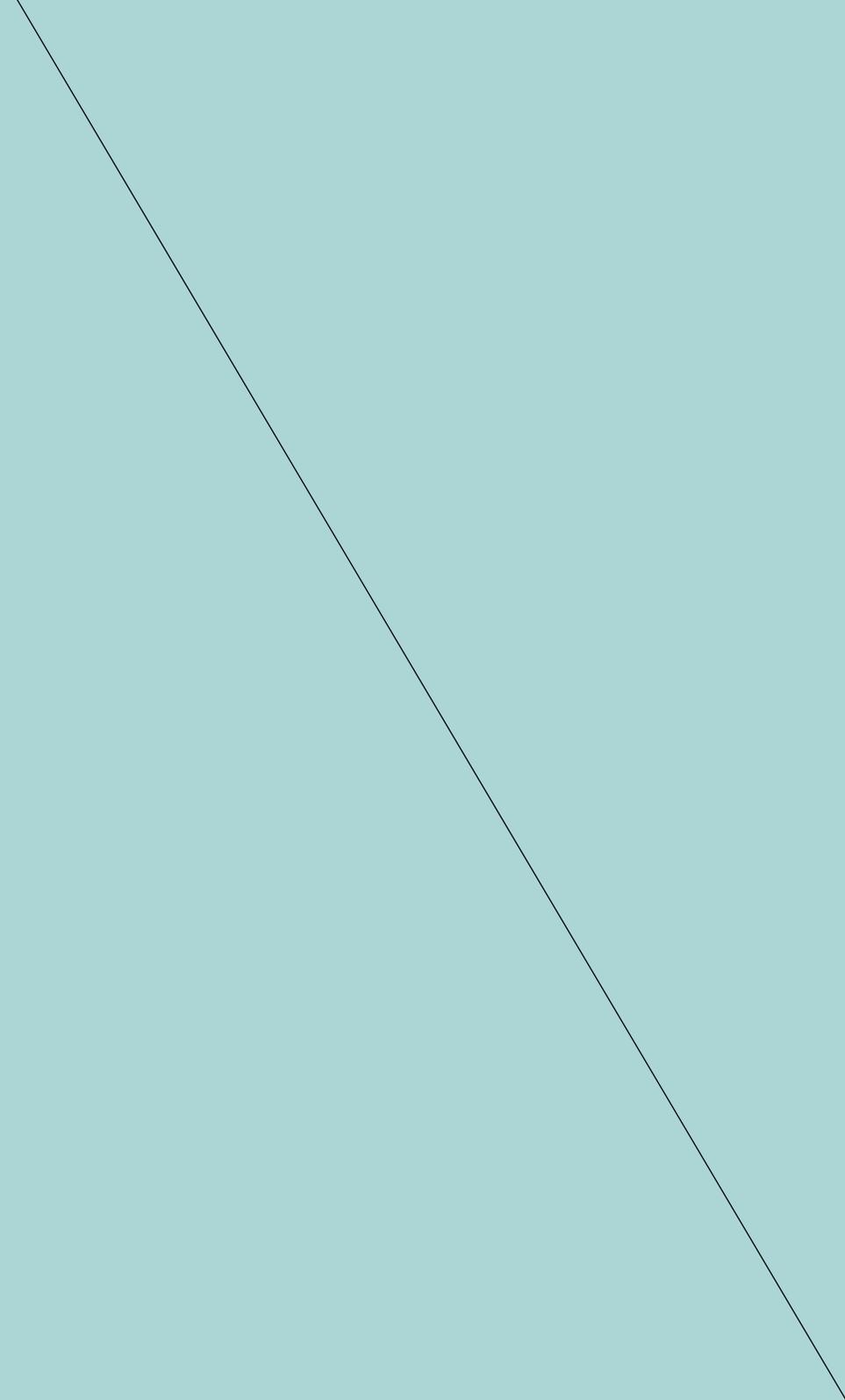
Raum



stell dir vor, du wärst nur zwei zentimeter groß



Interviews

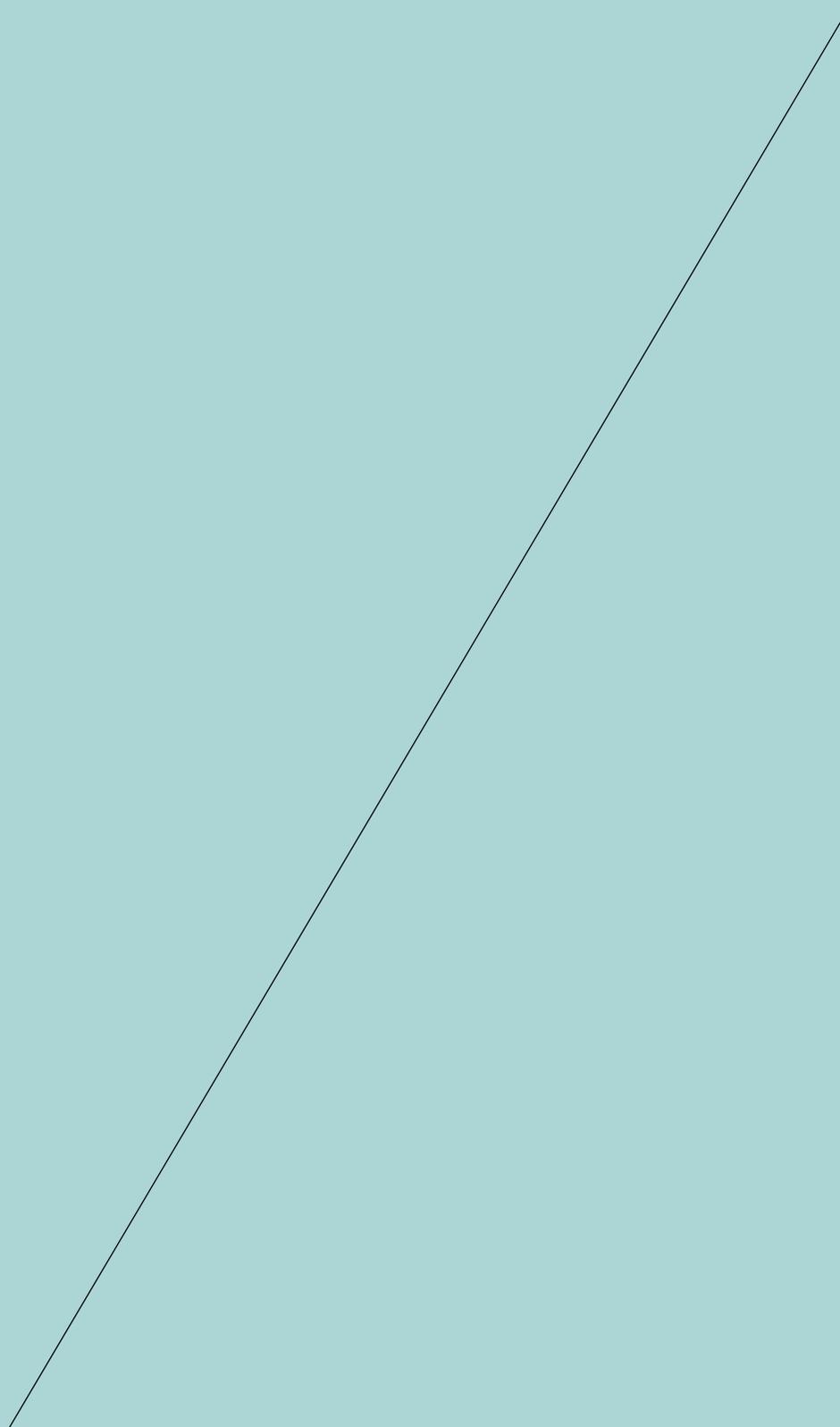


Interview Leitfaden

Allgemeines	Selbstverständnis	Zielgruppe	Konzept „Kulturraum für alle“	Zugänglichkeiten
Name des Kulturraums?	Wie ist das Selbstverständnis als Kulturraum?	Wie ist die Zielgruppe definiert?	Gibt es Kultur für alle?	Ist der Raum auch in anderen Sprachen zugänglich? (Übersetzung von Flyern, Bildbeschriftungen etc.)
Seit wann gibt es den Kulturraum?	Wie organisiert sich der Kulturraum?	Gibt es politische Einstellungen, die (nicht) erwünscht sind?	Wie ist das Verhältnis zu einem Kulturraum für alle?	Ist der Raum barrierefrei?
Wie sind die Öffnungszeiten?	Welches Ziel wird verfolgt?	Wie wird die Zielgruppe erreicht?	Ist der Raum offen für alle?	Gibt es andere Einschränkungen bezüglich der Lage des Raumes?
Kostet der Raum Eintritt?	Welcher (Selbst-)anspruch wird an den Kulturraum gestellt?	Wie wird der Anspruch in die Realität umgesetzt?	Gibt es eine kritische Stellungnahme zu dem Konzept eines Kulturraums für alle?	Gibt es einen bestimmten Kleidungsstil?
Finanzierung?	Gibt es einen Leitfaden?	Gibt es Angebote (reproduktiv), die die Zielgruppe erweitern?	Wie würde ein Kulturraum für alle aussehen?	
Förderungen?		Werden Besucher*innen rausgeschmissen?		
Mitarbeiter*innenvergütung?		Wie werden Besucher*innen eingeschätzt? (homogen, heterogen, Aussehen, Alter etc.)		
Gibts es Plakate/Flyer?				
Gibt es einen Social Media-/Webseiten-Auftritt?				

Interview Partner*innen

Erk König	Künstlerhaus Ausspann	Kultur im Bunker e.V.	Kulturhaus Walle Brodelpott	Raum 404	Zucker e.V.
Pio Rahner	Ronald Philipps und Ruth Degen- hardt	Max Konek	Angela Piplak	Gregor Straube	kriz
Raum für Fotografie, Malerei und skulptu- rale Arbeiten	Der Ausspann ist ein Künstlerhaus mit Flüchtlingsangebo- ten, Kultur, Kursen und Gastronomie.	Der Kultur im Bunker e.V. soll ein Treffpunkt und Aufenthaltsraum für jede*n Interessier- te*n sein.	Das Kulturhaus Walle ist ein soziokulturelles Stadtteilzentrum mit Veranstaltungsbe- reich.	Der Raum 404 zeigt junge internationale Kunst.	Clubkultur, Veranstal- tungen
Immer an unter- schiedlichen Orten	Schnoor 1-2	Berliner Str. 22c	Schleswiger Str. 4	Nicolaistrasse 34/36	keine Adresse
erlkoenigschau. tumblr.com	ausspann-bremen. de	kultur-im-bunker.de	kulturhauswalle.de	kulturbuero-bremen. de	zucker-club.de
facebook.com/ Erlkoenigschau	facebook.com/ AusspannBremen	facebook.com/ kulturimbunker	facebook.com/ Brodelpott	facebook.com/ projektraum404	facebook.com/ Zucker-Club -151849535090



Legende

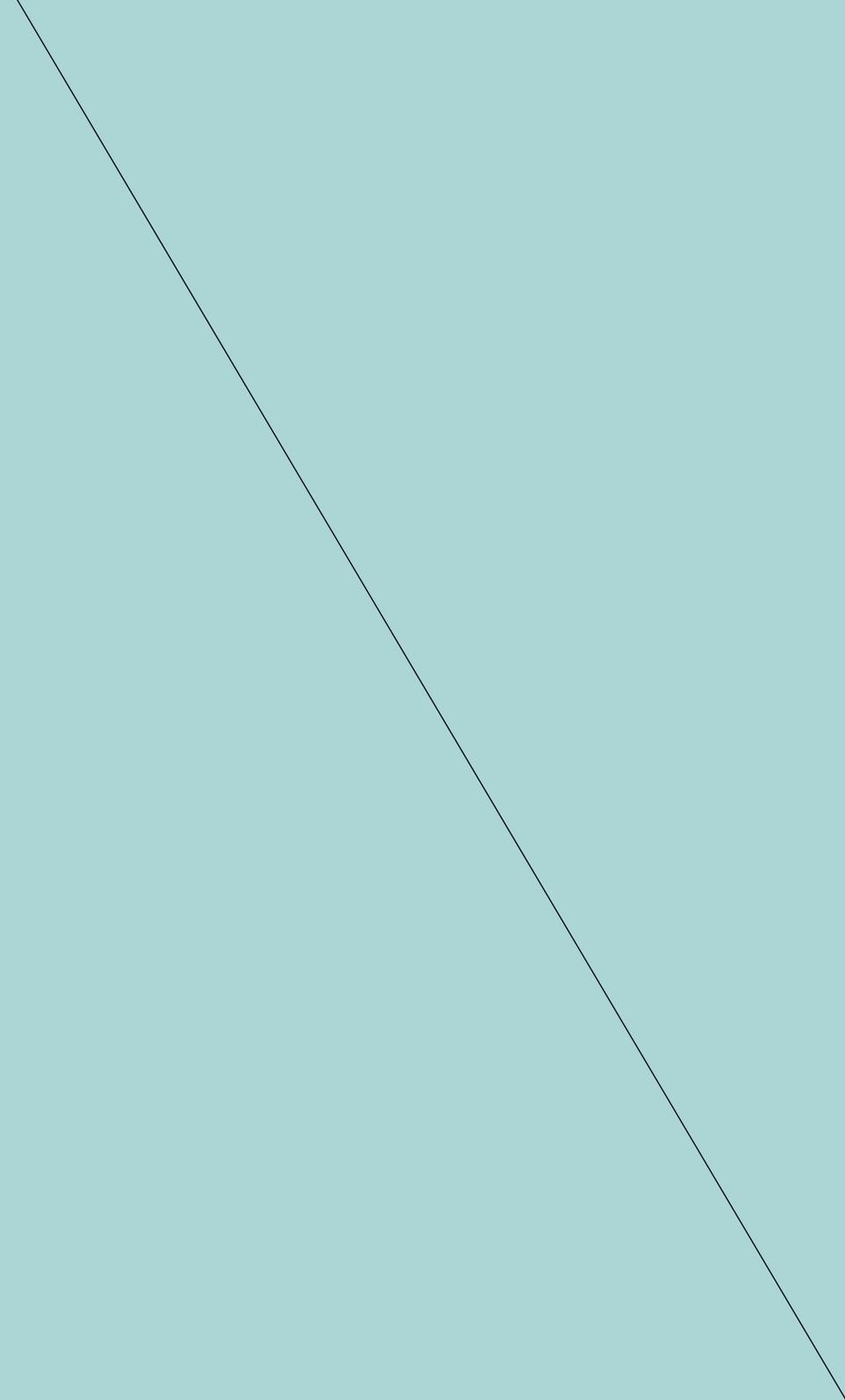
Sound:

- A = KulturhausWalle
- B = Künstlerhaus Ausspann
- C = Raum 404
- D = Kultur im Bunker e.V.
- E = Zucker e.V.
- F = Erbkönig

Video:

Hulsberg Crowd, Raum 404, Künstlerhaus Ausspann, GW3 Universität Bremen, Kunst- und Kulturverein Spedition e.V., Kultur im Bunker e.V.
Wiederholung mit neuer Ansicht

Video- und Soundinstallation



A: Mischfinanzierung.

B: Auf Förderung warten wir heute noch. Da es ein Kunstprojekt von mir ist, ist es ein ganz normales Business und Fördermittel stehen da nicht zur Verfügung.

F: Man kennt die Leute hier, man kennt die Leute vom Senator für Kultur.

A: Ich weiß, dass es zu Anfang Projektgelder gab, d.h. man konnte beim Senator für Kultur für bestimmte Aufgaben Projektgelder beantragen.

C: Letzten Montag war Deadline beim Kultursenator.

D: Da wurden wir getröstet und im Nachhinein haben wir mitbekommen, dass hinter der verschlossenen Tür eigentlich vor der Ausschreibung schon alles klar war, wie die Gelder verteilt wurden.

C: Ich habe noch nie Geld vom Kultursenator bekommen.

F: Es gibt ja immer eine inhaltliche Relevanz und dann gibt es noch eine Erscheinungsrelevanz und ich glaube, diese Erscheinungsrelevanz muss man sich erarbeiten, damit man überhaupt die Möglichkeit hat, über eine inhaltliche Relevanz zu sprechen.

C: Das hindert mich nicht daran, Anträge zu stellen. Die sollen wenigstens wissen, dass es das gibt.

F: Weil in dem Moment, wo mich keiner kennt, kriege ich keine Fördermittel und wenn ich keine Fördermittel kriege, kann ich kein Programm machen und wenn ich kein Programm machen kann, dann kriege ich auch keine Fördermittel.

D: Ja genau, nicht vorhandene Einnahmen. Es ist ein Teil natürlich über Spenden, die wir dann an der Bar haben oder am Eintritt teilweise.

A: Also der Kreativbereich finanziert sich in erster Regel selber über die Honorare.

C: Das Ganze ist finanziert über Stiftungen. Es gibt zwei große Stiftungen, die mich seit Jahren fördern.

D: Aber um den Raum aufrechtzuerhalten, müssen wir mindestens zweimal im Jahr eine Soli Party machen.

A: Es gibt ein paar Angebote für Kinder, Ferienkurse usw., da hilft der Stadtteilbeirat mit kleinen Summen aus.

C: Und dann gibt es halt immer mal wieder Geld von Ortsämtern, Bildungsinitiativen.

B: Also da ist wieder unser Problem, dass wir keine Fördermittel haben. Dadurch haben wir auch kein grundsätzliches Personal. Wir machen das hier alle ehrenamtlich.

A: Der Geschichtsbereich wird natürlich extern finanziert, also das Haus bekommt eine institutionelle Förderung für den Betrieb hier. Das beinhaltet auch den Veranstaltungsbereich, den Bibliotheksbereich, also dass wir das ganze Haus sozusagen unterhalten.

D: Eigentlich ist der Standpunkt bei uns, dass wir auf Förderung erst einmal grundsätzlich verzichten.

B: Wir leben hier von Mäzenen, aktuell.

C: Die fördern mich seit einigen Jahren.

B: Das sind also Freunde, die mir mit Krediten, mit verlorenen Spenden, aushelfen, und wir warten auf eine Vereinsstruktur, die dann berechtigt ist Förderanträge zu stellen.

D: Und wir wollten einfach einen sicheren Rahmen haben für diese Kulturinstitution hier. Und gleichzeitig z.B. ganz klar einen rechtlichen Weg zu haben, um Spenden einzunehmen. Also es ist ein rechtlicher Rahmen, den wir uns gesetzt haben.

A: Dafür gibt es eine institutionelle Förderung.

D: Das ist zum einen viel, viel Arbeit. Und teilweise, weil wir ja so unabhängig sein wollen, wie es geht, so dass wir uns nicht irgendwie binden wollen an die Stadt oder Sponsoren.

B: Klar, es gibt Förderanträge, da muss man richtig die Hose für runterlassen und da muss man ganz konsequent an diesem Förderantrag auch arbeiten, und das ist dann eine Verantwortung und eine Verpflichtung, die man auf sich nimmt.

D: Also zu was verpflichtet man sich zum Schluss bei so einer Förderung? Die wollen irgendwie nie so ein extra Logo haben von der Stadt oder von irgendwie Sponsoring etc.. Deswegen nehmen da auch Abstand von.

B: Diese Kunstplastik, die hier begonnen hat.

A: Ja, was ist unsere Zielgruppe?

F: Nein, wir haben natürlich automatisch eine Zielgruppe, die angesprochen ist, das sind quasi Kunstproduzierende oder Kunstschaffende aus Bremen.

B: Gott sei Dank haben die Zielgruppen uns erreicht.

A: Erst einmal die gesamte Bevölkerung Walles, von den Kindern angefangen bis zu den ganz alten Leuten, die hauptsächlich bei mir im Geschichtsbereich zu Besuch kommen.

C: Ich freue mich über alle Leute die kommen.

F: Und ansprechen wollen, also es gibt niemanden, den wir nicht ansprechen wollen.

A: Aber wir haben auch Leute von außerhalb, viele Initiativen, Versuchskreuzer Bremen zum Beispiel.

B: Wir sind mittlerweile in der ganzen Stadt vernetzt mit Kooperationspartnern, mit Netzwerkern, die uns unterstützen, wo man sich gegenseitig stärkt, austauscht, Kooperation, oder, wo die Leute einfach bessere Hilfe bekommen, weil man mehr Ansprechpartner hat.

F: Und ich denk dass es da immer so, also wenn wir jetzt Freunde und Nachbarschaften angesprochen haben als Bereiche aus denen Leute kommen.

B: Sozialplastik.



Partizipative Raumgestaltung -
Betreiber*in entscheidet



D: Wir geben nicht einfach nur den Raum her.

B: Die einzigen Strukturen, die wir vorgeben, sind eben, dass die Leute, die hier integrativ die Gesellschaft mitgestalten wollen, die bekommen alle Möglichkeiten, die sie brauchen, um das hier umzusetzen.

D: Wir wollen mit Euch gemeinsam diesen Raum gestalten. Wir gestalten nicht nur dieses Programm, sondern wir wollen auch ein Teil dieses Konzepts sein.

C: Also ich zeige vor allem einfach immer Sachen, die mich interessieren.

B: Mir ist es wichtig, die Leute ein bisschen mehr in die Verantwortung zu nehmen.

D: Genau, also tatsächlich wollen wir mitpartizipieren an den Sachen, die hier passieren.

C: So, Sachen, die ich auch sehen will. Dementsprechend gibt es da einfach schonmal so einen Ausschlussmechanismus.

A: Ja, das würde ich tatsächlich auch so sagen. Dieser Ort lebt von den Menschen, die ihn nutzen.

B: Viele sitzen zuhause auf ihrem Sofa und sind unzufrieden mit ihrem Leben, und tun das dann auch noch lauthals kund.

C: Leute, die sich nicht gut den Kram interessieren, den ich zeige, die kommen. Natürlich nicht. Leute, die denken Comics sind keine Kultur, die tauchen hier nicht auf.

B: Und diese Menschen in Bewegung zu bekommen, einzuladen, ein bisschen mehr Verantwortung zu übernehmen und eben hier ein bisschen aktiver mitzugestalten, das Ziel, das werden wir auch mit in die Zukunft nehmen.

C: Trotzdem versuche ich für Leute die kommen, dann da zu sein.

D: Und das die Gruppe der Menschen, die hier herkommt und die wir erreichen, auch auf bestimmte Art und Weise homogen ist.

F: Es gibt dann schon immer mal wieder den Nachbarn oder die Nachbarin, die mit dazukommen oder jemand ist zu Besuch.

D: Also wir haben durchaus sehr viele Menschen, die verschiedene Hintergründe haben, verschiedenen Alters und Herkunft sind.

B: Es gibt nicht den einen typischen Gast hier. Es gibt nicht den einen Besucher. Und man kommt ins Gespräch.

D: Die ist zum Glück - und das hat sich echt in den letzten Jahren gewandelt - nicht so homogen, wie wir.

F: Also ich würde sagen, das ist eine heterogene Gruppe,

D: Wir sind uns bewusst, dass wir im Plenum allein tatsächlich eine relativ homogene Gruppe sind.

F: Allerdings aus einem vornehmlich kulturzugewandten Kontext. Und da haben wir es sehr heterogen, da haben wir Theaterbesucher, wir haben auch Theater-schaffende, was ich eigentlich ganz gut finde.

A: Ich lächle gerade, weil ich habe eben mal geguckt, wer letzte Woche hier alles veranstaltet hat.

F: Wir haben dann Leute, die aus so einem theoretischen Background kommen.

D: Es ist eher ein akademischer Kreis an Leuten, die studieren oder studiert haben.

A photograph of a kitchen area. In the foreground, there is a wicker chair with a woven seat. Behind it is a white refrigerator covered in various magnets and papers. To the right of the refrigerator is a white coffee machine on a counter. The background shows a wall with a chalkboard and some papers pinned to it. The lighting is warm and slightly dim.

Tatsächliches Publikum

A: Wir haben da also irgendeine fröhliche Kinderhorde durchs Haus toben gehabt.

F: Wir haben Studenten.

D: Viele von uns studieren oder haben studiert.

A: Heute Morgen war das Bilderbuchkino. Da hatten wir eine zweite Klasse, die haben sich in der Bibliothek was vorlesen lassen und haben dann die Bibliothek besucht.

F: wir haben aber irgendwie praktisch auch so Kollegen, die dann immer gerade so auf Augenhöhe sind der Künstler, der Künstlerinnen, die gerade dran sind.

A: Dann haben wir in der letzten Woche den plattdeutschen Abend gehabt. Da würde ich mal sagen, war das eine Ü-70 Veranstaltung. Dann hatte ich hier noch die Geschichtsgruppe gehabt. Das ist auch mindestens eine Ü-50 Veranstaltung gewesen.

D: Im Alter zwischen 20 und 35 Jahren. Weiblich, männlich sozialisiert - sehr unterschiedlich tatsächlich.

F: Und dann haben wir die, die man dann so Kuratoren nennt, da haben wir es schon, dass wir von ein, zwei, drei Einrichtungen dann auch einen Kurator oder eine Kuratorin bei uns haben.

A: Davor hatten wir den Nachtflohmarkt Beats und Bummel, das war sicherlich U-25 Veranstaltung.

F: Also politische Einstellung ist im Moment ganz interessant, weil man geht ja nur zu sowas, wenn man links ist. Interessanter wäre ja, gehen radikale Leute auf so eine Veranstaltung oder nicht?

B: Da schließ ich natürlich radikale Gruppierungen aus. Radikale Gruppierungen, die einfach nur ihren Blödsinn in die Welt streuen wollen und nicht lernfähig sind, dafür möchte ich meine Energie nicht verheizen. Da denke ich auch, kann man solche Leute getrost ignorieren.

E: Diese klassischen –ismen halt. Sexismus, Antisemitismus, Homophobie, Transphobie wollen wir halt alles nich‘ so gerne.

C: Kein rassistisches Verhalten, kein sexistisches Verhalten, keine Homophobie und Transfeindlichkeit. Antisemitismus hat bei mir auch nichts verloren.

D: Weil eben das konträr steht zu unserem Verständnis zu einem offenem Raum für alle. Hier ist ein Raum, wo alle gehört, alle gesehen werden, aber bestimmte Meinungen ganz klar nicht zu passen, weil die eben ausgrenzen.

C: Da gibt es einfach Leute, wo klar ist: Raus! Ich erwarte zumindest von meinen Besucherinnen ein Grundmaß an politischem Verantwortungsbewusstsein.

A: Ja die AFD wollen wir hier nicht haben.

B Also Ausgrenzung ist da keine Lösung.

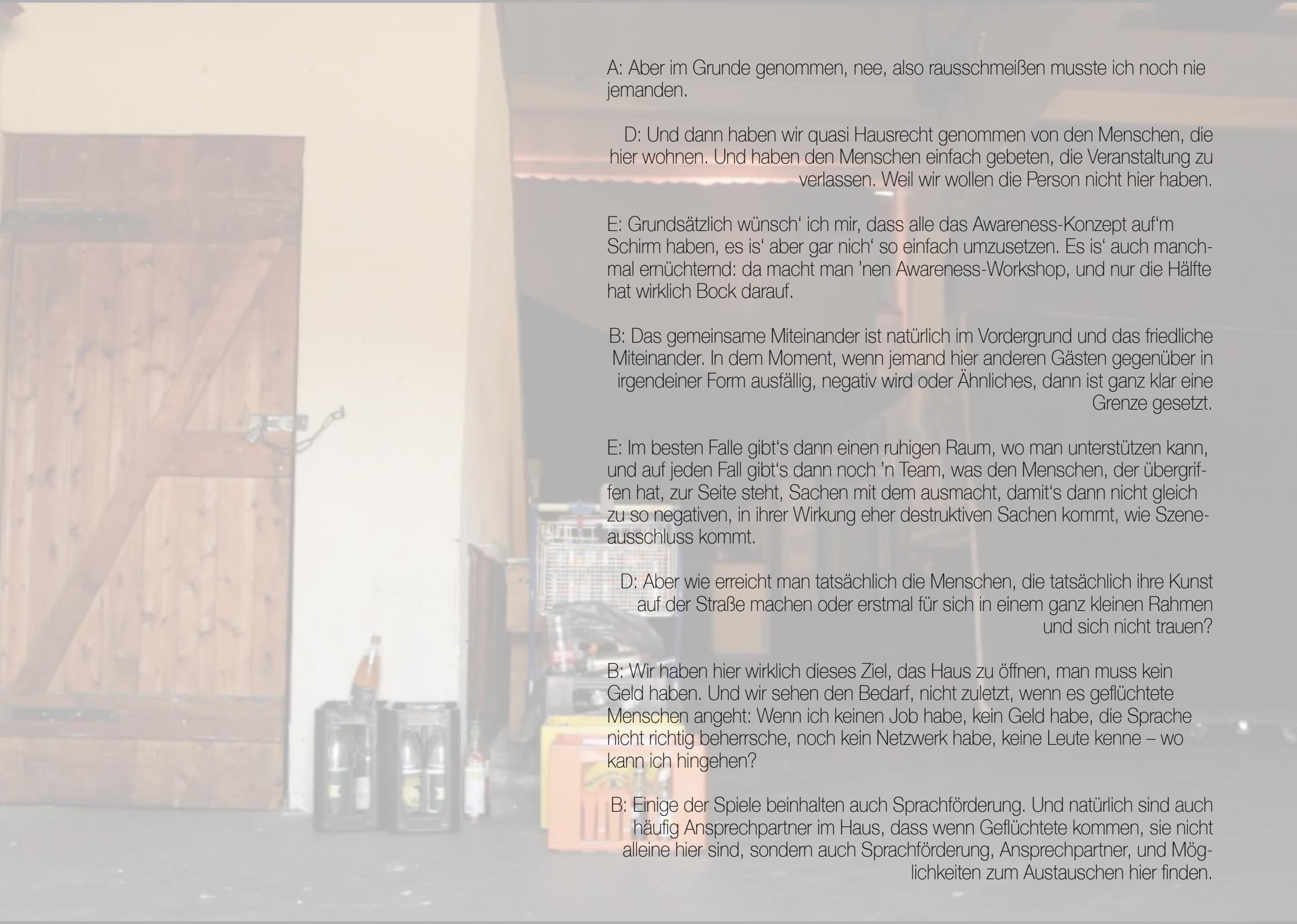
E: Du kannst das eigentlich nur durch Kommunikation umsetzen, und dann Sanktionen, wenn was passiert is‘.

D: Vor einer Veranstaltung wussten wir von einer Person, die die Veranstaltung besucht hat, dass sie im Vorfeld bei einer anderen Veranstaltung gewalttätig gewesen ist.

E: Und genug Leute dazuhaben, die aufpassen, und eine Atmosphäre herzustellen, dass die Leute sich wirklich trauen, was anzusprechen, wenn sie etwa begrabscht oder rassistisch beleidigt wurden.

A: Natürlich habe ich da öfters mal irgendwelche Revisionisten sitzen. Die schmeiße ich aber nicht raus.

D: Und wir wollten die Person nicht da haben, um Schutz für alle zu garantieren und damit sich die anderen Personen auch gut fühlen damit.



A: Aber im Grunde genommen, nee, also rausschmeißen musste ich noch nie jemanden.

D: Und dann haben wir quasi Hausrecht genommen von den Menschen, die hier wohnen. Und haben den Menschen einfach gebeten, die Veranstaltung zu verlassen. Weil wir wollen die Person nicht hier haben.

E: Grundsätzlich wünsch' ich mir, dass alle das Awareness-Konzept auf'm Schirm haben, es is' aber gar nich' so einfach umzusetzen. Es is' auch manchmal ernüchternd: da macht man 'nen Awareness-Workshop, und nur die Hälfte hat wirklich Bock darauf.

B: Das gemeinsame Miteinander ist natürlich im Vordergrund und das friedliche Miteinander. In dem Moment, wenn jemand hier anderen Gästen gegenüber in irgendeiner Form ausfällig, negativ wird oder Ähnliches, dann ist ganz klar eine Grenze gesetzt.

E: Im besten Falle gibt's dann einen ruhigen Raum, wo man unterstützen kann, und auf jeden Fall gibt's dann noch 'n Team, was den Menschen, der übergriffen hat, zur Seite steht, Sachen mit dem ausmacht, damit's dann nicht gleich zu so negativen, in ihrer Wirkung eher destruktiven Sachen kommt, wie Szeneausschluss kommt.

D: Aber wie erreicht man tatsächlich die Menschen, die tatsächlich ihre Kunst auf der Straße machen oder erstmal für sich in einem ganz kleinen Rahmen und sich nicht trauen?

B: Wir haben hier wirklich dieses Ziel, das Haus zu öffnen, man muss kein Geld haben. Und wir sehen den Bedarf, nicht zuletzt, wenn es geflüchtete Menschen angeht: Wenn ich keinen Job habe, kein Geld habe, die Sprache nicht richtig beherrsche, noch kein Netzwerk habe, keine Leute kenne – wo kann ich hingehen?

B: Einige der Spiele beinhalten auch Sprachförderung. Und natürlich sind auch häufig Ansprechpartner im Haus, dass wenn Geflüchtete kommen, sie nicht alleine hier sind, sondern auch Sprachförderung, Ansprechpartner, und Möglichkeiten zum Austauschen hier finden.

D: Und das war ein großes Thema, wo jeder Ort »Refugees Welcome« gedruckt hat. Wir haben uns gegen so ein Labelling entschieden, wir haben ganz klar gesagt:

B: Das machen wir nicht. Unsere Werbung läuft ganz klassisch ab. Also die Kommunikation hier im Haus findet auf Deutsch statt. Wenn es sein muss, wir finden hier immer einen Dolmetscher.

D: Um zum Beispiel denen entgegenzukommen, werden wir unsere Flyer jetzt alle komplett in Englisch drucken und in noch mehr verschiedenen Orten zu spreaden und auszulegen.

E: Versuchen wir immer.

B: Wir haben hier aber 15 Sprachen im Haus.

E: Ist schon eine bisschen besser geworden, aber ist jetzt wieder eingeschlafen. Ist halt wahnsinnig schwer das zu halten.

A: Immer wieder versuchen. Immer wieder neu anfangen. Und das einfach auch offensiv vertreten, dass das eben ein Raum oder ein Ort ist, der Platz für viele Stimmen hat, der vielstimmig ist.

E: Zwischendurch war's mal ein bisschen mehr, und jetzt können die ganzen Neuen aber auch schon wieder so gut deutsch, dass

D: oh, interessant, irgendwie versuchen die mehr Menschen zu erreichen als nur die, die Deutsch können.

E: Also wir interessieren jetzt ja auch wirklich nicht alle alle.

F: Das ist auch eine interessante Frage weil ich denk immer, wenn ich das machen würde, dann würde ich das in Englisch machen. Aber es gibt jetzt in diesem Kunstbetrieb so einen komischen Englishtrend den ich total schwachsinnig finde.

D: Manche Konzerte werden auf Englisch angekündigt, manche auf Deutsch.

F: Und der auch für meine Arbeitsweise, also für mich als Künstler gar nicht funktioniert, weil diese Dinge, die ich da eben interessant finde, ich glaube dass ich sehr Kulturkontext bezogen arbeite, ich komme ja aus einem deutschsprachigen Kulturraum. Und da mangelt's mir dann manchmal schon an der Gabe, ich könnte es dann in eine andere Sprache übersetzen, ich weiß dann aber nicht ob das dann nicht missverständlich überkommt. Wie sowieso Versprachlichung immer auch Missverständnisse birgt.

A: Das ist auf Deutsch. Außer, eine englische Führung. Das haben wir dann auf Englisch bekannt gegeben. Also, ich glaube hier im Haus sprechen alle gut Englisch.

F: Weswegen wir Texte relativ kurz halten und auf den persönlichen Kontakt hoffen. Dann wiederum schon ganz gut durchgekommen sind, wenn wir dann mit anderssprachigen Leuten in Berührung kamen weil dann hat man ja praktisch die Kunst oder das Ergebnis, das man sich angucken kann, und dann gibt es so eine Sprachebene die eben jetzt nicht abhängig von so und so vielen Vokabeln ist.

B: Die Menschen, die geflüchtet sind, und unsere Angebote hier annehmen, die brauchen diese Art von Werbung nicht, weil sie hier im Haus schon wissen, was am nächsten Tag oder in der nächsten Woche läuft. Die werden von uns sozusagen schon vorab gebrieft, weil sie in den Veranstaltungen auch mit aktiv sind.

F: Aber ohne das zu deuten: nein, keine anderen Sprachen.

A: Hier ist regelmäßig gekocht worden, haben sich hier alle engagiert und für die Flüchtlinge eben Deutschkurse oder Basteln für die Kinder und so ein Ankommen im Stadtteil organisiert.

D: Oder wir haben Plakate gedruckt, wo wir einfach Geflüchtete vor allem in Übergangwohnheimen aufmerksam machen wollten.

C: Zielgruppen erreichen, PR, Marketing ist schwierig. Das gelingt nicht so gut, wie das gelingen sollte. Ich habe relativ gute Pressekontakte.

A: Dann klassisch Pressearbeit. Wir haben eine Homepage, wir haben einen Facebook-Account und Radio... Also klassisch Marketing.

E: Wir machen unsere Partys ja eigentlich nicht öffentlich, über Facebook oder unsere Website. Nur so über Privatchannels.

A: Also klassisch Marketing.

C: Es gibt immer mal wieder relativ große Artikel. Eine Titelseite im Weser-Kurier. Deutschlandradio war mal da. Beim Zine-Festival war Buten und Binnen da. Das ist extrem schwierig da ranzukommen. Große Artikel im Weser Kurier ist schwierig.“

B: Wir haben hier das Problem, dass wir max. 200 Leute in das Haus lassen dürfen. Und unsere normale Bewerbung, das, was über Facebook läuft, über unsere Website läuft, was über Zeitungen läuft, wenn wir annoncieren, dann ist das Haus eigentlich meistens schon voll.

D: Und die Internetseite haben wir dann noch.

F: Und die Flyer... oder nein, bleiben wir mal im Internet, wir haben dann so einen Tumblr-Blog, da gibt es immer die Dokumentationsansichten, die Ankündigungen. Und dann gibt es einen Instagram-Account, der sich dann irgendwo in der Mitte bewegt,

C: Ich habe jetzt angefangen mit Instagram.

F: viele haben ja keinen Bock mehr auf Facebook. Und dann haben wir irgendwie so ein, also ein CI ist das nicht, aber wir haben einen Erkennungszeichen, dieses RasselDassle.

C: Veranstaltungen stehen bei Facebook drin

F: Wir machen so Facebook-Anzeigen, das ist eigentlich ganz gut, weil da wird ja dieses (unv.) gut definiert.

C: Facebook mache ich auch.

F: Machen wir immer 18 bis 80. Ich glaube, bei Facebook gibt es nur zwei Geschlechter, da werden praktisch beide angewählt. Und ich glaube, was kulturellen Background angeht, das wird glaube ich bei Facebook gar nicht ausdifferenziert, beziehungsweise wir machen da einfach immer Bremen. Weil wir denken, dass das schon Fachpublikum ist.

C: Ich habe einen E-Mail Verteiler. Das sind alles so diese modernen Kommunikationsmedien, damit erreicht man halt nicht eine solvente, großbürgerliche Klasse, die auch mit einem dicken Geldbeutel hinkommt. Wie ich die erreiche, weiß ich nicht genau.

F: Die legen wir aus und du hast aber gefragt, „und ihr legt die aus“ mit dem ungefragten Wo. Also diese Flyer, die verteilen wir eigentlich persönlich. Und da ist es natürlich sehr selbstreferentiell, das kann man schon sagen.

B: Es gibt keine Werbung für Veranstaltungen hier von unserer Seite.

D: Aber dennoch wird in den wichtigsten Kneipen und Bars ausgelegt. Viele Künstler, die bei uns etwas machen, schicken Plakate, die wir dann versuchen aufzuhängen in der Stadt.

B: Wir machen mal ein paar Flyer, dann schaffen wir es mal, tatsächlich eine Facebook-Veranstaltung online zu stellen. Oft aber auch nicht, oder zwei Tage vorher oder so.

D: Und dann müssen wir unsere Flyer breit streuen.

F: Mhm...Nicht so anstrengend wie Flyer verteilen. Wir verteilen aber auch Flyer.

E: Wir benutzen die einschlägigen Verteiler – ne, stimmt nicht, wir benutzen eigentlich nur einen, von der Ateliergemeinschaft. Dann flyern und plakatieren wir an Orten, von denen wir glauben, dass es unsere Zielgruppe erreicht.

F: Also das machen wir bei Ausstellungseröffnungen und Auslegen, das haben wir nicht gesehen, dass das was bringt. Also wir sind dann einmal durchs Viertel gefahren... Wenn ich mich versuche zu erinnern, wie das war, als man die Flyer überall verteilt hat, hat man die nämlich gar nicht überall verteilt sondern man hat sie nur da verteilt, wo man eh schon dachte, dass es da so ein kulturelles Interesse gibt. Also man hat zwangsläufig Leuten das Interesse abgesprochen oder nicht zugesprochen.

C: Ich mache Flyer, ich verteile die. Manchmal habe ich auch noch 20 Plakate, die ich irgendwo gezielt aufhänge.

F: Also das Einzige, wo man auch diesen Kulturbereich verlassen hat, also ich habe das nicht bewusst gemacht, aber rückblickend fällt mir das auf, also ich bin ja nicht nach Blumenthal gefahren, um da irgendwelche Flyer zu verteilen. Und wenn man dann in Ladengeschäften war, dann waren das Ladengeschäfte im Viertel, wo man gedacht hat, da kommt vielleicht auch die Klientel zum Einkaufen hin.

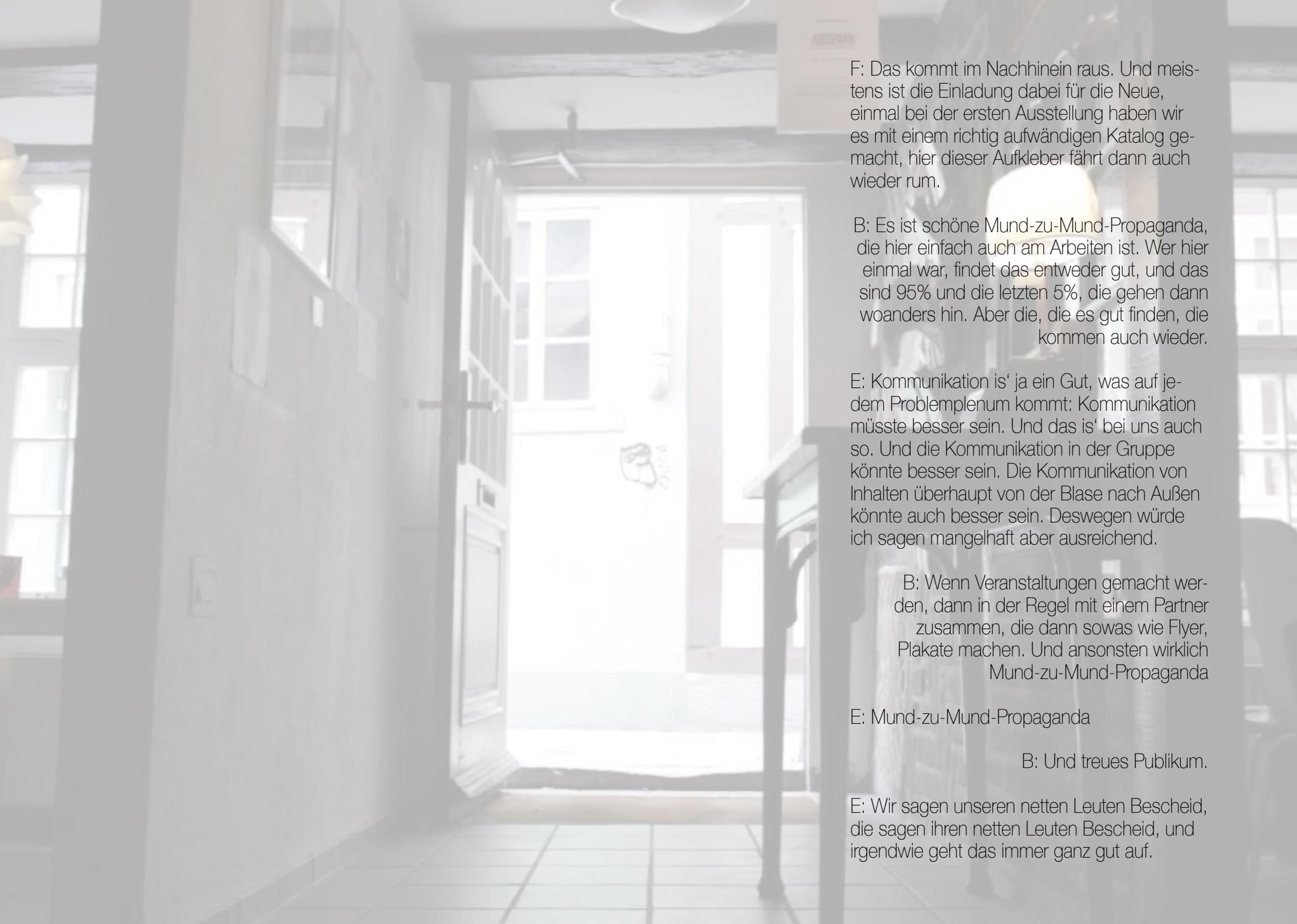
A: Das Heftchen, was da liegt. Da kann man sich eigentlich den ganzen Bereich angucken. Das wird nicht nur im Stadtteil, sondern auch weit darüber hinaus verteilt.

F: Und dann gibt es, jetzt in Hinblick auf Öffentlichkeitsarbeit, im Nachhinein immer so eine Publikation, die wir machen.









F: Das kommt im Nachhinein raus. Und meistens ist die Einladung dabei für die Neue, einmal bei der ersten Ausstellung haben wir es mit einem richtig aufwändigen Katalog gemacht, hier dieser Aufkleber fährt dann auch wieder rum.

B: Es ist schöne Mund-zu-Mund-Propaganda, die hier einfach auch am Arbeiten ist. Wer hier einmal war, findet das entweder gut, und das sind 95% und die letzten 5%, die gehen dann woanders hin. Aber die, die es gut finden, die kommen auch wieder.

E: Kommunikation is' ja ein Gut, was auf jedem Problemlösungsprozess kommt: Kommunikation müsste besser sein. Und das is' bei uns auch so. Und die Kommunikation in der Gruppe könnte besser sein. Die Kommunikation von Inhalten überhaupt von der Blase nach Außen könnte auch besser sein. Deswegen würde ich sagen mangelhaft aber ausreichend.

B: Wenn Veranstaltungen gemacht werden, dann in der Regel mit einem Partner zusammen, die dann sowas wie Flyer, Plakate machen. Und ansonsten wirklich Mund-zu-Mund-Propaganda

E: Mund-zu-Mund-Propaganda

B: Und treues Publikum.

E: Wir sagen unseren netten Leuten Bescheid, die sagen ihren netten Leuten Bescheid, und irgendwie geht das immer ganz gut auf.

B: Ich glaube, der größte Unterschied ist hier, dass man hier tatsächlich ohne Geld viel erleben kann.

D: Also bei uns kann jeder ohne Geld irgendwie reinkommen. Jeder muss auch nichts bei uns konsumieren.

E: Ich hab jahrelang Tür gemacht.

D: Wir haben keine Eintrittspreise. Jeder muss einmal bei uns im Verein mit Mitglied werden. Das kostet einmalig im Jahr einen Euro. Und alles andere, Getränke zum Beispiel, gibt es auf Spendenbasis.

A: Jeden Donnerstag haben wir hier offenes Archiv von 15 bis 18 Uhr. Dann sitzen wir hier und da darf jeder kommen. Und ansonsten anrufen und dann verabreden wir uns mit den Leuten.

E: Du musst einfach freundlich lächeln, dann kommst du rein.

D: Ein Uhr ist die Schließzeit. Und da sind die Zeiten dann auch sehr variabel. Je nachdem, wie die Künstler die Räume öffnen wollen.

E: Das meiste ist Körperspannung, tatsächlich. Wenn die Leute einen lockeren, freundlichen Eindruck machen.

A: Es werden hier Kurse angeboten, Kreativkurse nachmittags. Das ist auch ein offener Bereich, aber das funktioniert natürlich alles nur auf Anmeldung.

E: Das kann sich auch ein Arschloch antrainieren, freundlich lächeln. Und dann kommt er immer rein und ist schon seit 'nem halben Jahr mal da und man denkt irgendwie, man ist sich sicher mit dem und da passiert nichts.

A: Wirklich verlässlich, wo jeder kommen kann, wie er möchte, das ist tatsächlich dieser Donnerstag, bzw. jeden Tag die Bibliothek.

E: Kannst du nur falsch machen an der Tür, es gibt nie ein Richtig.

B: Es muss keiner draußen bleiben.

E: Jedes Auswahlkriterium ist daneben.

C: Jeder darf kommen. Jeder darf kommen.

E: Ansonsten präferieren wir natürlich Punks und rotzige Klamotten und queere Sachen.

C: Wenn sie dann da sind dann überlege ich mir schon, ob ich sie rausschmeiße. Also irgendwie Leute mit Constable oder Thor Steinar.

E: Symbole haben ja ihre Wirkungsmacht und ihre Gründe.

B: Erstmal, aus der Gesellschaft heraus, wenn hier Leute hereinlaufen, die so einen echten Fuchs sich um den Hals gelegt haben, und dann ganz besondere Plätze haben wollen, gerade, was weiß ich, Gesellschaftsspiele gespielt werden, da muss ich dann leider erklären, dass das Haus voll ist und dass wir grad keine Plätze für diese Leute haben.

E: Die Leute haben es natürlich einfacher, als wenn du mit 'ner Steppdaunenjacke und Segelschuhen kommst.

C: Die fliegen hochkant raus. Es gibt auch schon tatsächlich Leute, die haben Hausverbot hier.

E: Rausschmeißen ist tatsächlich nur, wenn irgendwelche grenzüberschreitenden Sachen passieren. Verbal oder körperlich.

A: Das haben wir hier schon gehabt. Dass wir von unserem Hausrecht Gebrauch machen, wenn Leute eben anfangen andere zu belästigen.

E: wir haben nur Vorhaltensvorschriften, die wir uns vorstellen. Verhaltenskodexe sozusagen, und wenn man sich dementsprechend nicht verhalten kann, dann soll man auch nich' bei uns sein.

C: Die sind alle nett. Also ich musste noch niemanden rausschmeißen.

E: Und auf einmal bist du total geschockt, dass das irgendwie jemand ist, der halt Scheiße baut.

WILHELM
ROSEBROCK

Super8



Offen vs. Schutzraum

B: Eine soziale Plastik entsteht genau da, wo Menschen sich zusammentun, vernetzen, und sozial wieder aktiv werden.

D: Natürlich, jeder wünscht sich, dass sein Raum so der Raum ist, der der offenste und der zugänglich ist.

A: Ja, von daher: Ja, größtmöglich ist das ein Ort für alle.

B: Es ist eher so wie ein Netzwerkzentrum. Es verwurzelt sich so Rhizom-artig. Es ist ein lebendes Objekt, es ist keine vorgefertigte Struktur.

A: Dass das hier ein Platz für vielerlei Tierchen und Gruppen ist, die sich treffen.

B: Es ist kein Regal, wo ich was reinstelle, rausnehme, sondern es ist ein Projekt, was von den Menschen und mit den Menschen lebt, die hier was machen.

C: Ich freue mich über alle Leute die kommen.

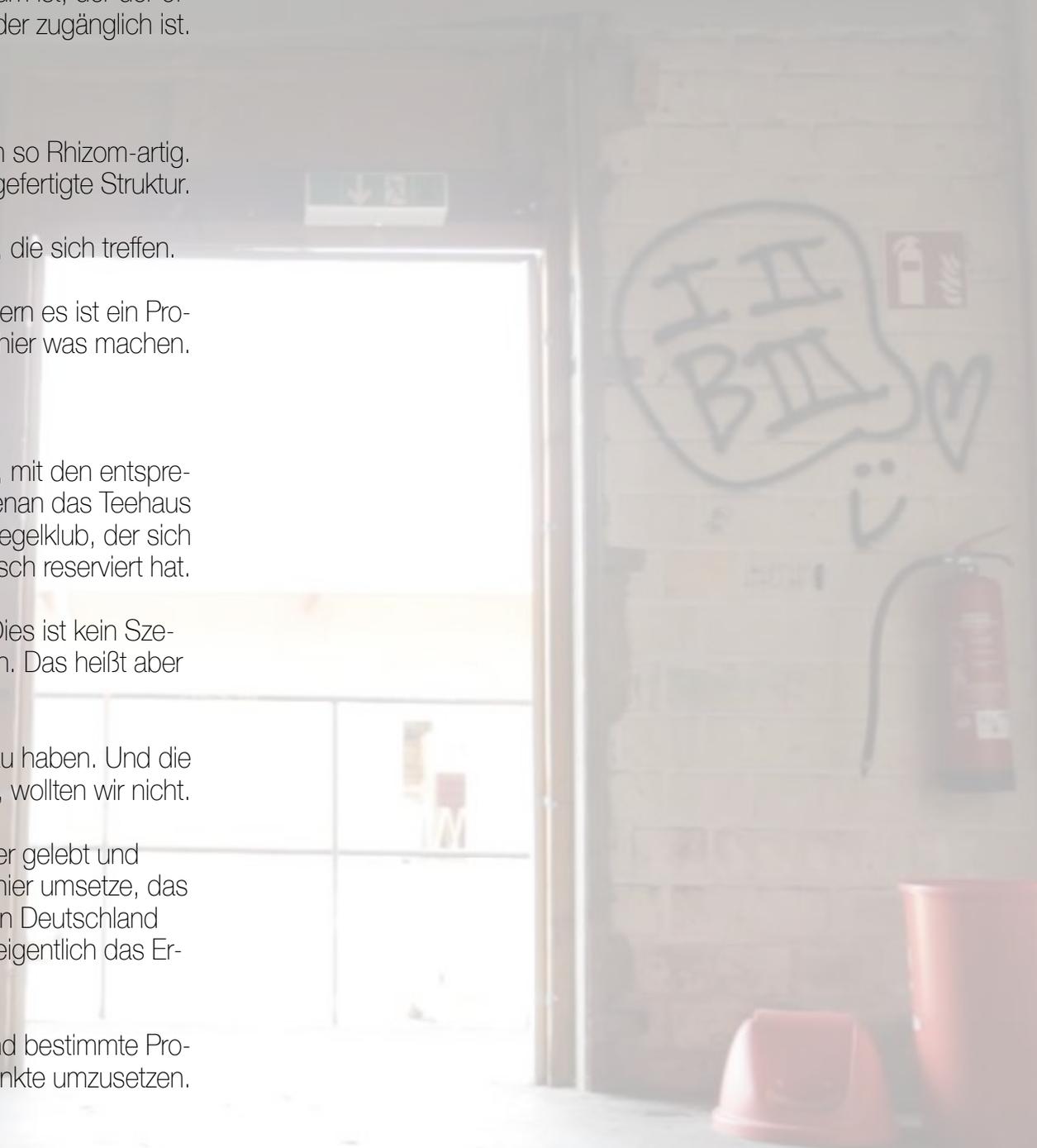
B: Es kann sein, dass an dem einen Abend Vernissage ist, mit den entsprechenden kreativen Kreisen von Bremen, das im Raum nebenan das Teehaus der afghanischen Frauen stattfindet, und nebenan sitzt ein Kegelklub, der sich zum Essen einen Tisch reserviert hat.

A: Ja, das ist Kultur für alle. Aus der Geschichte kommen wir. Dies ist kein Szene-Ort. Ich glaube, es ist einer der unszenigsten Orte in Bremen. Das heißt aber auch nicht, dass er nicht offen wäre.

D: Das wäre doch schön, in Bremen so einen offenen Raum zu haben. Und die Räume für alle öffnen. Also nur für uns alleine hier wohnen, wollten wir nicht.

B: Also dieses soziale Miteinander, das hab' ich eigentlich immer gelebt und setze das hier nur um. Ich denke, das ist ganz normal was ich hier umsetze, das ist eine ganz normale Lebensstruktur, wie sie eigentlich überall in Deutschland herrschen sollte. Das es etwas Außergewöhnliches ist, das ist eigentlich das Erschreckende.

D: Wir sind zuständig dafür, die Räume offen zu haben und bestimmte Programmpunkte umzusetzen.



D: Klar, gesellschaftlich gesehen ist dieser Raum noch nicht da. Es gibt ja diese ganzen Gedanken davon, dass das Internet plötzlich dieser Raum für alle war. Hey, die Straße ist der Raum für alle und wir müssen damit etwas machen.

F: Ich glaub, dass es für jeden Kultur gibt.

A: Wenn hier irgendjemand eine Anfrage stellt, ob er hier einen geschichtsrevisionistischen Vortrag hält, dann ist er hier nicht willkommen. Dann ist es definitiv kein Raum für alle.

F: Aber ich glaub, dass es immer unterschiedliche Herde sind.

A: Größtmöglich ist das ein Ort für alle.

B: Also hier auf jeden Fall!

F: Ich glaub nicht, dass das von irgendjemanden die Aufgabe ist, ein Programm zu machen, was vermeintlich allen gefallen könnte.

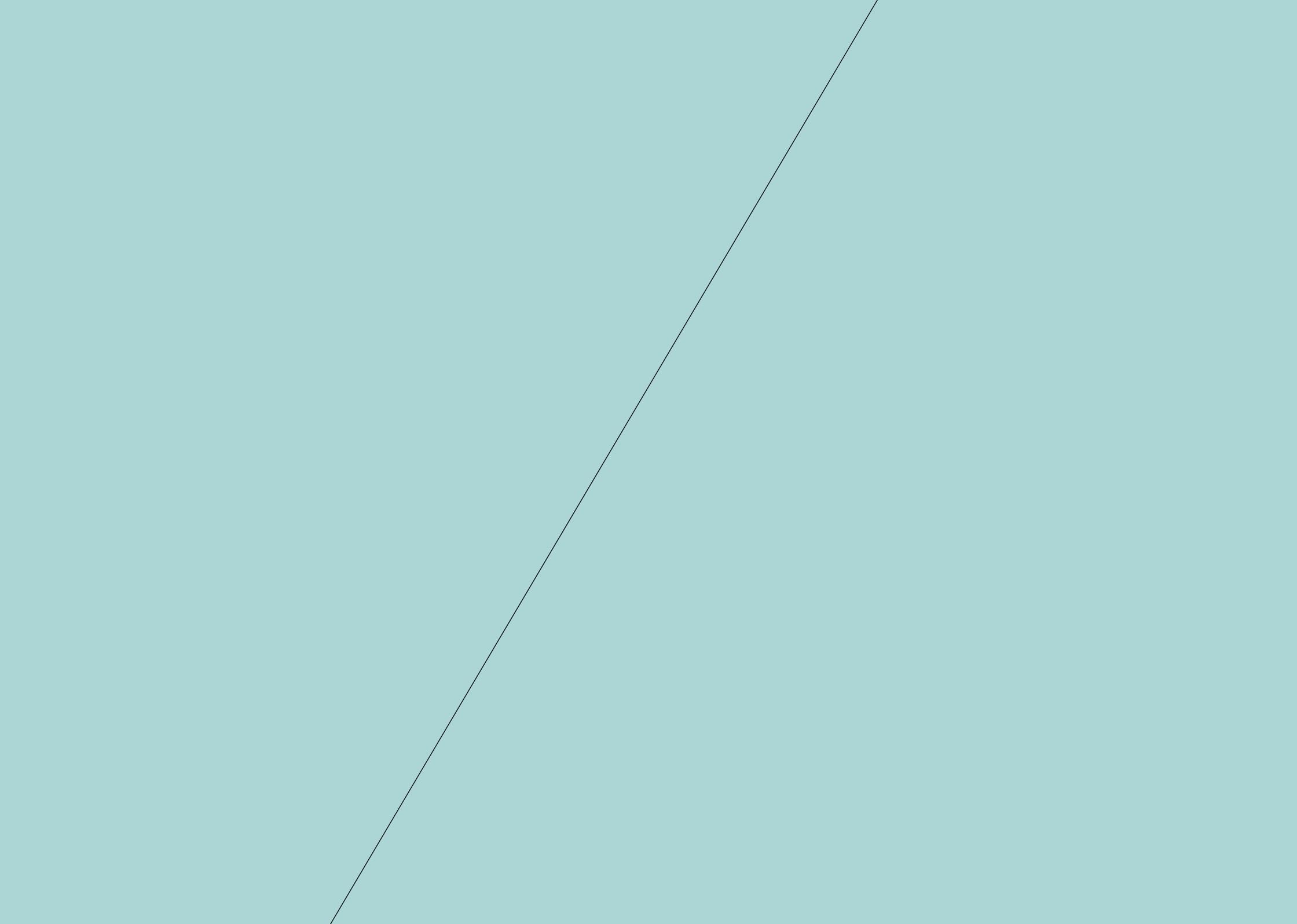
A: Von daher: Nein, kann es gar nicht geben in diesem Sinne. Aber einen Kulturraum für ein großes Spektrum, für ein breites Spektrum, das soll das hier schon sein.

F: Ich glaub viel interessanter ist, wie man das, was es dann da ist, wie man das dann vermittelt und wie man sich dann darum bemüht, dass man so einen großen wie möglichen Adressatenkreis erreicht. Das sind aber meiner Meinung nach zwei Sachen.

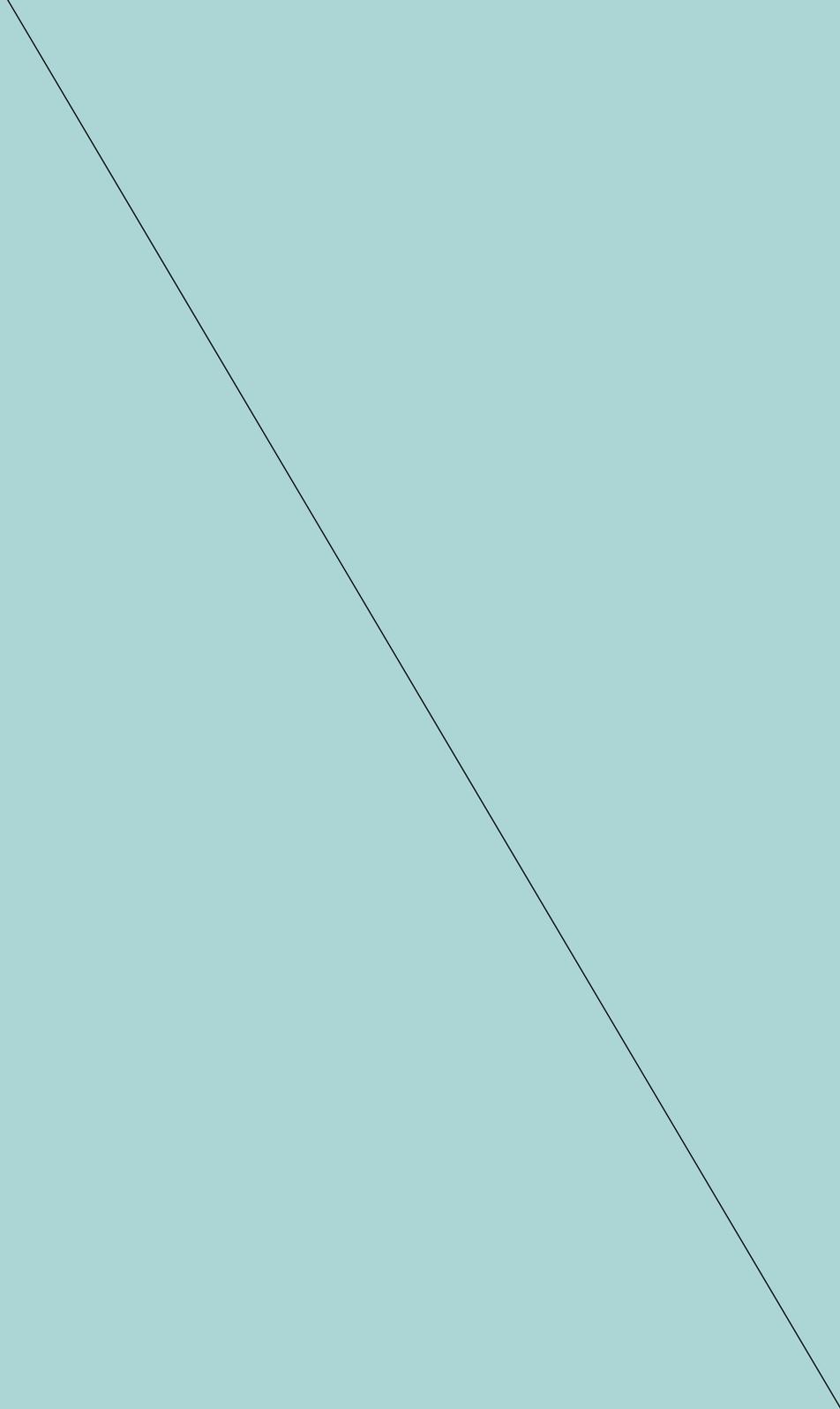


A photograph of a narrow alleyway. In the foreground, a grey concrete wall runs across the top. Below it, a white utility box with a black arrow pointing down is mounted on a grey metal post. To the right of the utility box is a black metal gate with a white perforated pattern. The gate is partially open, revealing a paved alleyway. In the background, there is a white building with a brick chimney, a window with a flower box, and a white car parked on the street. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

Kulturraum für alle?



Konzepte



LUGANG 2019

5.-7. Juli AM DOBBEN 131
HELLO BUILDING

SONDENGSTREIFEN

INTERVIEWS

RAUMFURALE

ZUGEREGE

KULTURPAUL

VIDEO



Fr. 10-?
Sa. 14-20
So. 10-16



Flyer

Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Aspekt, um (neue) Zugänglichkeiten zu schaffen: Um Personen zu erreichen und für eine Veranstaltung zu motivieren ist ein „Verteiler“, beispielsweise in Form von Sammlung von Mailadressen oder Social Media Auftritt, sinnvoll. Die Forschungsgruppe des „Kulturraum für Alle“-Seminars ist jedoch nur eine vorübergehend-existierende Konstellation mit der Folge: wie kann diese, ohne jegliche Art von bisherigem Bekanntheitsgrad und Reichweite, mögliche Besucher*innen für die Veranstaltung Zugang erreichen? Der Ausstellungsplatz behandelt die Thematik ob es einen vermeintlichen „Kulturraum für Alle“ gibt, doch stellt sich währenddessen selbst dieser Problematik. Ist es möglich die Vorstellung eines Raums für alle auf den Ausstellungsraum zu übertragen? Wie kann die Gruppe von Besuchenden möglichst heterogen erscheinen?

Um ein möglichst diverses Publikum zu erreichen, zu denen die Forschungsgruppe selbst keinerlei direkte Kontaktmöglichkeit hat, wird öffentliche Werbung, aufgrund von geringen finanziellen Mitteln möglichst kostengünstig, geschaltet. Die doch sehr homogen erscheinende Gruppe stellt fest, dass auch innerhalb dieser, unterschiedliche Designs bevorzugt werden und die Mitglieder*innen sich jeweils anderen Gestaltungen zuordnen.

Als Teil der künstlerischen Praxis, verstanden als eine Art Experiment, kommt die Idee auf, mehrere abwechslungsreiche Plakate und Flyer für dieselbe Veranstaltung zu gestalten. Nach eingehender Analyse des Druckmaterialien von verschiedenen Veranstaltungen in Bremen einigt sich die Forschungsgruppe auf die Gestaltung dreier Plakate und Flyer, im Sinne 1. eines Rock-Festivals, 2. eines konservativen Meetings und 3. einer alternativen Kunstausstellung. Die Forschungsgruppe entscheidet sich für diese Kategorien aufgrund der größeren thematischen und gestalterischen Distanz zueinander und versucht die bestehenden Klischees dieser überspitzt darzustellen.

Die Auswahl der Orte an denen die verschiedenen Plakate und Flyer aufgehängt, verteilt und auslegt werden, wurden in Hinblick auf die verschiedenen Stadtteilen mit ihren demographischen Eigenschaften getroffen. Der Ausstellungsort selbst wird mit allen der drei Designs plakatiert, sodass keine Sicht mehr ins Innere möglich ist.

Über die Gestaltung der Plakate und Flyer wird zudem eine kostenlose Facebook-Veranstaltung sowie Instagram Beiträge erstellt. Um eine gewisse Reichweite für die Social-Media-Veranstaltungen zu generieren wird sowohl der Facebook als auch der Instagram-Account des studentischen Vereins „aRaum“, welcher aus dem Seminar entstanden ist, genutzt.

Soundinstallation

In der 5-Kanal-Soundinstallation der Ausstellung Zugang beleuchten die sechs besuchten Kunst- und Kulturräume [Erlkönig (Pio Rahner), Künstlerhaus Ausspahn (Ruth Degenhardt und Ronald Philipps), KulturhausWalle (Angela Piplak), Kultur im Bunker e.V. (Max Konek), Raum 404 (Gregor Straube), Zucker e.V. (Kriz)] die unterschiedlichen Aspekte der Frage, ob es einen Kulturraum für alle gibt und untermauern dabei die von den Seminarteilnehmer*innen durchgeführte ästhetische Forschung. Die in Bremen und mit Bremer Kulturschaffenden entstandene Installation dient als Repräsentation einer Schwierigkeit (zugänglich / offen für „alle“ zu sein) die sich über die ausgewählten Räume und Bremen hinaus, allen anderen Kunst- und Kulturräume stellt.

Nach der Durchführung der Interviews und deren Transkription erstellt die Forschungsgruppe ein schriftliches Soundinstallationsskript. Dabei orientiert sich die Gruppe bei der Auswahl der Aussagen auf die folgenden Kategorien: Einlass, Publikum, Offen vs. Schutzraum, Formen von Diskriminierung, Awareness-Konzepte, Öffentlichkeitsarbeit/ Design und Mehrsprachigkeit. Diese Kategorien werden aus den Aussagen der Interviewten gebildet und mit der Perspektive der Seminarteilnehmer*innen auf das Thema „Kulturraum für alle?!“ abgeglichen. Hier bleibt es jedoch unklar, ob es überhaupt einen vermeintlichen Konsens, in Bezug auf ein Thema, welches „alle“ betrifft, gibt.

Mit der Auswahl von Zitaten und dem Schnitt der Stimmen zeigt die Forschungsgruppe ihren eigenen Standpunkt zu dem Thema auf: es vermischen sich in der Bearbeitung selbst gemachte Erfahrungen und aktuelle, von der Gruppe als wichtig empfundene, politische und kulturtheoretische Diskurse. Durch die Bearbeitung und Kategorisierung des Textmaterials sowie den Schnitt des Tonmaterials werden Widersprüche, Übereinstimmungen und Diversitäten in der Betrachtung von denen die das „alle“ bilden verdeutlicht. Die Verwendung der Soundaufnahmen ermöglicht, dass die Interviewpartner durch die Gruppe konstruiert aufeinander reagieren.

Dabei werden die Öffnungen sowie Schließungen von Räumen durch Partizipation oder gezielten Ausschluss und die diffuse Suche danach, aus welchen Komponenten ein Kulturraum für alle eigentlich bestehen müsste, ausgehandelt.

Die Installation als Teil der Forschung macht ein Moment verschiedener Ist-Zustände hörbar und gibt dennoch keine Antwort auf die gestellte Frage. Sie lässt es den Zuhörenden offen, die eigenen Erfahrungen in Kulturräumen mit dem Gesagten zu vergleichen.

ZUGANG

SEMIOSEMIO

📅 05.-07. Juli 2019

📍 AM DOBBEN 131 - HELLO

🕒 Fr. 16:00-Open End

Sa. 14-20

So. 10-16

WILKOMMEN!

Wir heißen Sie herzlich von unserem Seminar „Kulturraum für alle?“ willkommen. Bei der Ausstellung „Zugang“ handelt es sich um die Visualisierung unseres Forschungsprojekts, welches sich eingängig mit der Frage beschäftigt, ob es einen Kulturraum für alle Menschen geben kann. Mithilfe von Interviews, Videokunst & Soundinstallationen versuchen wir Ihnen unsere Ergebnisse greifbar und reflektierbar nahezubringen. Sie finden uns vom 05.-07. Juli 2019 an der Haltestelle „Am Dobben“ im „Hello“-Gebäude. Der Eintritt ist kostenfrei! Fühlen Sie sich eingeladen, uns zu besuchen!

Bis bald!



Hammer & Partner



Videoinstallation

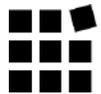
Die Videoinstallation soll als der visuelle Teil von Zugang den Besucher*innen der Ausstellung einen Eindruck in verschiedene Kulturräume Bremens vermitteln. Hierfür werden mit Hilfe von zwei Projektoren zwei großformatige Videoschleifen an zwei sich gegenüberliegende Wände geworfen.

Der Fokus der Videoinstallation liegt dabei auf den Zugängen zu den jeweiligen Räumen. Der als ordnende Konstante dienende Orientierungspunkt, stellt daher die Eingangstür des Raumes dar: Eingänge und Fassaden sind schließlich das erste, was Besucher*innen von Kulturräumen wahrnehmen. Die Perspektiven auf die verschiedenen Kulturräume und deren Zugänge sind dabei entscheidend: Wo soll die Kamera platziert werden, wo später die Projektoren? Wie viel Projektoren und wie viele Videoeinstellungen werden benötigt? Welche Orte werden gefilmt? Wie hoch oder niedrig wird die Kamera positioniert? Wie weit ist die Entfernung von den Eingangstüren? Sind Menschen im Bild zu sehen? Nach dem Einholen der Drehgenehmigungen werden Terminabsprachen sowohl unter der Forschungsgruppe als auch mit den Betreiber*innen diverser Kulturräume getroffen.

Die Installation versucht aufzuzeigen, dass der erste, äußere Eindruck nicht darauf schließen lässt, was sich im Inneren der Räume abspielt, oder welche Stimmungen dort herrschen. Das Publikum wird also mit einer Reihe solcher Eingangssituationen - mit Blicken auf und durch Türen - konfrontiert: eine Einstellung von außen auf die Tür, gefolgt von deren Umkehrsicht nach außen, anschließend die Sicht von der Türschwelle in den Raum hinein, gefolgt von der Umkehr aus dem Raum hinaus. Die Besucher*innen finden sich in der Installation genau im Zugang der Räume vor: zur Rechten die Sicht in die vielfältigen Innenräume zur Linken die Ausblicke auf das Treiben vor der Tür. Diese realistische räumliche Perspektive wird im zweiten Teil der Videoschleife mit einer unmöglichen kontrastiert: die gleichzeitige Draufsicht auf die Tür vom Inneren und vom Äußeren der jeweiligen Kulturräume.

Durch die räumliche Verzerrung wird das Erleben der Orte von außen mit dem Erleben der Außenwelt von Innen kontrastiert und zugleich eine neue Perspektive auf die verschiedenen Räumen geboten. Für diesen gewünschten Effekt ist eine unbewegte Kamera unerlässlich. Durch die bewegten Elementen innerhalb der Aufnahme wie beispielsweise Gräser, Bäume, Plastikplanen, welche im Wind schwingen und Menschen, die zufällig am Eingang vorbeikommen, wird ersichtlich, dass es sich nicht um Standbilder, sondern Videos handelt.

Die Besucherinnen, die durch die schweren, schwarzen Vorhänge und somit in das Innere des Handyshops am Dobben treten, finden sich so mal im Eingang des GW3 auf dem Campus der Universität Bremen, mal vor der Altbaufassade des Künstlerhaus Ausspann im Schnoor-Viertel, anschließend wieder an ganz anderen Orten Bremens, wieder. Dass der Blick auf und durch alle Eingangstüren wegen der Eigenheiten der verwendeten Technologie nur durch den eigenen Eingang (sowohl Tür als auch Vorhang) des Ausstellungsraums, ermöglicht und die eigene Fassade dabei eine Art „undurchsichtige“ wird, erscheint dabei als Paradox.



HAMMER & PARTNER

NO WETAS
Stiftung

 Studierenden
werk BREMEN

ZwischenZeitZentrale
Bremen



 a
RAUM

Wir, die Forschungsgruppe, danken besonders allen Teilnehmer*innen, Organisator*innen sowie Besucher*innen, welche in den zwei Semestern das Seminar auf unterschiedliche Art und Weise bereichert haben.

Natürlich danken wir allen behandelten Kulturräumen in Bremen und darüber hinaus den Orten, die in unsere ästhetische Forschung mit eingeflossen sind und so unsere alltägliche Wahrnehmung für die Frage, ob es einen Kulturraum für alle gibt, geschärft haben.

Iver Ohm und Viktor Kittlausz der Universität Bremen danken wir für die Ermöglichung des Seminars. Oliver Haasemann und Daniel Schnier der ZwischenZeitZentrale Bremen für die Bereitstellung des Seminarraums in der Hulsberg Crowd sowie die Begleitung und weitere Hilfestellung für Suche nach Räumen in Bremen.

Der Kanzlei Hammer und Partner für den ehemaligen Handyshop am Dobben.

Einen besonderen Dank gilt der Nowetas Stiftung für die Finanzierung der studentischen Forschung „Kulturraum für alle? ästhetische Forschung in der autonomen Kulturarbeit“ sowie dem Studierendenwerk Bremen für die Förderung unserer Veranstaltung.

Für die Vor- und Nachbereitung des Seminars an: Alina Fischer, Julian Elbers, Seraina Herbst.

Diese Publikation ist das Resultat der gemeinschaftlichen Ergebniserarbeitung des Seminars.

Herausgeber*innen:

Konzept, Design: Charlotte Uekermann, Seraina Herbst

Lektorat, Durchführung: Alina Fischer, Julian Elbers

ARGE schnittpunkt (Hrsg.)(2013): Handbuch Ausstellungstheorie und -praxis. Wien, Köln, Weimar: Böhlau Verlag.

Blohm, Manfred; Heil, Christine; Peters, Maria; Sabisch, Andrea; Seydel, Fritz (2006): Über Ästhetische Forschung. Lektüre zu Texten von Helga Kämpf-Jansen. München: kopaed.

Hoffmann, Hilmar (1979): Kultur für Alle. Perspektiven und Modelle. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag.

Ingrisch, Doris; Mangelsdorf, Marion; Dressel, Gert (Hrsg.) (2017). Wissenskulturen im Dialog. Experimentarräume zwischen Wissenschaft und Kunst. Bielefeld: transcript Verlag.

Kämpf-Jansen, Helga (2000): Ästhetische Forschung. Wege durch Alltag Kunst und Wissenschaft–Zu einem innovativen Konzept ästhetischer Bildung. Köln: Salon Verlag.

Kastner, Jens (2009). Die Ästhetische Disposition. Eine Einführung in die Kunsttheorie Pierre Bourdieus. Wien: Verlag Turia + Kant.

Mörsch, Carmen, et al (Hrsg.)(2009): Kunstvermittlung 2 - Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12 Ergebnisse eines Forschungsprojektes. Zürich, Berlin: Diaphanes Verlag.

schnittpunkt - Jaschke, Beatrice; Martinz-Turek, Charlotte; Sternfeld, Nora (Hrsg.)(2005): Wer spricht? Autorität und Autorschaft in Ausstellungen. Wien: Turia + Kant Verlag.

