

stadtkultur magazin

Ausgabe 09 □ Juni 2009 □ 2,50 €



PROFIT – NON-PROFIT

FALK HOCQUÉL: Du hast keine Chance. Also nutze sie!

RALF HENNINGSMEYER: Erfolgreiches Fundraising

BETTINA KIEHN UND ERNST FEHLING: Mythos Vermietung

PROF. MICHAEL LINGNER: Kommerzialisierung im Kunstbetrieb



DRUCKEREI ST. PAULI

HKS-Betriebs-GmbH
 Große Freiheit 70
 22767 Hamburg

Telefon 040/317767-0
 Fax 040/31776767

info@stpaulidruck.de
 www.stpaulidruck.de



RIESTER-Rente, da kriegen selbst ganz alte Hasen spitze Ohren !!!!!!!

Unabhängige Beratung und Vermittlung •
 Renten-, Lebens-, Kranken-, Berufsunfähigkeits-,
 Unfallversicherungen • Kapitalanlagen • Fondssparen •
 Baufinanzierung • Bausparkassen •
 Künstlersozialversicherung

Uwe Voigt • Bei der Johanniskirche 7
 22767 Hamburg • Ruf 439 58 58

□ IMPRESSUM

stadtkultur magazin ist die Fachpublikation über Kultur(projekte) in Hamburg von STADTKULTUR HAMBURG e. V.
 Neuer Kamp 25, 20359 Hamburg
 Tel.: 040/879 76 46-11 – Yvonne Fietz (v.i.S.d.P.)
 Tel.: 040/879 76 46-16 – Heiko Gerken
 Fax: 040/879 76 46-20
 Internet: www.stadtkultur-hh.de
 E-Mail: magazin@stadtkultur-hh.de

stadtkultur magazin ist zu beziehen über: Mitgliedschaft bei STADTKULTUR HAMBURG e. V. oder per Info-Abo (15 Euro pro Jahr) oder per Versand (2,50 Euro plus Porto).

Autor/innen in dieser Ausgabe:
 Falk Hocqué, Ralf Henningsmeyer, Heiko Gerken,
 Bettina Kiehn und Ernst Fehling, Peter Rautenberg,
 Michael Lingner, Griet Gäthke, Britta Sominka,
 Yvonne Fietz, Ulli Smandek, geheimagentur

Die Redaktion behält sich vor, eingesandte Beiträge zu kürzen.

Redaktion, Satz & Layout: Heiko Gerken
 Gestaltung und Schlussgrafik:
 Sally Johnson, sj@transform-design.de
 Das *stadtkultur magazin* ist in FF Scala/FF Scala Sans gesetzt.

Titelbild: Streetart in der Naunynstraße in Berlin,
 Foto: Heiko Gerken

Für alle Fotos und Texte, soweit nicht anders angegeben, hält *stadtkultur magazin* die Rechte. Das *stadtkultur magazin* ist bei der Druckerei in St. Pauli gedruckt worden. Das *stadtkultur magazin* ist eine Non-Profit-Publikation, die überwiegend in ehrenamtlicher Arbeit und mit freundlicher Unterstützung der Hamburger Behörde für Kultur, Sport und Medien entsteht.

Redaktionsschluss für das neue Heft: 13. Juli 09
 Thema: **Wachstum**



Liebe Kulturinteressierte,

Mit dem Schwerpunkt „PROFIT – NON-PROFIT“ wendet sich das *stadtkultur magazin* einem spannungsreichen Thema zu. Es werden verschiedene Möglichkeiten und Gelingensbedingungen beleuchtet, zu Geld zu kommen, um Kunst- und Kulturprojekte zu finanzieren.

Die Beiträge von Prof. Michael Lingner (Hochschule für bildende Kunst, Hamburg), Peter Rautenberg (Veranstalter im goldbekHaus, Hamburg) und von der geheimagentur tragen verschiedene Positionen rund um die Themen Ökonomisierung, Geld und Kapitalismuskritik zusammen. Vor allem eines zeigt sich deutlich: vorschnelle und eindimensionale Wertung greifen meist zu kurz. Um sich dem Einfluss der Marktwirtschaft auf künstlerische und kulturelle Prozesse zu stellen, bedarf es eines genaueren Hinsehens, einer aktiven Auseinandersetzung und eines Annehmens der darin begründeten Herausforderungen.

Dabei entstehen so spannende Projekte wie „Geld oder Leben“, einem Kooperationsprojekt des Kulturforums Nord, oder auch das Betreiberkonzept der „KünstlerCommunity Elbinsel“, das innovative Eigentumskonstruktionen mit dem Schaffen eines neuen künstlerisch-kreativen Schmelzriegels verbindet, um positive und zugleich sozial verträgliche Effekte auf Stadtteilentwicklungsprozesse auf den Elbinseln anzustoßen.

Wir laden Sie mit diesem Heft ein, über den Wert von Kunst und Kultur nachzudenken – sowohl im monetären als auch im gesellschaftlichen Sinne – und wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Yvonne Fietz

□ INHALT

Impressum	2
Editorial	3
Stadtteilkulturpreis geht an die „East Side Story“	4
Rauf auf's Sofa! In vier Tagen „um die Welt“	5
Schwerpunkt: Profit – Non-Profit	6
FALK HOCQUÉL: Du hast keine Chance. Also nutze sie!	7
RALF HENNINGSMEYER: Erfolgreiches Fundraising	9
Fonds und Stiftungen	11
BETTINA KIEHN UND ERNST FEHLING: Mythos Vermietung	12
PETER RAUTENBERG: Eine Chance für das Unbekannte	14
MICHAEL LINGNER: Kommerzialisierung im Kunstbetrieb	16
GRIET GÄTHKE: Liegt das Geld auf der Straße?	18
BRITTA SOMINKA: Vom Profit eines Non-Profit-Projektes	19
YVONNE FIETZ: KünstlerCommunity Elbinsel	20
GEHEIMAGENTUR: Die Kunst der Verschwendung	21
ULLI SMANDEK: 25! werden in Barmbek	23
Veranstaltungen	24

Publikation

ABGABEN UND STEUERN BEI KULTUR-VERANSTALTUNGEN

Gemeinsam mit Stefan Strobach veröffentlicht die LAG Soziokultur Niedersachsen einen Ratgeber für Veranstalter, der für die Organisation von Sportveranstaltungen ebenso hilfreich ist wie für die Organisation von Veranstaltungen im kulturellen oder sozialen Bereich.

Kurz und prägnant werden die Grundlagen zu GEMA, KSK, Sponsoring und zur Besteuerung ausländischer Künstler bzw. Sportler in allgemeinverständlicher Weise erläutert. Anschauliche Beispiele bieten Lösungsansätze. Die zahlreichen Praxistipps, Hinweise auf Einsparpotenziale, amtliche Vordrucke, Tarifübersichten und Informationsquellen machen den Ratgeber zu einer großen Hilfe – geschrieben aus der Praxis für die Praxis. Der Ratgeber „Abgaben und Steuern bei Kulturveranstaltungen“ kann unter der ISBN 978 383 703 8729 für 9,80 Euro im Buchhandel erworben werden.

Kontakt: LAG Soziokultur, Niedersachsen e. V., Lister Meile 27, 30161 Hannover, 05 11/59 09 04-0, lags@soziokultur-niedersachsen.de

Publikation

NEUE AUSGABE DER „KULTURSZENE“

Der Fonds Soziokultur stellt in der elften Ausgabe der „Kulturszene“ Kulturprojekte aus dem Förderjahr 2008 vor. Die Fonds-Zeitschrift enthält Projektbeispiele sowie eine statistische Auswertung der Antragsentwicklung und Förderpraxis für den Zeitraum zwischen 2002 und 2008.

Diese Dokumentation trägt damit dem kulturpolitischen Anspruch des Fonds Soziokultur Rechnung, Förderentscheidungen transparent und nachvollziehbar zu machen. Das Heft kann gegen eine Schutzgebühr von 2,20 Euro in Briefmarken über die Geschäftsstelle des Fonds bezogen werden.

Kontakt: Fonds Soziokultur, Haus der Kultur, Weberstraße 59 a, 53113 Bonn, 02 28/97 14 47 90, info@fonds-soziokultur.de

Stadtteilkulturpreis geht an die „East Side Story“

Bereits zum achten Mal wurde Ende März der Hamburger Stadtteilkulturpreis vergeben. Der mit 5 000 Euro dotierte Preis ging an das Projekt „East Side Story“ der LOLA, das Schülern aller Altersstufen in Lohbrügge Ost ein großes stadtteilbezogenes Kulturangebot ermöglichte.

Organisiert vom Kulturzentrum LOLA, bot die „East Side Story“ Kindern und Jugendlichen Kurse und Aktivitäten rund um Kunst, Theater, Film, Musik und Tanz sowie einen Geschichtswettbewerb, aus dem die Dokumentation „Weggegangen und angekommen“ über die Migrationswege von Familien aus Lohbrügge Ost entstanden ist.

Nominiert waren außerdem das Buchprojekt „Wilhelmsburg – Hamburgs große Elbinsel“ von der Geschichtswerkstatt Wilhelmsburg und dem Museum Elbinsel Wilhelmsburg e. V. sowie das „Angebot für ältere Menschen mit Behinderungen in der Region Walddörfer“ in der Begegnungsstätte Bergstedt.

Mit dem Hamburger Stadtteilkulturpreis werden Projekte und Initiativen ausgezeichnet, die durch ihre Idee und ihre Resonanz ein besonders gutes Beispiel für andere Stadtteile darstellen. Der Stadtteilkulturpreis wird seit 2002 vom Hamburger Wochenblatt-Verlag gestiftet und in Zusammenarbeit mit der Hamburgischen Kulturstiftung, STADTKULTUR HAMBURG, der Patriotischen Gesellschaft von 1765 und der Behörde für Kultur, Sport und Medien ausgelobt und verliehen. ■

□ KONTAKT:

Behörde für Kultur, Sport und Medien, Hohe Bleichen 22, 20354 Hamburg, werner.froemming@bksm.hamburg.de



V.r.n.l.: Senatorin Prof. Dr. Karin v. Welck und Preisstifter Manfred Heinz vom Wochenblatt-Verlag mit den Preisträgern

FOTO: HEIKO GERKEN

Rauf auf's Sofa!

„WohnSitz Barmbek“ ist ein Projekt des **BÜGERHAUSES IN BARMBEK**, in dem Barmbek-Nord auf eine neue, innovative Art präsentiert werden soll: in Form eines „foto-poetischen“ Stadtplans.

Auf dem Plan werden besondere Plätze eingezeichnet, die Bewohnerinnen und Bewohner aus Barmbek-Nord vor Ort auf einem roten Sofa sitzend als ihre Lieblingsplätze vorstellen. Dies wird auf Fotos und in dazu passenden Texten auf dem Stadtplan festgehalten. Frisch Hinzugezogene sollen so auf interessante Orte hingewiesen werden, und vielleicht entdecken ja auch Kenner des Stadtteils ihnen bisher unbekannte, sehenswerte Fleckchen. Von der Hebebrandstraße bis zum Osterbekkanal, vom Rübenkamp bis zur Seebek – wo sind sie, die besonderen Plätze, die man kennen sollte?

Falls Interessierte nicht sicher sind, wie das Sofa in einem Garten, auf einem Sportplatz, vor einem Café oder in anderer, untypischer Umgebung aussehen würde –

kein Problem, dafür gibt es den WohnSitzSucher: Er vermittelt den passenden Blick auf die Umgebung und hilft bei der Lieblingsplatzbestimmung. WohnSitzSucher und Fototermine bekommt man im Bürgerhaus und bei den öffentlichen Präsentationen des Sofas, wie z. B. beim Stadtteilstfest „Kultur-Bewegt“, das am 11. Juli rund um das Bürgerhaus in Barmbek stattfindet.

Fotografiert wird – bei gutem Wetter – von Mai bis September. Der Stadtplan wird im Frühjahr 2010 als Papierfaltplan und bereits während der Entstehung als Version im Internet vorliegen. ■

□ KONTAKT:

Bürgerhaus in Barmbek, Eszter Váci, Lorichsstraße 28 a, wohnsitz@buengerhaus-in-barmbek.de

In vier Tagen „um die Welt“

Das Projekt **SWITCH** ermöglicht es Kindern und Jugendlichen auch diesen Sommer wieder, Menschen aus aller Welt zu treffen.

Seit 2005 organisiert die Kulturbrücke Hamburg e. V. für Kinder im Alter von neun bis 14 Jahren zweimal im Jahr eine viertägige „Weltreise“. Die teilnehmenden Kinder werden in Gruppen eingeteilt, die jeweils aus vier Kindern unterschiedlicher Herkunft bestehen. Die Kinder verbringen vier Tage im Wechsel in einer der Familien.

Alle Kinder führen Tagebücher, die von einer Jury bewertet und mit attraktiven Preisen dotiert werden. Im Sommer findet Switch vom 18. bis 21. Juli und vom 20. bis 23. August statt, der Anmeldeschluss ist der 15. Juni. ■

□ KONTAKT:

Switch, 040/37 51 73 73, www.switchhamburg.de

Wettbewerb UNART FESTIVAL

2009 geht unart, der Jugendwettbewerb für multimediale performances, in Hamburg, Berlin, im Rhein-Main-Gebiet und in der Region Dresden in die zweite Runde. Jugendgruppen können sich mit einer Performance bewerben und werden durch Profis in der Ausarbeitung ihrer Performance gecoacht. Mitmachen können Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren in Gruppen von drei bis 20 Teilnehmern. Im Oktober findet die Auswahl statt, in Hamburg im Thalia Theater. Beim Finale haben die Bewerber dann die Chance, für die große unart-Tournee ausgewählt zu werden.

Kontakt: BHF-BANK-Stiftung, Bockenheimer Landstraße 10, 60323 Frankfurt am Main, hamburg@unart.net, www.unart.net

Veranstaltung 2. ALLERMÖHER FESTSPIELE

In der Zeit vom 22. Juli bis 2. August findet das Sommerferien-Projekt zu den 2. Allermöher Festspielen unter dem Motto „Zweihundertzwanzig. Freiheit – Gleichheit – Brüderlichkeit.“ für 50 Jugendliche und junge Erwachsene ab 14 Jahren statt. Ob Talente mit oder ohne Bühnenerfahrung: Alle Interessierten aus Neuallermöhe, ganz Hamburg und darüber hinaus sind eingeladen, sich für das Projekt anzumelden.

Kontakt: KulturA, Otto-Groth-Straße 90, 21035 Hamburg, 040/73 59 70 25, kultura@bergedorf.de

Veranstaltung TAG DER OFFENEN TÜR

Am 12. Juli veranstaltet die Begegnungsstätte Bergstedt von 10 bis 16 Uhr ihren diesjährigen „Tag der offenen Tür“ mit dem traditionell dazugehörenden Flohmarkt im Schäferredder. Neben der Präsentation des neuen Programms garantieren jede Menge attraktive Programmpunkte wie das Kinderfest einen schönen sommerlichen Tag.

Kontakt: Begegnungsstätte Bergstedt, Bergstedter Chaussee 203, 22395 Hamburg, 040/604 02 49, info@begegnungsstaette-bergstedt.de

Profit – Non-Profit:

Ohne Moos nix los, oder: Not macht erfinderisch

Es wird wieder auf's Geld geguckt. Deshalb beleuchtet das *stadtkultur magazin* in elf Artikeln Kunst und Kultur im Spannungsfeld zwischen Profit und Non-Profit.

Wie und wodurch ist Kultur finanzierbar? Wer stellt sich dabei in wessen Dienste? Was sind beliebte Fallstricke im Non-Profit-Bereich und wie sehen erfolgreiche Finanzierungsmodelle aus? Das *stadtkultur magazin* hat dazu drei Beispiele aus der Praxis zusammengetragen.

Die Pferdestall Kultur GmbH finanziert Kultur durch Gastronomie. Mit der Pony Bar hat die Gesellschaft dieses Finanzierungsmodell erprobt und nun auf insgesamt sieben Standorte ausgeweitet. Diese Art der Finanzierung bedarf aber spezialisierter und inhaltlich präzise positionierter Kulturorte in entsprechenden Szenevierteln (S. 7).

Die GWA St. Pauli beschreibt ihre Entwicklung der letzten Jahre und plädiert für Fundraising als Finanzierungsmodell (S. 9). Im Anschluss wird eine Auswahl von Stiftungen und Fonds für Kulturprojektfinanzierung aufgelistet (S. 11).

Das Bürgerhaus Wilhelmsburg will mit dem „Mythos Vermietung“ als Finanzierungsmodell aufräumen und stellt Tipps und Tricks aus der alltäglichen Praxis vor. Das Bürgerhaus rät davon ab, Vermietung halbherzig zu betreiben (S. 12).

Im zweiten Teil des Schwerpunktes wurden Statements, Interviews und Projektbeschreibungen zum Thema zusammengestellt. Peter Rautenberg, Veranstalter im goldbekHaus, hält ein Plädoyer für Kunst und Kultur in Zeiten knapper



Wo soll man das Geld herbekommen?

FOTO: HEIKO GERKEN

Finanzmittel (S. 14). Professor Michael Lingner von der Hochschule für bildende Künste äußert sich in einem Interview über die Kommerzialisierung im Kunstbetrieb (S. 16). Die MOTTE berichtet über Probleme innovativer Finanzierungsmodelle der altonale: Ist das Kulturfestival eine „kommerzielle Veranstaltung“, auch wenn die Gewinne aus dem Geschäftsbereich gleich wieder in Kultur investiert werden (S. 18)?

Das ella – Kulturhaus Langenhorn berichtet vom Theaterfestival „GELD oder LEBEN“ und vom Profit eines Non-Profit-Projektes (S. 19). In den nächsten Jahren soll am Vehringkanal die „KünstlerCommunity Elbinsel“ entstehen. Auch hier sollen durch wirtschaftliche Geschäftsbetriebe erwirtschaftete Überschüsse zur Förderung von Kunst und Kultur eingesetzt werden (S. 20).

Zum Abschluss präsentiert die Künstlergruppe „geheimagentur“ Ausschnitte aus ihrer Show „Asche zu Asche“ und plädiert für „Eine Kunst der Verschwendung“ (S. 21).

Du hast keine Chance. Also nutze sie!

Falk Hocqué, Geschäftsführer der PFERDESTALL KULTUR GMBH, erläutert die Finanzierungs-Geschichte und -Philosophie des „Pferdestall-Projektes“ und stellt damit ein „Kulturmodell für ein neues Jahrtausend“ vor.

AUTOR: FALK HOCQUÉL



Im Kulturhaus III&70 wurde das Finanzierungsmodell der Pony Bar ausgebaut

Das „Pferdestall-Projekt“ begann im Jahr 2000. Die Welt war zu Silvester nicht untergegangen und nun war klar: Alles bleibt beim Alten. Das hieß an der Universität Hamburg: Kultur ist super, aber Geld gibt es dafür nicht. Jedenfalls nicht von der Uni und nicht für ein studentisches Kulturzentrum. Trotzdem gab es einen Ort, der die Fantasie von einigen kulturinteressierten Studenten anregte: den Pferdestall.

Der Pferdestall am Allende-Platz mitten im Grindel-Viertel ist ein viergeschossiges, historistisches Uni-Gebäude, das einen 600 Quadratmeter großen, glasüberdachten Innenhof umschließt. Ein studentisches Team fing an, Veranstaltungen auf diesem Innenhof durchzuführen – fünf „Vollblutwochen“ in zwei Semestern. Der AstA unterstützte die Finanzierung des Kulturprogramms und half auch sonst an allen Ecken und Enden. Nach diesem Jahr hatte das Pferdestall-Team 5 000 Euro Schulden. Was nun? Die naive Phase des Projekts war zu Ende. So ging es nicht weiter. Wie dann?

Kultur kostet und studentische Eintritte refinanzieren diese Kosten nicht – nicht einmal mit Unterstützung des AstA. Schnell wurde dem Team ein Mechanismus klar: Ohne dauerhafte, hohe Subventionen muss die Gastronomie der „Rettungsanker“ sein.

Und hier kommt der „Non-Profit“-Begriff ins Spiel. Wenn der Lösungsansatz sich verschiebt und das studentische Kulturzentrum nicht zuerst von der Kultur gedacht werden kann, sondern zuerst von der Gastronomie gedacht werden muss – ist das dann „Kommerzkultur“? Fest steht: Gemeinnützig ist diese Unternehmung erst einmal nicht:

1. Der Wirtschaftsbetrieb zur Finanzierung der Kultur macht durch sein Volumen die Gemeinnützigkeit des Gesamtkonstrukts unmöglich.

2. Der Veranstaltungs-Mix muss so gestaltet sein, dass sich die Gastronomie lohnt und sie dadurch die Kultur auch finanzieren kann. Ein Großteil dieses Programms, wie z. B. Live-Musik, ist zwar Kultur, aber nicht gemeinnützig. Also haben wir gedacht: Gut, wir verwenden den gastronomischen Überschuss ausschließlich für Kultur. Das ist dann zwar nicht gemeinnützig, aber non-profit. Es wurde eine Gesellschaft gegründet: die Pferdestall Kultur GmbH. Eine GmbH sollte es sein, weil dadurch im Falle eines Scheiterns die Haftung beschränkt ist. Das juristische Konstrukt des gemeinnützigen Vereins kam – wie oben dargestellt – nicht in Frage. So entstand die „Pony Bar“.

Inzwischen feiert die „Pony Bar“ ihren fünften Geburtstag. Seit fünf Jahren finden hier fast täglich Veranstaltungen statt. Die Highlights sind der Band-Montag, der Jazz-Mittwoch und der Tatort-Sonntag.

Soweit, so gut. Aber klappt auch im Großen, was im Kleinen Erfolg hatte?

Spezialisierte Kultureinrichtungen

Die Pferdestall Kultur GmbH (PKG) ist im Bewusstsein entstanden, dass staatliche Mittel seit dem Jahrtausendwechsel für neue städtische Kulturzentren – egal ob universitär oder stadtteilbezogen – de facto nicht zur Verfügung stehen. Schon damals waren die Kassen leer und jetzt – nach der Weltwirtschaftskrise – wird es wohl noch schlimmer. Das heißt für Kulturinitiativen oft, dass sie eine Alternative zu staatlichen Subventionen finden müssen. Die Alternative der PKG heißt: ein durch Gastronomie gestütztes, studentisches Kulturzentrum.

Im Kleinen – mit der Pony Bar – wurde das Modell erprobt und im Großen – mit dem Kulturhaus 73 – erfolgreich fortgeführt. Das Modell wurde ausgeweitet und heute ist die PKG als Dach für insgesamt sieben Orte kulturgastronomisch tätig. Das Spektrum reicht von Studentenkneipe (Pony Bar) über Galerie (14 Dioptrien) und Live-Musik-Club (Astra Stube) bis zu Kulturhaus (III&70) und Staatstheater (Berliner Schaubühne).

Diese Vielfalt der Objekte ist notwendig, weil die PKG der Überzeugung ist, dass nur spezialisierte und inhaltlich präzise positionierte Einrichtungen wirtschaftlich zu führen sind. Es kann nicht an jedem Ort jede Zielgruppe erreicht werden, ohne pro Abend erheblich Publikum zu verlieren und damit gastro-

nomischen Umsatz einzubüßen. Wegen dieses sensiblen Zusammenspiels von Zielgruppe, Akteuren und Standort ist das Konzept jedoch schwer auf andere Stadtteile zu übertragen.

Studentisches Personal

Ein wesentlicher Teil der Philosophie der PKG ist die Personalpolitik: Jede und jeder Mitwirkende soll sich sowohl für Gastronomie – die wirtschaftliche Grundlage – als auch für Kultur – das ideelle Ziel – engagieren. So werden beide Bereiche auch personell miteinander verbunden und einem Auseinanderdriften der Interessen wird vorgebeugt. Es bedarf also Personen, die bereit sind, beide Seiten der Medaille – Wirtschaft und Kultur – gleichermaßen ernsthaft kennen zu lernen. Dabei dient der gastronomische Bereich – auch individuell – dem Verdienst und der kulturelle Bereich der Weiterbildung.

Die durchschnittliche Verweildauer der Mitwirkenden liegt bei drei Jahren. Danach ist der Lernprozess abgeschlossen und/oder die parallele Ausbildung – meist ein Studium – beendet, dann beginnt das „normale“ Berufsleben. Nur ein kleiner Teil der über 100 Beschäftigten wird Gesellschafter und bleibt als „Mentor“ dem Projekt erhalten.

Und doch Vereine...

Seit zwei Jahren wurden der GmbH nun fünf Vereine zur Seite gestellt. Die Mehrheit von ihnen ist gemeinnützig. Diese Vereine bestehen zumeist aus aktuellen oder ehemaligen Projektmitwirkenden. Ziel der Vereine ist es, die Selbstverwaltung zu fördern und die Überschaubarkeit der Verantwortlichkeiten in einzelnen inhaltlichen Bereichen zu erhalten. So existiert jetzt je ein Verein für Alltagskultur, Theater, Literatur & Politik, Visuelle Kunst und Musik.

Die Organisationsstruktur der PKG soll flexibel bleiben. Trotz der notwendigen Hierarchien soll durch die Struktur ein Maximum an direkter Mitwirkung und genauso ein Maximum an erlebbarer Eigenverantwortung gewährleistet werden.

Die PKG und ihre Vereine arbeiten ungeachtet dieser neuen Entwicklung komplett staatlich unsubventioniert. ■

□ KONTAKT:

PFERDESTALL Kultur GmbH, Schlüterstrasse 14, 20146 Hamburg, 040/18 05 78 08, info@pferdestall.de, www.pferdestall.de

Erfolgreiches Fundraising

Ralf Henningsmeyer, neuer Geschäftsführer der GWA ST. PAULI und Fundraising-Berater, berichtet am Beispiel der Entwicklung der GWA über Fundraising als Finanzierungsmöglichkeit für Non-Profit-Organisationen.

AUTOR: RALF HENNINGSMEYER

Ein Kardinalfehler hierzulande ist, dass sich weder oft noch regelmäßig genug um die Unterstützung privater Förderer bemüht wird.¹

Die GWA St. Pauli e. V. ist eine der ältesten stadtteilkulturellen Einrichtungen in Hamburg und hat im Laufe ihrer Geschichte davon gelebt, dass die Hamburger Behörden bereit waren, die Arbeit der GWA zu finanzieren. Die stadtteil- und soziokulturellen Zentren bundesweit wandelten sich in dieser Zeit zu kulturellen Dienstleistern, die einen ansehnlichen Anteil an Eigenmitteln erwirtschaften. Vor allem einige Kulturveranstaltungsformate wie z.B. Tanznächte, Kurse und Vermietungen sind zu notwendigen Geschäftszweigen geworden. Der GWA war es aufgrund der geringen Größe ihrer Räume im KÖLIBRI nicht möglich, diese Einnahmezweige wesentlich zu entwickeln.

Nachdem es gelungen war, größere Stadtteiltheaterproduktionen fast überwiegend über Fundraising zu finanzieren, wurde klar, welche Potenziale in dieser Finanzierungsart stecken.

Eine Organisation zu verändern, sie zukunftsfähiger zu machen, setzt voraus, dass alle Akteure bereit sind, den gleichen Weg zu gehen. Festgefahrene Strukturen und glattlaufende Routinen stehen Veränderungsprozessen naturgemäß im Wege. Zukunftswerkstätten, Zieldiskussionen und ein Prozess der

Organisationsentwicklung über einen längeren Zeitraum sind die geeigneten Instrumente, sich weiterzuentwickeln.

Zentrale Fragestellungen hierbei sind:

- Welche Arbeit leistet der Kern der Einrichtung?
- Welche neuen Themen passen zum Stadtteil, zur Einrichtung, in die Zeit?
- Welche Projekte können entstehen, welche Akteure können gewonnen werden?
- Welche Finanzierungsmöglichkeiten bieten die Projekte?

Nach dem Corporate-Identity-Ansatz ist ein in sich stimmiges, einheitliches und unverwechselbares Gesamtbild der unterschiedlichen Faktoren anzustreben, denn es geht darum, den besonderen Geist der Organisation in die Köpfe der Mitarbeiter zu transportieren und von dort auf den Markt zu übertragen.¹

Das Einlassen auf verstärkte Projektarbeit hat Konsequenzen. Es bedeutet die Bereitstellung personeller und finanzieller Ressourcen für die Vorbereitung und Durchführung. Die an Projekten beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können nur befristet beschäftigt werden. Gleichzeitig bedeutet der Projektaufbau eine neue Themenvielfalt und eine Erweiterung des Spektrums der Einrichtung.

Erfolgreiches Fundraising setzt voraus, deutlich zu machen, wo der Bedarf liegt. Es muss ganz konkret benannt werden, für was Mittel in welcher Höhe benötigt werden. Nur ganz all-

gemein finanzielle Probleme zu benennen, hat kaum Aussicht auf Erfolg.

Konkrete Vorhaben, zeitlich umrissen mit klaren Zielen und einem vollständigen Finanzierungsplan sind das Material, was z. B. eine Stiftung braucht, um sich ein Bild von der Förderungswürdigkeit eines Antrags zu machen.

Ein guter Slogan oder schöne Selbstdarstellungsbroschüren allein nützen wenig. Gerade bei Non-Profit-Organisationen sind die Repräsentanten meist die wichtigsten Vermittler der Botschaft.¹

Der Aufbau persönlicher, authentischer Beziehungen zu Vertretern von Stiftungen, zu Spendern und Förderern kostet viel Zeit und Einsatz – aber es zahlt sich aus, wenn Bindungen entstehen, die länger tragen.

Besonders erfreulich ist es, wenn sich Menschen finden, die Zeit, Geld und Beziehungen haben, um die Arbeit einer Einrichtung zu fördern. So gelang es der GWA mit Hilfe eines engagierten Fördervereins, Fundraising-Events wie z. B. eine „Stille Auktion“, ein Sponsoren-Essen sowie kleinere Events für Unterstützer durchzuführen. Die Mittel des Fördervereins sind mittlerweile unverzichtbarer Bestandteil der Finanzierung, speziell der Kinder- und Jugendarbeit des Vereins.

Die Entwicklung eines strategischen Stiftungsfundraisings führte zur Finanzierung einzelner konkreter Projekte, dann zur Bindung von Förderern zu mehrjähriger Unterstützung sowie der Möglichkeit, Förderungen auf neue Projekte zu verlagern oder zu erweitern.

Ergebnis der Organisationsentwicklung der GWA war die Entwicklung von einer Stadteleinrichtung zu einem Trägerverein mit breiter Angebotspalette – von der Stadteinkultur bis

zum sozialpädagogischen Dienstleister. Aktuelle Projekte und Vorhaben sind u. a.:

- „Mit Shakespeare auf St. Pauli“ (Stadtteiltheater im 2. Jahr)
- Film über Gentrifizierung: „Empire St. Pauli – von Perlenketten und Platzverweisen“
- Jugendprojekt „BigPoint“ (Erlebnispädagogik in der Großstadt)
- Jugendfilmwerkstatt „Dreh auf Pauli“
- Beteiligungsprojekt „Gählerpark“
- ADEBAR – Krisenhilfe in Bahrenfeld
- Angebot einer Gäste-(Not-)Wohnung für junge Mütter
- IBiS – Interkulturelle Betreuung im Sozialraum

Das Loslassen von einem begrenzten örtlichen Aktionsradius und die Bereitschaft, an anderen Orten tätig zu werden, erweiterte die Betätigungsmöglichkeiten deutlich. Ein konkreter Ausdruck entstand in der Veränderung des unhandlichen Namens von „Gemeinwesenarbeit St. Pauli-Süd“ zur Marke „GWA St. Pauli“. Neue einprägsame Bezeichnungen für einzelne Arbeitsbereiche sollen eine bessere Wiedererkennung ermöglichen: KÖLIBRI (Stadtteilzentrum), ADEBAR (Familienförderung), IBiS (Interkulturelle Betreuung im Sozialraum).

Der skizzierte Prozess ist wesentlich von Claudia Leitsch und Ralf Hennigsmeyer vorangetrieben worden. Claudia Leitsch verlässt die GWA St. Pauli für mehrere Jahre, Ralf Hennigsmeyer hat im Mai 2009 die Geschäftsführung der Einrichtung übernommen. ■

¹Die Zitate sind dem „Handbuch Fundraising“ (Campus Verlag, 2002) entnommen.

□ KONTAKT:

GWA St. Pauli e. V., Hein-Köllisch-Platz 12, 20359 Hamburg, 040/319 36 23, info@gwa-stpauli.de, www.gwa-stpauli.de

Fonds und Stiftungen

Woher kann das Geld für ein Kultur-Projekt kommen? Das *stadtkultur magazin* listet die wichtigsten Fonds und Stiftungen für KULTURFINANZIERUNG in Hamburg auf.

Fonds Soziokultur

►► www.fonds-soziokultur.de

Der Klassiker: Der Fonds fördert zeitlich befristete Projekte, in denen neue Angebots- und Aktionsformen in der Soziokultur erprobt werden.

Kulturstiftung des Bundes

►► www.kulturstiftung-des-bundes.de

Neben der offenen Projektförderung gibt es unterschiedliche thematische Fonds (u.a. Darstellende Künste, internationale Theaterpartnerschaften, Theaterprojekte).

Hamburgische Kulturstiftung

►► www.kulturstiftung-hh.de

Im Mittelpunkt der Förderung steht die zeitgenössische Kunst und Kultur. Auch Kinder- und Jugendkultur wird berücksichtigt, besonders in Stadtteilen mit hohem Entwicklungsbedarf.

BürgerStiftung Hamburg

►► www.buergerstiftung-hamburg.de

Bewerben können sich freie Träger der Kinder- und Jugendhilfe, Vereine, Initiativen und Einrichtungen, die gemeinnützige Zwecke verfolgen, für Fördersummen bis 5 000 Euro.

Anstiften! 50 Impulse für Hamburg

►► www.hamburg-anstiften.de

Bis Ende März konnten sich Initiativen und Vereine, Schulen oder Bildungs- und Sozialeinrichtungen auf jeweils 10 000 Euro Förderung bewerben.

PriceWaterhouseCoopers Stiftung

►► www.pwc-stiftung.de

Unterstützt innovative Projekte in allen Bereichen der ästhetischen Bildung.

Haspa-Hamburg-Stiftung

►► www.haspa.de/Haspa/haspa-hamburg-stiftung/Homepage.html

Die Stiftung fördert Projekte zu den Themen Bildung und Wissenschaft.

SAGA GWG Stiftung Nachbarstift

►► www.saga-gwg.de/2780.html

Die SAGA GWG finanziert die Grund- bzw. Erstausrüstung von Projekten mit mittel- bis langfristigem Nutzen für die betroffenen Nachbarschaften.

Medienstiftung Hamburg/Schleswig-Holstein

►► www.medienstiftung-hsh.de

Fördert u.a. Nachwuchsprojekte, Aus- und Weiterbildung sowie Erprobung und Erforschung neuer Medientechnologien.

Schering Stiftung

►► www.scheringstiftung.de

Der Fokus im künstlerischen Bereich liegt bei der bildenden und darstellenden Kunst (inklusive Musik und Tanz).

Hamburger Kinder- und Jugend-Kulturpreis

►► www.dr-langner-stiftung.org

Die Dr. E. A. Langner-Stiftung unterstützt innovative, modellhafte, kulturelle Projekte, die sich positiv auf die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen auswirken.

Initiative „Kultur bewegt“

►► www.hamburg.de/kultur-bewegt-09

Die Behörde für Kultur, Sport und Medien, die Stiftung Maritim und die Hamburgische Kulturstiftung fördern Projekte im Netzwerk von Kulturarbeit, Schule, Jugendhilfe, freien Kulturinitiativen und Künstlern.

Peter-Mählmann-Stiftung

►► www.haspa.de/Haspa/DieHaspa/GesellschaftlichesEngagement/Stiftungen/PeterMaehlmannStiftung

Die Stiftung unterstützt Jugendprojekte und -einrichtungen, Schulen und Sportvereine bei kleineren investiven Maßnahmen.

RWE Jugendstiftung gGmbH

►► www.rwe.com

Nachhaltige Förderung und Unterstützung der Bildung und Kultur, der Integration sowie die Entwicklung sozialer Einsatzbereitschaft von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen wird hier finanziell unterstützt.

Hamburg-Mannheimer-Stiftung: Jugend & Zukunft

►► www.hamburg-mannheimer.de

Fördert die Jugendpflege und Jugendfürsorge, um Kindern und Jugendlichen Zukunftsperspektiven zu eröffnen.

Robert Bosch Stiftung GmbH

►► www.bosch-stiftung.de

Die Stiftungsphilosophie der Robert-Bosch-Stiftung ist weit reichend. Im Einzelfall muss das konkrete Projekt auf diese Philosophiegrundsätze abgestimmt sein.

Bergedorf-Bille Stiftung

►► www.bergedorf-bille-stiftung.de

Die Stiftung fördert Freizeitinitiativen in Großsiedlungen.

Jahr der Künste 2009

►► www.jahrderkuenste.de

Das Jahr der Künste ist darauf angelegt, die ästhetischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen an Hamburger Schulen in Kooperation mit Institutionen und/oder Künstlern zu stärken. Bewerbungen war bis Ende Mai möglich.

Mehr Stiftungen im Netz:

►► www.hamburger-stiftungen.de

►► www.hamburg.de/stadt-der-tausend-stiftungen/

Mythos Vermietung

Im Rahmen der Erwirtschaftung von Eigenmitteln nimmt der Bereich der Raumvermietung für viele Zentren an Bedeutung zu. Der Druck, in diesem Bereich spürbare Umsätze zu generieren, wächst. Das BÜRGERHAUS WILHELMSBURG ist nicht nur ein grob unterfinanziertes Kulturzentrum, sondern auch ein recht profitables Tagungshaus. Mit der folgenden Betrachtung will das Bürgerhaus einen Beitrag zur Frage „Raumvermietung – Was geht?“ leisten.

AUTOREN: BETTINA KIEHN UND ERNST FEHLING

Wer in Hamburg einen Tagungsraum für zehn bis ca. hundert Personen mieten möchte, kann unter einer Vielzahl professioneller Angebote wählen. Ob in der Hafencity oder in Rahlstedt, alle sind hochwertig ausgestattet und haben natürlich eine tolle Aussicht. Neben auf das Seminargeschäft spezialisierten Büroetagen-Vermarktern, ist dieses Marktsegment das Dorado der Hotels. Solvente Firmenkunden sind die umworbene Klientel, auf deren Interessen die angebotenen Dienstleistungen zugeschnitten werden. Über potenziell kurzfristig vermietbare Flächen in der Größenordnung 25 bis 150 Quadratmeter verfügen auch viele Stadtteilkulturzentren und Bürgerhäuser.

Deutlich weniger dicht ist das Raumangebot für Tagungen mit bis zu 600 Personen – der Markt, in dem sich das Bürgerhaus Wilhelmsburg positioniert hat. Im Segment darüber sind die Anbieter im Raum Hamburg an einer Hand abzuzählen.

Wer seine Aktivitäten über die nachbarschaftliche Vermietung von Partyräumen oder kostenpflichtige Nutzungen durch örtliche Vereine hinaus erweitern will, um im mutmaßlich lukrativen Segment der Firmenkunden Fuß zu fassen, muss einiges bewegen.

Zunächst die Grundsatzfrage: Wollen wir das überhaupt? Wollen wir Teile unserer ohnehin knappen Ressourcen –

Räume, Geld, Personal – für einen „For-Profit-Betrieb“ in unserem Zentrum einsetzen? Wer hier nur mit einem „Muss ja wohl“ antwortet, sollte die Finger von professioneller Raumvermietung lassen.

Für die Verbleibenden beginnt die Arbeit: Was an unserem Haus ist das charmante Äquivalent zum Elbblick? Welche Marketingmaßnahmen bringen mich mit potenziellen Kunden in Kontakt? Wer sind diese Kunden überhaupt: Wo führen die regionalen Mittelständler ihre Betriebsversammlungen und Weihnachtsfeiern durch, wo machen die bezirklichen Fachämter ihre Klausurtagungen und welche Raumbedarfe haben sie? Mit welchem Angebot sind wir marktfähig? Ohne eine umfassende Analyse im bezirklichen Nahbereich geht es nicht. Unserer Erfahrung nach sind z. B. für Fachtagungen Raumkombinationen wie ein Saal plus Gruppenräume gefragt.

Als Voraussetzung muss das laufende Hausprogramm so organisiert sein, dass die vermietbare Ressource auch tatsächlich zur Verfügung steht, bestimmte Räume bis 18 Uhr z. B. nicht mit Kursen belegt werden oder eine Ausfalloption in die Kursdauer eingeplant wird. Darüber hinaus gibt es tagtäglich das Abwägen zwischen den Kulturangeboten, den Projekten mit kurzfristigerem Planungsstand und den umsatzträchtigen Vermietoptionen.

Dann kommt die Logistik: Verschiedene Bestuhlungsvarianten sind selbstverständlich. Wer sorgt für die nötigen Umbauten, idealerweise mehrmals täglich? Wer übernimmt die Spontanreinigung verschmutzter Bereiche? Wie viele Tagungshilfsmittel – Flipcharts, Metaplan- und Leinwände – müssen vorgehalten werden und wo werden sie gelagert? Wer einen der regelmäßig angefragten Beamer vermietet, muss in der Lage sein, das System mit kryptischen Kundendaten zum Laufen zu bringen, und im Zweifelsfall noch einen Laptop dazu vermieten können. Je nach Raumgröße ist eine sprachtaugliche PA und technische Betreuung durch vertrauenswürdige Dienstleister nötig.

Und dann – ganz wichtig – die Gastronomie: Tagungsgetränke im Veranstaltungsraum oder davor, warmes Mittagessen, Häppchen zwischendurch. Ob der Kunde ein Pauschalpaket bucht oder die Teilnehmer jeden Kaffee in bar bezahlen, sein schmutziges Geschirr räumt keiner weg. Und wenn das Essen nicht schmeckt, war die ganze Tagung ein Reinfluss.

Im Bürgerhaus Wilhelmsburg arbeiten wir exklusiv mit je einem Dienstleister für Catering und Veranstaltungstechnik zusammen, die ihre Zentrale in unserem Haus haben, um eine gleichbleibend hohe Qualität durch ununterbrochene interne Kommunikation zu erzielen und für die Kunden kurze Wege zu ermöglichen. Mit dem Vermietungsbereich ist ein Mitarbeiter des Bürgerhauses fast vollständig ausgelastet. Dazu kommt der Verwaltungsaufwand für die Rechnungsstellung.

Durch die Optimierung unseres Angebots – sowohl hinsichtlich der zur Verfügung stehenden Räume als auch der

Gastronomie – und ein wenig Marketing, konnten wir unseren Umsatz von 2005 bis 2008 um rund 80 Prozent steigern. Auf dem Weg lag der Break Even, sodass wir jetzt – erst jetzt! – tatsächlich Geld verdienen, das in die gemeinnützige Arbeit und vor allem in die erforderliche Infrastruktur zurückfließen kann. Gleichzeitig sind wir mit dieser Auslastung dicht an unsere Kapazitätsgrenzen gelangt. Und: Vermietung ist endlich, steuerpflichtig und konjunktursensibel.

Die aus dem Tagungsgeschäft erzielten Gewinne ermöglichen, dass Wilhelmsburger Vereine, Gruppen oder Initiativen unsere Gruppenräume kostenlos und die Säle für einen eher symbolischen Betrag nutzen können. Darüber hinaus haben wir unterschiedliche Preisstaffeln für andere gemeinnützige Organisationen, Behörden und Parteien (mittelgünstig), sowie für Firmen und Privatpersonen (angemessen).

Bei unseren Umsatzoptionen ist zu bedenken, dass wir mit unserem Raumangebot im Großraum Hamburg nur wenig Konkurrenz haben. Jeder, der in einer anderen Konkurrenzsituation in den Raumvermietungsmarkt einsteigen will, sollte vorher genau rechnen, welche Investitionen erforderlich sind, wo für sein Haus der Break Even liegt und ob das Überspringen dieser Latte bei laufendem gemeinnützigem Betrieb tatsächlich realistisch und gewollt ist. ■

□ KONTAKT:

Bürgerhaus Wilhelmsburg, Mengestraße 20, 21107 Hamburg,
040/752 01 70, info@buewi.de, www.buewi.de



Das Bürgerhaus Wilhelmsburg hat sich im Vermietungssegment für Tagungen mit bis zu 600 Personen erfolgreich positioniert.

Eine Chance für das Unbekannte

„Früher war alles besser!“ – Stimmt das? Ordnet sich die Stadtteilkultur zu sehr der angespannten Finanzlage unter und opfert sie aufwendige und künstlerisch hochwertige, teure Produktionen zugunsten des vermeintlich Machbaren? Wird zuwenig Risiko eingegangen zugunsten eines „weichgespülten“ Programms? Peter Rautenberg, Veranstalter im GOLDBEKHAUS, hält ein Plädoyer für Kunst und Kultur in Zeiten knapper Finanzen.

AUTOR: PETER RAUTENBERG

In den Anfängen der Hamburger Stadtteilkultur kam mehr oder weniger alles auf die Bühne. Die künstlerische Qualitätsfrage wurde selten gestellt, wichtiger war, dass der Inhalt der Programme in den damals noch sehr präsenten politischen Rahmen passte. Die Menschen strömten in die Häuser, weil tatsächlich ein Gegenentwurf zur vorherrschenden Hochkultur im Wachsen war. Macher und Besucher waren neugierig auf neue Kulturformen aller Genres. Und die Lust, Veranstaltungen selber zu planen und durchzuführen, war ungebremst.

Mit der Zeit veränderten sich die Rahmenbedingungen. Man war in der festen Förderung, die Betriebe mussten sich allmählich professionalisieren, die Nachfragen, wofür die „Staatsknete“ gebraucht wird, wurden genauer und das ehrenamtliche Engagement in den Häusern war rückläufig. Andere Kulturanbieter – beispielsweise die Staatstheater – entdeckten das große Potenzial soziokultureller Arbeit als Verjüngungskur ihres auch in die Jahre gekommenen Publikums und schufen eigene Programme. Die Stadtteilkultur bekam Konkurrenz und musste sich auch deswegen neu positionieren.

Eine geeignete Maßnahme ist die Profilierung des Programmes, d.h. die einzelnen Zentren fühlen sich nicht mehr für alle Kunstsparten und Bevölkerungsgruppen zuständig, sondern spezialisieren sich und schaffen damit für sich Merk-

male der Einmaligkeit und Unverwechselbarkeit. Dieser Prozess ist im Gang, an einigen Stellen aber noch sehr zögerlich und halbherzig. Im Zuge eines geschärften Profils rückt auch die Qualitätsfrage in den Vordergrund, unabdingbar für eine zukunftsfähige Perspektive.

Schaut man heute in die Programme der 25 geförderten Zentren, so ist der Anteil von Veranstaltungen und Projekten abseits gängiger Kulturproduktionen immer noch sehr hoch. In jedem Genre gibt es immer wieder neue „Perlen“ zu entdecken, die mit Mitteln der Musik, des Theaters, der Literatur oder des Tanzes neue Welten erschließen und andere Blickwinkel zulassen. Solche Programme berühren die Seele und die Kunst der Stadtteilkultur ist es, sie auch zu einem wirtschaftlichen Erfolg zu führen. Das war und ist nach wie vor eine ihrer Hauptstärken!

In der stadtteilkulturellen Szene gab es seinerzeit erbitterte Grabenkämpfe um Autonomie und Abhängigkeit von staatlichen Vorgaben. Heute wird viel Zeit und Energie dafür verwendet, die fließenden Gelder zu bewahren, Erhöhungen sind selten geworden und die Kulturzentren sind nach wie vor von Förderungen durch die Behörde abhängig, auch wenn einzelne Häuser inzwischen unglaubliche 70 Prozent Eigenanteil erwirtschaften. Trotz gestiegener Etats ist der Gagantopf für hochwertige künstlerische Produktionen geschrumpft, Engagements

gegen Festgage – für Künstler und Künstlerinnen lebensnotwendig! – ist eher die Ausnahme geworden. In Projekten, für die gesonderte Finanzmittel außerhalb des bestehenden Haushalts akquiriert werden, ist in seltenen Fällen die Zahlung von angemessenen Gagen und Honoraren möglich. Fast noch schwerer wiegt allerdings die völlig unzureichende Personalstruktur in den meisten Stadtteilkulturzentren.

Die Einflussnahme der Politik und Verwaltung in Zeiten knapper werdender Mittel wird größer, die Anforderungen an die Qualität und die korrekte Verwendung der Gelder weisen eher Züge eines reinen politischen Kontrollvorgangs auf statt eines sinnvollen Instrumentes zur Verbesserung der Arbeit.

Die Einengung auf eine rein wirtschaftliche Sicht sorgt unterschwellig dafür, den staatlichen Interessen zuzuarbeiten. Das Programm „Lebenswerte Stadt“ liefert dafür, ein gutes Beispiel. Nachdem der Senat Kürzungen im sozialen Bereich vorgenommen hatte, wurde allen beteiligten Stellen klar, dass es an einigen sogenannten sozialen Brennpunkten aus dem Ruder läuft und gegengesteuert werden muss. Erhebliche Mittel wurden vom ersten Bürgermeister persönlich freigesetzt und mit großem medialen Aufwand eingeführt. In der Folge entstanden tolle Projekte, wie die Hip Hop Academy in Billstedt (Stadtteilkulturpreis 2008) und die „East Side Story“ in Bergedorf (Stadtteilkulturpreis 2009), deren Perspektiven aber nach Auslauf der Förderung keineswegs sicher sind.

Der Stadtteilkultur ging und geht es immer um die Schaffung von nachhaltigen Strukturen und nicht um kosmetische Veränderung für zwei Jahre. An dieser Stelle ist die Politik aufgefordert, verantwortungsvoller zu handeln.

Die Stadtteilkultur in Hamburg ist nach wie vor innovativ und ständig auf der Suche nach Veränderung und neuen Programmischen, die noch eine gewisse Exklusivität garantieren. Auf vielen Gebieten muss sie mit potenten Einrichtungen, wie den Staatstheatern konkurrieren, weil diese die Soziokultur für sich in Anspruch genommen haben.

Die in den Häusern angebotenen Veranstaltungen und Projekte enthalten sowohl innovative und frische Programme als auch traditionell gepflegte Programmlinien. Hier ist sicher eine stärkere Profilierung vonnöten und der Anspruch „In unserem Haus soll alles stattfinden können“ ist aufzugeben. Zu kurz kommt in jedem Fall die Energie, die in geeignete



FOTO: JÜRGEN/KOEB EVERS

Format der Stadtteilkultur: Der Hamburger Comedypokal, Finalisten 2009: (v.l.n.r.) Wolfgang Trepper, Sascha Korf, Comedy-Duo „ONKEL FISCH“

Marketing- und PR-Strategien fließen muss. Programme, die nicht gut veröffentlicht werden oder auf die man selbst auf der eigenen Homepage keinen Verweis findet, können auch keine potenziellen Förderer und Sponsoren anlocken. An dieser Stelle ist mit Sicherheit großer Nachholbedarf, sowohl auf lokaler als auch auf hamburgweiter Ebene. ■

□ KONTAKT:

goldbekHaus – Zentrum für Stadtteilkultur, Peter Rautenberg,
Moorfuhrweg 9, 22301 Hamburg, 040/27 87 02 10,
veranstaltung@goldbekhaus.de, www.goldbekhaus.de

Kommerzialisierung im Kunstbetrieb

Die Journalistin Brigitte Neumann führte mit Michael Lingner, Professor für Kunst-Wissenschaften an der HOCHSCHULE FÜR BILDENDE KÜNSTE HAMBURG, ein Interview über Wertebildung im kommerzialisierten Kunstbetrieb. Das *stadtkultur magazin* veröffentlicht das Gespräch in Ausschnitten.

BRIGITTE NEUMANN: Überall spricht man von Verschlankung, Rationalisierung, Effizienzmanagement. Die Ökonomisierung scheint einen Bereich der Gesellschaft nach dem anderen zu bestimmen. Wie sieht es im Bereich der Kunst aus?

MICHAEL LINGNER: Die Ökonomisierung im Bereich der Kunst kennt inzwischen fast jeder. In jeder größeren Ausstellung begegnet man den Labels von Firmen auf den Ausstellungsplakaten. Es gibt keine größere Ausstellung mehr von irgendeinem Ausstellungsinstitut, die nicht von Firmen gesponsert wird. Das kann man natürlich wunderbar finden. Nur ist vollkommen klar, dass jede Form der Mitfinanzierung eine Form der Mitbestimmung oder richtiger: Miteinflussnahme bedeutet, sodass sich die ursprünglich sachimmanenten künstlerischen Interessen durchmischen mit den Interessen der Geldgeber. Und es ist ja nahe liegend, dass die Wirtschaft andere Interessen hat als der Kunstbereich.

In letzter Zeit können wir zusätzlich beobachten, dass über diese indirekte wirtschaftliche Einflussnahme hinaus die wirtschaftlichen Interessen auch unmittelbar in den Kunstmarkt eingreifen, indem z. B. Fonds aufgelegt werden, wo mit Kunst so spekuliert wird wie mit anderen Wirtschaftsgütern auch. Kunst wird kapitalisiert und voll in das gesamte wirtschaftliche Gefüge einbezogen. Und da der Kunstmarkt ein relativ kleiner und überschaubarer ist, lassen sich dort marktbeherrschende Positionen vielleicht schneller aufbauen, als in anderen Märkten. Von daher droht die Gefahr immer stärker, dass die kulturellen Aspekte im Kunstbereich immer mehr von wirtschaftlichen Aspekten dominiert werden.

NEUMANN: Heißt das auch, dass Künstler versuchen, für diese Fonds zu produzieren – also marktgängig zu produzieren?

LINGNER: Das kann man pauschal so nicht sagen. Erstmal bedeutet es, dass diese Fonds in Werke investieren und natürlich darauf spekulieren, dass diese ihren Wert steigern. Da diese Wertsteigerung sich nicht in der relativ kurzen Zeit von fünf bis zehn Jahren, die für heutige Investoren relevant ist, oder auch überhaupt nicht ergibt, wird versucht, solche Wertsteigerungen zu forcieren. Dazu gibt es verschiedene Mechanismen, z. B. auf eine eher noch harmlose Weise dadurch, dass man Werke in renommierten Museen unterbringt. Ein Werk in der Hamburger Kunsthalle aufgehängt, in einem Katalog publiziert, nach fünf Jahren aus der Kunsthalle herausgenommen, hat in der Regel eine erhebliche Wertsteigerung erfahren, die dann, wenn das Werk für diese Zeit nur im Archiv gelegen hätte, nie zu erreichen gewesen wäre. Das heißt, jede solche finanziell motivierte Operation bedeutet zwangsläufigerweise eine Beeinflussung der Wertbildung im Kunstbereich.

Das Problematische daran ist, dass diese Wertbildung nicht nur den monetären Bereich der Kunst betrifft, sondern dass dieser monetäre Wert ja auch immer zugleich Geltung als einen kulturellen Wert bekommt. Insofern kommt es zu dem Dilemma, dass die materielle, materialistische Fixierung die kulturelle Auffassung überformt und zu dominieren droht. Es ist dann sehr fraglich, ob im Kulturbereich durch ästhetische Bildung überhaupt noch ein „sensus communis“, ein als Kitt der Gesellschaft fungierender Gemeinsinn gestiftet werden kann. Ob also durch solche Überformungen ideeller Wertbildungen mit

materiellen Wertsetzungen der Gemeinsinn einer Gesellschaft, ein gemeinsames kulturelles Selbstverständnis nicht dadurch in Frage gestellt oder möglicherweise sogar zerstört wird. Auch wenn die Vernichtung von Werten im Kulturbereich nicht so offenbar wird – wie die bei Lehman und Consorten – so wurde im vergangenen Jahrzehnt dort gleichermaßen ruinös gehandelt.

NEUMANN: Das durchschnittliche Monatseinkommen selbstständiger Künstler stagniert. Andererseits sprechen die Macher der Kunstmessen von explodierenden Preisen. Wie passt das zusammen?

LINGNER: Das passt sehr gut zusammen, wenn man davon ausgeht, dass die Kapitalinteressen dazu neigen, in Werte zu investieren, die schon einen hohen Wert haben, also relativ sicher sind, um das Risiko zu minimieren. Dadurch, dass immer mehr Menschen den Kunstmarkt als einen Anlagemarkt entdeckt haben, entsteht natürlich eine Konkurrenz, die den Charakter verdirbt, aber das Geschäft belebt und die Preise im Hinblick auf die gesicherten Werte steigen lässt. Darum wird auf diesem Markt, von dem wir jetzt sprechen, im Wesentlichen mit historischem Material gehandelt.

Der Markt der ungesicherten Werte in der zeitgenössischen Kunst ist ein ganz anderer, da sind die Preise sehr viel geringer und die Risiken erheblich höher. Vor allem aber ist der Zugang zu diesem Markt der zeitgenössischen Kunst für die heutigen Künstler extrem reguliert und reduziert. Im Unterschied zu Unternehmern, mit denen Künstler heute fälschlicherweise gern verglichen werden, kann nicht jeder Künstler einfach seine Waren auf für ihn relevanten Märkten anbieten. Vielmehr ist er davon abhängig, von Galerien vertreten zu werden und hat demgemäß keinerlei Rechtsanspruch oder die Möglichkeit, überhaupt Zugang zum Kunstmarkt zu finden. Und die Bedingungen, unter denen das bestenfalls geschieht, sind für die normalen Künstler in jeder Hinsicht sehr mäßig – mal vorsichtig ausgedrückt.

NEUMANN: Wenn es aber so ist, dass Kunst immer mehr für den Markt produziert wird, so dass sie dabei ihre Unkonventionalität verliert, dann hat sie sich doch im Grunde selbst erledigt. Denn das ist ja nicht das, was Kunst sein soll, und auch nicht das, was der Kapitalismus, der ja auch vom Kampf und von der Reibung lebt, von ihr will.

LINGNER: Das war jedenfalls das bisherige Credo, auch des kapitalistischen Denkens, dass zumindest in Sonderbereichen, wie etwa der Kunst, eine Unkonventionalität als ein gewisser Innovationsmotor der Gesellschaft erhalten werden sollte. Die Frage ist, ob dieses Credo eigentlich unter den heutigen Renditeerwartungen noch gilt oder ob eben auch aus einem anderen Zeitbewusstsein heraus – dass man eben nicht mittel- und langfristig denkt, sondern nach der Philosophie von Hedgefonds einen Zeitraum von fünf Jahren schon durchaus für eine lange Zeitspanne hält – man nur noch ausschließlich auf den kurzfristigen Gewinn setzt und alles andere schlicht vernachlässigt.

NEUMANN: Sie sehen auch kein Nest des Widerstands an der Hochschule für bildende Künste Hamburg?

LINGNER: Wie soll man denn in einem relativ gewaltfreien (Wirtschafts-)Krieg Widerstand leisten? Das ist das große und neue Problem. Die einzige Form von „Widerstand“, die heute vielleicht möglich ist, ist die Bereitschaft auf bestimmte Dinge freiwillig und aus Überzeugung zu verzichten. Insofern könnte die konkret mögliche Form des Widerstandes von Künstlern und Künstlerinnen darin bestehen, dass sie auf bestimmte Angebote, die lediglich an der wirtschaftlichen Wirksamkeit ihrer Kunst interessiert sind, verzichten. Aber das ist sowohl psychisch als auch existenziell sehr schwierig. Das grenzt schon an die Quadratur des Kreises oder bedarf einer neuen Drift, als dessen Ursprung ich mir im Moment nur den unendlichen Überdruß an der „Diktatur des Mainstream“ vorstellen kann. ■

Die ungekürzte Version (Text und Audio) finden Sie unter:
http://ask23.hfbk-hamburg.de/draft/archiv/ml_publicationen/kto6-8.html

□ KONTAKT:

Prof. Michael Lingner, Hochschule für bildende Künste, Lerchenfeld 2
22081 Hamburg, 040/428 98 93 63, www.ask23.de

Liegt das Geld auf der Straße?

Die ALTONALE ist ein Kulturfestival, das keine kommerziellen Interessen verfolgt, aber im kommerziellen Geschäftsbereich so wirtschaftet, dass darüber das Kulturprogramm finanziert wird. Die MOTTE stellt die Frage, ob die altonale deshalb als „kommerzielle Veranstaltung“ zu verstehen ist oder nicht?

AUTORIN: GRIET GÄTHKE

Schon im letzten Jahr – zum zehnjährigen Jubiläum der Altonale – ging es bei dieser strittigen Frage um die Gebührenabgabe für die Flächennutzung während des Altonale Straßenfestes. Das Bezirksamt Altona, selber Mitgesellschafter der Altonale, erhob bisher vier Cent pro Quadratmeter. Die Hamburger Innenrevision rügt diese Preispolitik des Bezirks Altona und verlangt, die Gebühren auf 30 Cent zu erhöhen. Für die Altonale würde das bedeuten, dass für das Kulturprogramm ca. 10 000 Euro weniger zur Verfügung stünden.

Klingt wie ein Schuldbürgerstreich – ist jedoch aktuelle Hamburger Politik. Oder anders interpretiert: Wir betrachten hier das Ergebnis eines Aufeinandertreffens neuer Strukturen auf alte und nicht flexible Rahmenbedingungen für Kulturarbeit, die nicht über direkte Zuwendungen subventioniert ist.

Die Altonale-Gesellschafter verstehen sich als Solidargemeinschaft. Die Altonale GbR setzt sich gleichberechtigt und

paritätisch besetzt aus nichtkommerziellen und kommerziellen Gesellschaftern zusammen. Die Übernahme des finanziellen Risikos durch die kommerziellen Gesellschafter ermöglicht gemeinnützigen Einrichtungen und dem Bezirksamt Altona die Mitgliedschaft als Gesellschafter. Seit zwölf Jahren wird mit dem Ziel zusammen gearbeitet, ein Kulturfestival für und in Altona zu etablieren.

Angesichts der Aufforderung, wegen knapper Haushalte neue Finanzierungswege zu gehen, haben die Altonale-Macher in zehn Jahren funktionierende Finanzierungsstrukturen entwickelt für ein Kulturfestival, das auch international Beachtung und Anerkennung erhält. Anstatt unterstützt zu werden, gibt es jetzt eine Gebührenerhöhung. Die Frage ist, was der Stadt wichtiger ist: mehr Gebühreneinnahmen oder mehr Kulturprogramm? Menschen, die sich für ihren Stadtteil engagiert haben und mit ihren neuen Strategien für den Aufbau von regionalen bis hin zu internationalen Partnernetzwerken erfolgreich sind, erreicht jetzt das falsche Signal.

Hamburg will offen sein für regionale Kulturfestivals, die auch internationale Ausstrahlung haben. Sollten Senat und Bürgerschaft nicht in diesem Sinne Kulturproduzenten unterstützen, die es schaffen, „auf eigenen Beinen zu stehen“? Die Altonaer Parteien wissen, was sie an der Altonale haben, sie haben sich gegen die Gebührenerhöhung ausgesprochen. ■

□ KONTAKT:

MOTTE – Stadtteil & Kulturzentrum, Eulenstraße 43, 22765 Hamburg, 040/39 92 62 – 0, info@diemotte.de, www.diemotte.de



Die Altonale finanziert mit den kommerziellen Geschäftsbereichen das Kulturprogramm.

FOTO: JURICH GERLACH

Vom Profit eines Non-Profit-Projektes

GELD ODER LEBEN lautete der Titel des Theaterfestivals, das von September 2008 bis März 2009 mit 32 Aufführungen von 15 Stücken in neun Stadtteilen des Bezirks Hamburg-Nord stattfand. In den Theaterproduktionen des Festivals wurde der Wert von Profit und Ökonomisierung aus unterschiedlichen Sichten und in verschiedenen Theatergenres unter die Lupe genommen.

AUTORIN: BRITTA SOMINKA

Das „Obdachlosen-Theater“ vermittelte in dem Stück „Läusepension“ eindringlich, wie eine korrupte Vermieterin mit ihrer heruntergekommenen Pension durch Überbelegung der Zimmer profitierte. Das Stück „Geld spielt keine Rolle“, das vom Theater Brekkekekex mit Kindern der Schule Alter Teichweg erarbeitet wurde, zeigte, dass Geld allein nicht glücklich macht: Was wäre, wenn alle immer genug Geld hätten? In dem Stück sorgte eine Fee dafür. Aber statt Dank und Zufriedenheit, gab es plötzlich Unmut und Langeweile und fast eine Hungersnot, weil der Bäcker nicht mehr backen wollte – er hatte ja schließlich genug Geld. Auch die vom Ensemble der Zinnschmelze gespielten „Top Dogs“, die arbeitslosen Top-Manager, mussten ihre Werte neu überdenken und konnten ihren Profit nicht mehr in Erfolg und Gewinn messen.

Initiiert wurde das Festival vom Kulturforum Hamburg-Nord, einem Netzwerk von Kultur- und Bildungseinrichtungen, die im Bezirk Hamburg-Nord arbeiten. Als loser Zusammenschluss von engagierten Kulturschaffenden erhält das Kulturforum keine institutionelle öffentliche Förderung. Für alle Projekte des Kulturforums Hamburg-Nord – wie z. B. die Kunstprojekte „City-Nord-Mehr“ und „Torontobrücke“ – mussten Mittel akquiriert werden.

„GELD oder LEBEN“ startete 2007 mit einer Ideenfindungs- und Projektentwicklungsphase – ohne Geld. Es hieß also: Kräfte bündeln, Synergieeffekte herstellen, die Netzwerkarbeit auf viele Schultern verteilen und Anträge schreiben. Die Bewilligung der Sondermittel von der Bezirksversammlung Hamburg-

FOTO: BRITTA SOMINKA



Das Kindertheaterstück „Geld spielt keine Rolle“ im Kulturhof Dulsberg

Nord sicherte die Koordination und Werbung des Projektes. Und so war Geld da, weitere Mittel einzuwerben.

Welchen Profit hat also ein Non-Profit-Projekt wie „GELD oder LEBEN“? Sicher keinen finanziellen, obwohl das Projekt gut gewirtschaftet hat. Der Profit eines Projektes wie „GELD oder LEBEN“ ist ein ideeller: In der Theaterszene wurden neue Kontakte geknüpft und Laiengruppen zu neuen Produktionen angeregt. Ein halbes Jahr lang war die öffentliche Aufmerksamkeit auf die Theaterszene in Hamburg-Nord gelenkt und die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Thema „GELD oder LEBEN“ wurde angeregt. Die Kulturschaffenden in Hamburg-Nord sind wieder ein Stück näher zusammengedrückt. ■

□ KONTAKT:

Kulturforum Hamburg-Nord c/o Zinnschmelze, Maurienstraße 19,
22305 Hamburg, 040/299 20 21, www.geldoderleben.info

KünstlerCommunity Elbinsel

Im Reiherstieg-Viertel in Wilhelmsburg wird ein NEUES ZENTRUM für Kunst und Kreativität entstehen, dass im Rahmen des IBA-Prozesses innovative Akzente einer „Kreativen Stadt“ setzt.

AUTORIN: YVONNE FIETZ

Unter dem Arbeitstitel „KünstlerCommunity Elbinsel“ hat STADTKULTUR HAMBURG e. V. und STATTB AU Hamburg GmbH von der Internationalen Bauausstellung Hamburg GmbH (IBA) den Zuschlag für die Umsetzung der Projekt- und Bauentwicklung der Kreativhöfe am Veringkanal in Wilhelmsburg erhalten. Jetzt geht es darum, gemeinsam ein Betreiber- und Nutzungskonzept für die insgesamt 4 000 Quadratmeter zu entwickeln, die zukünftig für Ateliers, Werkstätten und Studios genutzt werden sollen.

Die Veringhöfe sollen zu einer Themenimmobilie für die Kunst und die Kreativwirtschaft im westlichen Reiherstiegviertel ausgebaut werden. Das Konzept von STADTKULTUR und STATTB AU will für die Kunst und Kreativität optimale Rahmenbedingungen schaffen. Daher ist die Beteiligung zukünftiger Nutzer(gruppen) am Projektentwicklungs- und Bauplanungsprozess ebenso selbstverständlich wie die gemeinsame Entwicklung tragfähiger Träger- und Verwaltungsstrukturen.

Bei der Projekt- und Bauentwicklung der KünstlerCommunity Elbinsel arbeiten die Künstler und Kreativschaffenden in eigener Sache: Ihre Kunst und ihr Engagement dient ihnen und ihrer Arbeit. Die durch Bereiche wirtschaftlicher Geschäftsbetriebe erwirtschafteten Überschüsse werden zur Förderung

von Kunst und Kultur eingesetzt und nicht – wie sonst üblich – die Kunst zur Gewinnmaximierung der Wirtschaft.

Die Kreativhöfe am Veringkanal werden durch die KünstlerCommunity Elbinsel zur Heimat für Künstler und Kreativschaffende – vor allem denjenigen, die transkulturelle künstlerische Konzepte verfolgen und neue Wege durch interdisziplinäres Arbeiten beschreiten. Zugleich knüpft das Projekt an künstlerische Auseinandersetzungen der vergangenen Jahre an, lädt Künstler aus Wilhelmsburg und Hamburg ein und positioniert sich zugleich durch das transkulturelle Profil als Künstlerhaus von überregionaler Bedeutung.

In der ersten Juliwoche wird in den Veringhöfen (Am Veringhof 23) eine Informationsveranstaltung stattfinden, an der Interessierte aus dem Kunst- und Kreativbereich teilnehmen können. Weitere Informationen gibt es über STADTKULTUR HAMBURG. ■

□ KONTAKT:

STADTKULTUR HAMBURG e. V., Yvonne Fietz, Neuer Kamp 25,
20359 Hamburg, 040/879 76 46 – o., fietz@stadtkultur-hh.de,
www.stadtkultur-hh.de



Die Veringhöfe
am Veringkanal

Die Kunst der Verschwendung

Kultur bewegt sich immer stärker im Spannungsfeld von Profit und Non-Profit: Die öffentliche Kulturförderung finanziert längst nicht alle Kosten, Eigenmittel müssen erwirtschaftet werden, neue Kulturinitiativen zusehends ohne öffentliche Unterstützung auskommen. Überall wird es immer knapper, und die Verwalter des Mangels nehmen uns alle in Beugehaft. Die GEHEIMAGENTUR ist mit dieser Entwicklung nicht zufrieden und entwickelt deshalb Strategien der Verschwendung. Sie dokumentiert im Folgenden Textausschnitte aus ihrer Produktion „Asche zu Asche“ – einer Show zu Theorie und Praxis der Geldverbrennung.

AUTOR: GEHEIMAGENTUR

Guten Abend und herzlich willkommen zu „Asche zu Asche“. Geld, Freiraum, Zeit, Aufmerksamkeit – all das ist knapp. Und meistens erscheinen uns diese Knappheiten im großen und ganzen unausweichlich – doch das sind sie nicht. Wir suchen deshalb nach Fluchtwegen aus der Ökonomie der Verknappung. Und um gleich mal in die Vollen zu gehen, geht es heute ums Geld.

Wie können wir, die geheimagentur, unser Geld optimal verschwenden? Zwei Wege sind uns eingefallen: 1. Wir verteilen die Gage ans Publikum und erklären damit alle Zuschauer zu Mitspielern. 2. Wir verbrennen unsere Gage im Laufe der Präsentation. Wir haben uns für beides entschieden, und deshalb ist dies eine Show zu Theorie und Praxis des Geldverbrennens. Wir sind die Theorie, Sie sind die Praxis. Wir haben unsere Abendgage am Eingang an Sie verteilt, jeder von Ihnen hat jetzt einen Zehn-Euro-Schein in der Hand – und wenn dieses Geld heute Abend in Flammen aufgeht, dann deshalb, weil Sie das so wollen.

Geld, das man hat, ist Verfügungsgewalt, es ermöglicht Kaufentscheidungen. In Kaufentscheidungen wird das Geld als das Allgemeine in das Besondere, das Individuelle, transformiert. Die Summe unserer Kaufentscheidungen macht aus,



was unter kapitalistischen Bedingungen als individuelle Gestaltung des Lebens gilt. Ich bin das, wofür ich mein Geld ausbe. Das ist nicht unbedingt schlecht, aber in jeder Kaufentscheidung, in jeder Transaktion, wird damit zugleich das Gesetz des Geldes in die persönliche Identität integriert. Das ist schon schlechter.

Regeln, die uns nicht gefallen, müssen wir nicht unbedingt brechen, wir können sie auch in ihrer Anwendung verschieben. Gilt das auch für Geld? Wäre so etwas wie eine Guerillataktik des Geldes vorstellbar? Kann man monetäre Transaktionen so durchführen, dass die einzelne Aktion nicht zwangsläufig die allgemein geltenden Regeln noch einmal unterstreicht?

Wenn das Verbrennen von Geld eine Antwort auf diese Frage ist, dann nicht im Sinne eines einfachen Boykotts des Geldes, sondern im Sinne einer Art Kaufentscheidung, die das Recht auf das individuelle Verfügen über Geld in besonderer Weise in Anspruch nimmt, eine Kaufentscheidung, die das Gesetz des Geldes bestätigt und zugleich unterläuft. [...]

Es folgt ein Schnelldurchgang durch die Tradition der Geldverbrennung in Religion, Politik, Kunst und Wirtschaft. Nach jeder These hat das Publikum Gelegenheit, seine Scheine zu verbrennen, zuletzt gibt es noch eine Game-Show: Es gewinnt dasjenige Team, das innerhalb von drei Minuten die höhere Summe in Flammen aufgehen lässt. Die Show endet mit dem Manifest der Verschwendung:

[...] Aber: Wir glauben ohnehin nicht an das Märchen, dass die Verschwendung auf der einen Seite die Verknappung auf der anderen Seite hervorruft. Denn die Logik der Verknappung, die uns alle im Griff hat, schafft es ganz gut, sich selber immer weiter zu verknappen: Wenn zum Beispiel gesagt wird, es gibt demnächst weniger Geld für Arme und Kranke, dann versuchen wir zu sparen, denn das werden wir ja wahrscheinlich alle mal. Und schon gibt es noch weniger Geld. Um den Konsum wieder anzukurbeln, werden dann die Abgaben gesenkt, besonders für die, die ohnehin reichlich Geld haben. Und dann haben die öffentlichen Kassen noch weniger Geld, und es gibt noch weniger Geld für Arme und Kranke. Und so geht das immer weiter. Da muss ja die Frage erlaubt sein, ob wir diesem Teufelskreis nicht entkommen könnten, indem wir jeden Morgen erst mal einen Schein verbrennen? Klar, wer kann sich das schon leisten...

Das Manifest der Verschwendung

Wovor man sich hüten muss, sagte uns neulich ein Freund, ist die Vorstellung von einem normalen Kapitalismus, der in ruhi-gen Bahnen funktioniert und sich für alle irgendwie rechnet. Die Krise ist nicht die Ausnahme, die Krise ist die Regel. Aber wenn man an den „normalen Kapitalismus“ glaubt, fragt man sich, wer an der Krise Schuld ist, und da beginnt dann die Hetze und zwar in zwei Teilen: Teil eins: Wie? Am Aktienmarkt wird das Geld verbrannt und überall sonst wird es immer knapper – wie dekadent ist das denn?! Teil zwei: Die „Sozialschmarotzer“ sind schuld. Die könnten produktiv sein und statt dessen verschwenden sie Steuergelder.

Teil eins führt schnell mal in den Antisemitismus. Teil zwei ist der ganz normale Wahnsinn, den Arbeitslose täglich ertragen sollen. Beides läuft auf dasselbe hinaus: Die Verschwendung wird dafür verantwortlich gemacht, dass der Kapitalismus nicht richtig funktioniert. Die, die man für die Verschwender hält, sollen schuld sein, dass die Logik der Verknappung uns im Griff hat.

Wo ist der Fluchtweg? Er beginnt da, wo wir aufhören, an einen Kapitalismus zu glauben, der sich rechnet, wenn nur alle richtig Haushalten. Er beginnt da, wo wir die Vorstellung aufgeben, dass die Verschwendung die Verknappung verschuldet. Er beginnt da, wo wir erkennen, dass es ein unteilbares Recht auf Verschwendung gibt. Verschwendung für alle – **money to burn!**

Die geheimagentur entwickelt ihre Projekte im Bereich des Außergewöhnlichen, Irregulären oder strikt Absonderlichen: die Bank of Burning Money (Schauspiel Frankfurt 2005), eine Wunder-Annahmestelle (RuhrTriennale Bochum 2005), den Club der Autonomen Astronauten (Fundus Theater Hamburg 2006), das Casino of Tricks (Urbanfestival Zagreb 2007), eine Alibi-Agentur (Thalia Theater Hamburg 2008), das Orakel der Goldenen Wochen (Kampnagel Hamburg 2008), die Abendschule der Verschwendung (Thalia Theater Hamburg 2009) – die geheimagentur gründet Einrichtungen und provoziert Situationen, die auf den ersten Blick fiktiv erscheinen, sich dann jedoch als überraschend real erweisen. ■

□ KONTAKT:

geheimagentur, post@geheimagentur.net, www.geheimagentur.net,
www.abendschule-der-verschwendung.org

25! werden in Barmbek

2008 wurde das BÜRGERHAUS IN BARMBEK 25 Jahre alt. Das Bürgerhaus verzichtete bewusst auf Rückblicke und führte jeden Monat eine „25!“-Aktion durch – non-profit und meist low- bis no-budget.

AUTOR: ULLI SMANDEK

FOTO: BÜRGERHAUS IN BARMBEK



Im Jubiläumsjahr zeigte das Bürgerhaus seine Stärken: kreative Ideen für Aktionen und Veranstaltungen, Stadtteilbezug und -vernetzung, das Schaffen von Gesprächsanlässen im von Singles dominierten Stadtteil. Das Team und der Vorstand entwickelten elf Aktionen, für jeden Monat des Jahres eine, außer in der Sommerpause. Die Aktionen sollten die Zuschauer nichts und das Haus nur wenig kosten. Es wurden Ehrenamtliche in die Durchführung eingebunden, befreundete Künstler um Gratis-Auftritte und befreundete Firmen um finanzielle Unterstützung gebeten. Die Resonanz war großartig. Kein Einziger der Angefragten lehnte ab.

25! ZÜNDEN im Januar: Etwa 30 Personen stehen im kalten Januarwind und feiern ein kleines zweites Silvester mit Wunderkerze, Gesang, Sekt und technisch einwandfreiem „Launch“ der selbst gebauten Leuchtreklame.

- 25! ZUHÖREN** im Februar: 60 Menschen lauschen zwei Märchenerzählern, guten Freunden des Hauses. In den Märchen der beiden kommt verdächtig oft die Zahl 25 vor.
- 25! FINDEN** im März: Am Sonntag vor Ostern können die Barmbeker 625 (25 mal 25!) „BÜ-Eier“ finden.
- 25! ANSTECKEN** im April: In Kitas, auf dem Markt und im Café des Bürgerhauses gehen 250 vorgefertigte oder selbst zu gestaltende Buttons über den Falttisch.
- 25! REISEN** im Mai: Drei Helfer bewegen eine Rikscha insgesamt 25 Mal durch Barmbek-Nord, eine Vorleserin liest während der Fahrt den Reisenden Geschichten vor.
- 25! MALEN** im Juni: Barmbeker Kinder malen ein riesiges Geburtstagsbild. Zur feierlichen Ausstellung wird es in 25 handlichere Gemälde zerschnitten.
- 25! FLIEGEN** im Juli: 250 Luftballons steigen beim Stadtteilfest „KulturBewegt!“ auf und nehmen Geburtstagskarten mit.
- 25! ENTDECKEN** im September: 25 Menschen entdecken, von kundigen Architektinnen geführt, Unbekanntes im Stadtteil.
- 25! ERLESEN** im Oktober: Das Team liest Auszüge aus dem „Buch 25!: 25 Geschichten“, geschrieben von 25 Freunden des Bürgerhauses zum Thema „25“.
- 25! KLATSCHEN** im November: Auf der Bürgerhaus-Revue zeigen Schauspieler und Theatergruppen 25 Szenen, jede 2,5 Minuten lang.
- 25! FEIERN** im Dezember: Alle elf Aktionen werden präsentiert und am Ende wird feierlich die leuchtende „25“ gelöscht. ■

□ KONTAKT:

Bürgerhaus in Barmbek, Lorichsstr. 28 a, 040/630 40 00,
hallo@buergerhaus-in-barmbek.de, www.buergerhaus-in-barmbek.de

KULTUR- HIGHLIGHTS

präsentiert von
kultur-hamburg.de

Mehr Kultur gibt es unter:
www.kultur-hamburg.de

MITTWOCH 01. JULI 19:00 UHR

Oper: Romeo Reloaded

Neuaufgabe von Shakespeares Klassiker für Jugendliche, 16,- / 12,50 €

▶▶ Opernloft, Conventstraße 8 – 10

DONNERSTAG 02. JULI 20:00 UHR

Vortrag: Hommage an Juan Carlos Onetti

Vom Autoren und Publizisten Ricardo Bada, Eintritt frei

▶▶ Instituto Cervantes Hamburg, Fischertwiete 1

FREITAG 03. + 04. JULI 18:30 UHR

Theater: Wie es uns gefällt

Mit Shakespeare durch St. Pauli, Wiederaufnahme der Produktion von 2008, 16,- / 8,- €

▶▶ KÖLIBRI, Hein-Köllisch-Platz 12

FREITAG 03. JULI 20:00 UHR

Kabarett: Die ganze Wahrheit

Tastenkabarett von und mit Axel Pätz, 12,- / 10,- €

▶▶ Zelttheaterfestival, Sternschanze

SAMSTAG 04. JULI 10:00 UHR

Kulturelle Bildung: Unter die Haut

Workshop für besonders schreibbegabte Jugendliche, 25,- €

▶▶ Museum für Kommunikation Hamburg, Gorch-Fock-Wall 1

SAMSTAG 04. JULI 14:00 UHR

Tanz: Recall der HipHop Academy Hamburg

Letzte Runde der Battles, Eintritt frei

▶▶ Kurt Körber Gymnasium, Pergamentweg 1

SAMSTAG 04. JULI 20:30 UHR

Konzert: Corina Bartra – Bambu Sun

Peruanisches Jazz Quartett mit Gesang,

AK 14,- / 12,-, VVK 12,- / 10,-

▶▶ goldbekHaus, Moorfuhrweg 9

SONNTAG 05. JULI 16:00 UHR

Klassisches Konzert: Sommerkonzert

Mit Werken aus Oper, Operette und Musical, VVK 8,- / AK 10,- €

▶▶ Eidelstedter Bürgerhaus, Alte Elbgaustraße 12

DIENSTAG 07. JULI 19:30 UHR

Vortrag: Im Schatten der Sterne

Buchvorstellung von Regina Scheer und Film von Barbara Kasper und Lothar Schuster, 2,50 €

▶▶ Galerie Morgenland / Geschichtswerkstatt Eimsbüttel, Sillemstraße 79

DONNERSTAG 09. JULI 14:00 UHR

Umzug: Coole Fuhle

Performativer Schüler-Umzug mit Marchingband, Straßentheater, Stomp-Trommlern, u.v.m.

▶▶ Kreuzung Fuhlsbüttlerstraße / Alte Wöhr

FREITAG 10. JULI 20:00 UHR

Konzert: Jazz it up!

Mit der Rhythm & Voice Connection, 8,- / 5,- €

▶▶ Bürgertreff Altona-Nord mit BiB, Gefionstraße 3

SONNTAG 12. JULI 15:00 UHR

Oper: Das Zauberflötchen

Die „Zauberflöte“ für Kinder, 12,50 / 10,- €

▶▶ Opernloft, Conventstraße 8 – 10

SONNTAG 12. JULI 15:00 UHR

Konzert: Picknick A Cappella

Chorkonzert des LOLA-Chors mit Picknick im Rathauspark, Eintritt frei

▶▶ Bergedorfer Rathauspark, Schulenbrooksweg

MONTAG 13. BIS SONNTAG 19. JULI

Theater-Festival: Kaltstart Festival 2009

Sieben Tage Theaterproduktionen aus dem deutschsprachigen Raum in der Schanze

▶▶ Kulturhaus III&70, Schulterblatt 73

DIENSTAG 14. JULI 19:30 UHR

Vortrag: Der Krieg als Abenteuer

Von Prof. Dr. Stefanie Schüler-Springorum über die Legion Condor in Spanien, 2,50 €

▶▶ Galerie Morgenland / Geschichtswerkstatt Eimsbüttel, Sillemstraße 79

FREITAG 17. JULI 20:00 UHR

Oper: Die Zauberflöte

Über den Außerirdischen Papageno, 25,- / 12,50 €

▶▶ Opernloft, Conventstraße 8 – 10

SAMSTAG 18. JULI 20:00 UHR

Konzert: Pfeffersüß

Jenny Viola Offen und Katharina Himmel mit spritzigen Chanson-Erzählungen, 10,- / 8,- €

▶▶ Haus Drei e. V., Hospitalstraße 107

SONNTAG 19. JULI 10:00 UHR

Rundgang: Als Bramfeld noch ein Dorf war

Historisches Kinderprojekt, 2,- / 1,- €

▶▶ Stadteilarchiv Bramfeld e. V., Bramfelder Chaussee 265

SONNTAG 19. JULI 20:00 UHR

Modernes Konzert: Nathan Quartett

Werke von Reinhard Flender, György Kurtág und Ruta Paidero

▶▶ KLANG!-Container, Pontonanlagen in der Hafen-City

MONTAG 20. BIS 24. JULI 10:30 – 14:00 UHR

Workshop: Cyber City – Level 5

Ferienprojekt mit Workshops zu Theater, Stunts und Effekten, 55,- / 45,- €

▶▶ LOLA Kulturzentrum, Lohbrügger Landstraße 8

DIENSTAG 21. BIS 23. JULI 10:00 – 14:00 UHR

Workshop: Sommer auf Balkonien

Kinderbuchprojekt, 40,- €

▶▶ Kinderbuchhaus im Altonaer Museum, Museumstraße 23

MONTAG 27. BIS 31. JULI 9:30 – 15:30 UHR

Kulturelle Bildung: Sommerakademie

für Kulturmanagement 2009, ab 320,- € / Kurs

▶▶ MOTTE, Eulenstraße 43

Mehr Sommerkulturprogramm auf:
www.kultur-hamburg.de