

stadtkultur

MAGAZIN

AUSGABE 57 · JANUAR 2022
2,50€

STADT
KULTUR
HAMBURG



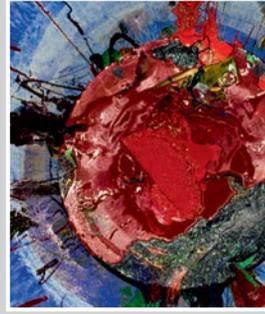
SUPER KRAFT SOZIOKULTUR

Lokale Kultur, ihre
Wirkung und die globalen
Herausforderungen

Dokumentation des
22. Hamburger Ratschlags
Stadtteilkultur



**RESET ST. PAULI
DRUCKEREI**



Virchowstraße 8 | 22767 Hamburg | 040-284 18 78-0 | 040-31 77 67-0
info@resetstpauli.de | www.resetstpauli.de



bAV – ALTERSVORSORGE – jetzt mit 15% Arbeitgeberzuschuss!

Unabhängige Beratung und Vermittlung • Sach/Leben/Anlagen •
Riester- und Rürup-Rente/BU/Pflege • Betriebliche und
private Altersvorsorge • Gruppentarif auch für kleine Vereine •
Spezialgebiet: Künstlersozialversicherung

Uwe Voigt • Bei der Johanniskirche 7 • 22767 Hamburg
040/439 58 58 • uwe.voigt@hamburg.de

IMPRESSUM

Das *stadtkultur magazin* ist die Fachpublikation über Kulturprojekte und -programme in Hamburg von STADTKULTUR HAMBURG e.V.

Große Bergstraße 264 · 22767 Hamburg
040/879 76 46-18 – Corinne Eichner (v.i.S.d.P.)
040/879 76 46-16 – Heiko Gerken
magazin@stadtkultur-hh.de
www.stadtkultur-hh.de
www.facebook.com/stadtkulturhamburg

Das Magazin erscheint auch im Internet unter:
www.stadtkulturmagazin.de

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

Redaktion: Joshua Lerp-Petersen
Satz & Layout: Heiko Gerken
Gestaltung: Sally Johnson, sj@transform-design.de
Schlussgrafik: Veronika Grigkar, veronika@grigkar.de

Diese Ausgabe ist bei der RESET ST. PAULI Druckerei auf FSC recycled Credit (100% Altpapier) gedruckt worden.

Autor*innen in dieser Ausgabe:

Carsten Brosda, Birgit Mandel, Joshua Lerp Petersen,
Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, Jannes Vahl, Jaana Rasmussen, Heike Breitenfeld, Nils Kumar, Anna Kliemann, Maren Urner
Die Redaktion behält sich vor, eingesandte Beiträge zu kürzen.

Titel-Foto: Heiko Gerken

Das *stadtkultur magazin* ist eine Non-Profit-Publikation, die überwiegend in ehrenamtlicher Arbeit und mit freundlicher Unterstützung der Hamburger Behörde für Kultur und Medien entsteht. STADTKULTUR HAMBURG wird gefördert von der Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg.



Redaktionsschluss für das neue Heft: **21. Februar 2022**
Thema: **Hamburger Stadtteilkulturpreis 2022**



Liebe Kulturinteressierte,

Beim Auftakt des Hamburger Ratschlag Stadtteilkultur spielte diesen Herbst ein Aspekt die vielleicht wichtigste Rolle, der uns in der Vergangenheit immer als ganz selbstverständlich erschien. Die 2G-Regel ermöglichte es in dieser Phase der Pandemie, endlich wieder echte Begegnung zu ermöglichen. Und die Tagung fühlte sich zeitweise mehr wie eine Party unter Freunden, als wie eine Arbeitstagung an.

Nach anderthalb Jahren, in denen ein Austausch fast ausschließlich auf digitalem Wege möglich war, war geradezu so etwas wie ein Glücksgefühl im Saal der WIESE in Barmbek spürbar. Das steigerte deutlich die Energie im Raum und in den Gesprächen und zeigte sehr eindrücklich, wie wichtig bei allen digitalen Möglichkeiten der Kommunikation die persönliche Begegnung ist und dass die virtuelle Begegnung dafür nur ein Ersatz sein kann.

In den Arbeitsgruppen mit den Akteur*innen der Stadtteilkultur, der Verwaltung und Politik wurde darüber nachgedacht, wie man sich gegenseitig in der Arbeit unterstützen kann, wurden Missverständnisse und gegenseitige Hürden angesprochen. Nur im Schulterschluss der Partner*innen kann die Zusammenarbeit zum Besten der Kulturellen Teilhabe gelingen.

Es ist längst wissenschaftlich belegt und man muss nicht zu einem ausgeprägten Kulturpessimismus neigen, um zu erkennen, dass der fehlende persönliche Austausch, die persönliche Begegnung, ersetzt durch Kontakte in den Echokammern sozialer Medien, den gesellschaftlichen Zusammenhalt erschwert und Gewalt befördern kann.

Dies ist nur eine von vielen globalen Herausforderungen, für die Soziokultur Antworten bieten und Verbesserungsansätze aufzeigen kann. Womit? Mit der SUPERKRAFT ihrer klaren Haltung und spezifischen Methoden und Formaten. Und auch wenn die Soziokultur vielleicht nicht die Welt retten kann, sind ihre Potenziale immens, wie die beiden Keynotes von Senator Dr. Carsten Brosda und Prof. Dr. Birgit Mandel zeigten, deren Dokumentation Sie neben denen anderer Impulse des Ratschlages in dieser Ausgabe finden.

Bleiben Sie kreativ und gesund – auch in 2022.

Eine erkenntnisreiche Lektüre wünscht Ihnen

Corinne Eichner, Geschäftsführerin

INHALT

Impressum	2
Editorial	3
KulturEnergieGenoss*in werden · Podcasts vom Empathie-Mobil	4
20 Jahre Hamburger Comedy Pokal · Peter ist dann mal weg	5
Schwerpunkt: Dokumentation SUPERKRAFT SOZIOKULTUR	6
C. BROSDA: Distanz braucht Nähe: Umschlagpunkt Stadtteil- kulturzentrum	8
B. MANDEL: Soziokulturelle Einrichtungen als guter Nachbar, Community Builder und Trainingsfeld für globale Herausforderungen?	10
J. LERP-PETERSEN: Möge die SUPERKRAFT mit euch sein	13
Foto-Impressionen	14
V.-I. REINWAND-WEISS: Superkraft Kulturelle Bildung!? Was sie kann und wie wir das messen	15
J. VAHL: Mehr Wirkung: Social Campaigning	17
J. RASMUSSEN: Wie Stadtteilkultur Storytelling nutzen kann	18
H. BREITENFELD: Wie aus Energie Kultur werden soll	19
N. KUMAR: Sozialer Konsum	20
A. KLIEMANN: 100 Maßnahmen für zukunftsfähige Veranstaltungen	21
M. URNER: Raus aus der ewigen Dauerkrise oder: Wege aus der erlernten Hilflosigkeit	22
INTERVIEW: BFD statt Ruhestand ...	23
Stadtteilkultur im Winter	24

UNTERSTÜTZUNG

**BROSDA ÜBERNIMMT
SCHIRMHERRSCHAFT**

Der gemeinnützige Verein KulturLeben Hamburg, der in diesem Jahr sein 10. Jubiläum feiert, erhält prominente Unterstützung aus dem Hamburger Senat: Kultursenator Dr. Carsten Brosda übernimmt die Schirmherrschaft für die Teilhabe-Initiative und unterstreicht damit die Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements für das Hamburger Kulturleben.

KONTAKT

KulturLeben Hamburg e.V.
www.kulturleben-hamburg.de

NEUSTART

**WIEDER MIT 100 GRUPPEN
AM START**

Nachdem im Frühjahr 2020 alle Präsenzgruppen bei „Dialog in Deutsch“ pausieren mussten und kurze Zeit später erstmals digitale Gesprächsgruppen an den Start gingen, laufen mittlerweile wieder 60 analoge Gesprächsgruppen in zahlreichen Bücherhallen. Zusammen mit aktuell 40 Online-Gruppen gibt es somit wieder rund 100 Mal pro Woche die Möglichkeit, in kleinen Gruppen unter ehrenamtlicher Leitung die eigenen Deutschkenntnisse zu trainieren sowie gleichzeitig andere Menschen kennenzulernen.

KONTAKT

Bücherhallen Hamburg
www.buecherhallen.de

JUBILÄUM

EIN JAHR „ENDSTATION SCHNELSEN“

Im Dezember feierte der Podcast „Endstation Schnelsen – Bitte einsteigen“ seinen ersten Geburtstag. Am 9. Dezember 2020 ging die Folge: „Fokus Frohmestraße – Jetzt mit einer Quartiersmanagerin“ live. Inzwischen haben die kreativen Köpfe hinter dem Podcast 17 Folgen gemeinsam mit ihren Gästen produziert. Neben Vertreter*innen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kirche sind natürlich die Kulturschaffenden aus Schnelsen und Umgebung zu Wort gekommen. Eines ist allen Eingeladenen gemein: Sie kommen aus Schnelsen oder haben eine enge Verbindung zum Stadtteil.

KONTAKT

Freizeitzentrum Schnelsen e.V.
www.fz-schnelsen.de/podcast-fzs

KulturEnergieGenoss*in werden

Die Verwirklichung des KulturEnergieBunkerAltonaProjekt (KEBAP) rückt näher: Im Oktober wurde die technische Planung des Energieteils in der westlichen Bunkerhälfte abgeschlossen. Im gleichen Monat bewilligte die Stadt mehr als eine halbe Million Euro aus dem investiven Quartiersfonds für die architektonische Planung.

Mit diesem Geld will KEBAP nun bis Ende 2022 einen Bauantrag vorbereiten. Parallel wächst die KulturEnergieGenossenschaft Altona, kurz KEGA eG, über die sich Bürger*innen an dem Modellprojekt beteiligen können. Rund 100 Mitglieder haben bereits Anteile gezeichnet. Weitere sollen jetzt durch eine hamburgweite Kampagne gewonnen werden.

Das Projekt ist in Deutschland eines der ersten innerstädtischen Beispiele für Bürgerenergie, das nicht grünen Strom, sondern

nachhaltige Wärme erzeugen will. Und vermutlich ist es das einzige, das seinen Anwohnenden nicht nur eine Beteiligung anbietet, sondern durch Erlöse aus dem Energieverkauf vergünstigte Kulturräume in der anderen Bunkerhälfte. ■

KONTAKT

KulturEnergieGenossenschaftAltona KEGA eG
Stresemannstr. 374 · 22761 Hamburg
www.kega-hamburg.org

Podcasts vom Empathie-Mobil

**Wie wichtig ist Empathie?
Wie empathisch ist unsere Gesellschaft?
Und wie kann man Empathie fördern?
Diesen Fragen ging das Empathie-Mobil auf den Grund – ein Kooperationsprojekt vom Goldbekhaus, der Zinnschmelze, dem Bürgerhaus Barmbek und dem ells Kulturhaus Langehorn.**

Am Empathie-Mobil – ein Lastenrad mit Tisch, Stuhl und einer Schreibmaschine – wurden Passant*innen eingeladen, Tagebucheinträge aus der Sicht fremder Personen zu schreiben. Als Grundlage hierfür dienten Steckbriefe realer Personen. Etwa 80 Personen ließen sich auf das Experiment ein. Drei Menschen, die hinter den Steckbriefen standen, lud MomentMal zur Aufnahme eines Podcasts ein. In zwei Folgen sprechen sie über die Tagebucheinträge und ihre persönliche Einschätzung zum Empathie-Grad in unserer Gesellschaft – zu hören auf momentmal-hamburg.de. ■

KONTAKT

MomentMal
momentmalhh@gmail.com · www.momentmal-hamburg.de



FOTO: MAIKE LACHENICHT

20 Jahre Hamburger Comedy Pokal

20 Comedians, 17 Shows, 1 Gewinner: Mit dem **Hamburger Comedy Pokal** findet vom 28. bis 31. Januar zum 20. Mal einer der härtesten und beim Publikum beliebtesten Kleinkunstwettbewerbe statt – verteilt über ganz Hamburg in 10 Stadtteilkulturzentren.



Seit dem 15. November läuft der Vorverkauf für die Shows der 20 Gute-Laune-Gladiatoren, die es in die diesjährige engere Auswahl geschafft haben und für die es ab sofort nur noch ein Ziel gibt: Den begehrten Stoffpokal gen Bühnenhimmel zu recken. Schirmherrin des Hamburger Comedy Pokals ist diesmal die Komikerin, Entertainerin und Autorin Käthe Lachmann. ■

KONTAKT

Hamburger Comedy Pokal e.V.
Lohbrügger Landstr. 8 · 21031 Hamburg
www.hamburgercomedyokal.de

Peter ist dann mal weg

Nach drei Jahrzehnten verlässt **Peter Rautenberg** das Goldbekhaus. Auf diesem Wege möchte er sich nun verabschieden.

32 Jahre sind eine lange Zeit, genauer gesagt, ziemlich genau mein halbes Leben, das ich im Goldbekhaus verbracht habe. In dieser Zeit habe ich Hunderte von Veranstaltungen organisiert, an unzähligen Diskussionsrunden, Teamsitzungen, Programmplena und Strategietagen teilgenommen, Excel-Tabellen zerschossen, Abrechnungen passend gemacht, nicht gelernt, Behörden-Sprech zu verstehen, mich mit Kolleg*innen gestritten und wieder vertragen, sehr viele tolle Künstler*innen erlebt, aber auch manch schmerzlichen Flop hinnehmen müssen. Rückblickend eine schöne Zeit

mit Höhen und Tiefen. Auf die Corona-Epidemie mit ihren gravierenden Auswirkungen für die Kultur hätte ich gerne verzichtet – aber wer nicht. Ich möchte mich bei allen Kolleg*innen aus der Stadtteil-Kulturszene bedanken, mit denen ich in den vergangenen Jahren zusammengearbeitet habe, insbesondere den Kolleg*innen, die den Hamburger Comedy Pokal zum Erfolg geführt haben. Zumindest 2022 bleibe ich noch ein bisschen im Goldbekhaus und auch den Hamburger Comedy Pokal werde ich noch weitermachen. Ansonsten freue ich mich auf viel freie Zeit und Reisen nach nah und fern. Tschüss!“ ■



ZWISCHENRESÜME

KULTURBÜHNE IM „JOLA“

Im Kulturhaus Süderelbe hat sich die Kulturbühne im Quartiersraum „JoLa“ als professionelles Theater in Süderelbe etabliert. Der Zuspruch in Neugraben wächst stetig, die meisten Aufführungen sind schnell ausverkauft. Die Spielzeit 2021 war davon geprägt, das Vertrauen des Publikums in die Sicherheit von Kulturveranstaltungen wiederzugewinnen. Das gelang und so bietet die neue Spielzeit spannende Konzerte, Theaterstücke und Workshops.

KONTAKT

Kulturhaus Süderelbe e.V.
www.kulturhaus-suederelbe.de

NEUES ANGEBOT

AUTOBIOGRAFIE-WERKSTATT

Brigitte Pagendam leitet die Kreativeschreiben-Kurse im Eidelstedter Stadtteilkulturzentrum, Geschichtswerkstattler Wolfgang Wallach organisiert die Lesebühne der Eidelstedter Poet*innen. Gemeinsam bieten sie nun eine Autobiografie-Werkstatt im KulturContainer an: An zwei Terminen im Januar und Februar laden sie Menschen ein, die an einem bestimmten Punkt in ihrem Leben Erinnerungen oder die eigene Geschichte festhalten wollen.

KONTAKT

Eidelstedter KulturContainer
www.ekulturell.de

NEUE BOSCHÜRE

ARBEIT GLOBAL

Nach drei Jahren und 37 Veranstaltungen gibt die Broschüre „arbeit global“ einen kleinen Einblick in die sechs Themenschwerpunkte – gesellschaftliche Teilhabe, Migration, Geschlechter(un)gerechtigkeit, Digitale Arbeitswelten, Klimagerechtigkeit – sowie die interdisziplinäre Herangehensweise innerhalb des Projektes auf die unterschiedlichsten Facetten und Perspektiven auf (Lohn-)Arbeit. Ab dem 1. Februar 2022 steht die Broschüre unter www.w3-hamburg.de zum Download bereit.

KONTAKT

W3_Werkstatt für internationale Kultur und Politik e.V. · www.w3-hamburg.de

Dokumentation

*SUPER*KRAFT SOZIOKULTUR

Kann die „SUPERKRAFT SOZIOKULTUR“ die Welt retten? Und sollte sie es überhaupt? Was kann Stadtteilkultur bewirken zur Lösung der größten Probleme unserer Zeit? Das wollten die rund 190 Teilnehmenden des 22. Hamburger Ratschlag Stadtteilkultur vom 4. bis zum 11. November 2021 wissen.



Corinne Eichner heißt die Teilnehmenden willkommen

FOTO: MIGUEL FERRAZ

Soziokultur wirkt. Das hat die Hamburger Stadtteilkultur immer wieder bewiesen: Sie ermöglicht kulturelle Teilhabe, fördert kulturelle Vielfalt, stärkt den sozialen Zusammenhalt, gestaltet die Stadt mit und reagiert schnell auf gesellschaftliche Herausforderungen. Aber kann lokale Kultur einen wirkungsvollen Beitrag zu den großen Herausforderungen unserer Zeit leisten, die fast immer im globalen Zusammenhang zu sehen sind?

Klimawandel und Umweltzerstörung, Rassismus, gesellschaftliche Spaltung, Ungleichheit, Gewalt. Wir stehen

vor riesigen Aufgaben, die durch Corona lediglich zeitweise aus dem gesellschaftlichen Fokus gerieten. Doch die Zeit drängt. Wir müssen jetzt handeln, wenn wir die Grundlagen unserer Gesellschaft und unseres Zusammenlebens, ja möglicherweise unsere Zivilisation erhalten wollen.

Aber: Kann die „Superkraft Soziokultur“ die Welt retten? Und sollte sie es überhaupt? Oder zieht sich die lokale Kultur angesichts der Globalisierung der Probleme auf den Stadtteil zurück? Was kann Stadtteilkultur bewirken zur Lösung der größten Probleme unserer Zeit? Das fragte der 22. Ratschlag

am 4. November bei einer Tagung in Präsenz im Theaterzentrum WIESE und bot vom 9. bis 11. November in einem Online-Workshop-Programm Methodenkenntnisse und Handwerkszeug für mehr Wirkung der SUPERKRAFT SOZIOKULTUR.

In diesem Heft, das den 22. Ratschlag und sein Programm dokumentiert, stellt Dr. Carsten Brosda die Stadtteilkulturzentren als gesellschaftliche Umschlagpunkte vor (S. 8) und Prof. Dr. Birgit Mandel von der Universität Hildesheim fragt nach den besonderen Potenzialen der Soziokultur für kulturelle Teilhabe und kulturelle Demokratie. Ferner geht sie der Frage nach, inwiefern und mit welchen Ansätzen (sozio-)kulturelle Einrichtungen zur Lösung globaler gesellschaftlicher Herausforderungen wie Klimawandel, Pluralisierung kultureller Ansprüche und die soziale und kulturelle Spaltung der Gesellschaft beitragen können (S. 10). Der Text auf Seite 13 befasst sich anschließend mit den Arbeitssessions während der Präsenzveranstaltung, in denen die Teilnehmenden nach den Keynotes prüften, wie die spezifischen Stärken der Stadtteilkultur – ihre SUPERKRÄFTE – für die großen Herausforderungen unserer Zeit eingesetzt werden können.

Die Direktorin der Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel, Prof. Dr. Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, berichtet vom aktuellen Stand der Forschung zur Wirkungsmessung in der kulturellen Bildung (S. 15) und als Methode zur Verstärkung der Wirkung der Stadtteilkultur führt Jannes Vahl, Geschäftsführer der Agentur fair narrative GmbH, in das Social Campaigning ein (S. 17), während die Transformationsberaterin Jaana Rasmussen einen Einblick in das Storytelling für NGOs gibt (S. 18). Auf Seite 19 stellt Heike Breitenfeld das Kultur-EnergieBunkerAltonaProjekt vor, das Kultur und nachhaltige dezentrale Energieerzeugung zusammendenkt und Nils Kumar geht in seinem Beitrag darauf ein, wie beim Kauf von Produkten ein sozialer oder ökologischer Mehrwert geschaffen wird (S. 20). Darauf folgend erläutert Anna Kliemann von Green Events Hamburg, wie man Veranstaltungen ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltig gestalten kann (S. 21). Abgerundet wird der Schwerpunkt des Magazins von der Neurowissenschaftlerin und Autorin Prof. Dr. Maren Urner, die Strategien aufzeigt, wie man gegen das Gefühl der Hilflosigkeit angehen kann, um wirkungsvoll an die großen Herausforderungen unserer Zeit heranzugehen (S. 22). ■

PROGRAMM

DO | 4. NOVEMBER 2021 | TAGUNG

- 13.00 Ankommen und MOHLTIED
- 14.00 MOIN: Einführung & Begrüßung
- 14.10 KEYNOTE: Dr. Carsten Brosda | **Distanz braucht Nähe.** Umschlagpunkt Stadtteilkulturzentrum (S. 8)
- 14.35 KEYNOTE: Prof. Dr. Birgit Mandel | **Sich nützlich machen für die Gesellschaft.** Soziokulturelle Einrichtungen als guter Nachbar, Community Builder und Trainingslager für globale Herausforderungen? (S. 10)
- 15.00 TALK: Nachfragen zu den Keynotes
- 15.30 FOFFTEIN
- 16.00 SESSION I: **Die SUPERKRÄFTE einsetzen** | Wie können die spezifischen Stärken der Stadtteilkultur für die großen Herausforderungen unserer Zeit eingesetzt werden? (S. 13)
- 17.30 FOFFTEIN
- 18.00 SESSION II: **SUPERKRÄFTE für die Zukunft** | Wie können lokale Kultur, Politik und Verwaltung gemeinsam wirkungsvoll an den globalen Herausforderungen arbeiten?
- 19.00 AUSKLANG

DI | 9. NOVEMBER 2021 | WIRKUNG

- 9.45 MOIN: Einführung & Begrüßung
- 10.00 VORTRAG: Prof. Dr. Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss | **Superkraft Kulturelle Bildung!?** Was sie kann und wie wir das messen (S. 15)
- 14.00 VORTRAG: Jannes Vahl | **Social Campaigning** (S. 17)
- 15.30 WORKSHOP: Jaana Rasmussen | **Storytelling für NGOs** (S. 18)

MI | 10. NOVEMBER 2021 | HANDS ON

- 10.00 PROJEKTVORSTELLUNG: Heike Breitenfeld | **KEBAP in Altona** (S. 19)
- 11.30 VORTRAG: Nils Kumar | **Sozialer Konsum** (S. 20)
- 14.00 VORTRAG: Anna Kliemann | **Nachhaltiges Veranstalten** (S. 21)

DO | 11. NOVEMBER 2021 | NACHKLAPP

- 11.30 VORTRAG: Prof. Dr. Maren Urner | **Wege aus der erlernten Hilflosigkeit** (S. 22)

Distanz braucht Nähe: Umschlagpunkt Stadtteilkulturzentrum

Stadtteilkulturzentren ermöglichen das Zusammenkommen, stärken Verbindlichkeit und Vertrauen sowie das gemeinsame Nachdenken darüber, wie wir zusammen leben wollen. Doch was ist die Aufgabe der Politik: Fürsorge oder Vorsorge?

AUTOR: DR. CARSTEN BROSDA, SENATOR FÜR KULTUR UND MEDIEN

Der britische Anthropologe Daniel Miller veröffentlichte 2010 ein Buch mit dem Titel „Der Trost der Dinge“. Darin portraitiert er Menschen, die zwar in derselben Straße in London wohnen, aber deren Haushalte doch sehr unterschiedlich aussehen. Miller leitet aus den unterschiedlichen Einrichtungen unterschiedliche Lebenseinstellungen ab. So steht am Ende die Erkenntnis: Menschen suchen sich immer eine Art von Ordnung. Und bisweilen tritt an die Stelle eines gesellschaftlichen Zusammenhalts eine enge Bindung zwischen ihnen und ihrem Hab und Gut. Mit der Corona-Pandemie hat dieses Bild an Kontur gewonnen. Draußen tobte Chaos, drinnen suchten viele nach Ordnung und Sicherheit. Aber natürlich kann, auf die Spitze getrieben, eine Beziehung zu Gegenständen keine zwischenmenschliche Beziehung, geschweige denn einen gesellschaftlichen Zusammenhalt ersetzen.

Gerade in einer Großstadt mit ihrem Wesensmerkmal der Anonymität brauchen wir Orte, an denen Menschen aus ihren häuslichen Komfortzonen herauskommen und sich auf offene Situationen einlassen; offene Orte, an denen Individualität und Vielfalt zusammenkommen und wir uns im Spiegel der anderen selbst besser kennenlernen. Stadtteilkulturzentren sind solche Orte. Sie erfüllen Aufgaben im sozialen Nachbarschaftskontext und schaffen gleichzeitig den Raum für zweckfreie Kultur- und Kunstformate. Und sie ermöglichen noch etwas: Sie geben weltbewegenden Herausforderungen vor Ort ein Gesicht. Diese Nähe und unmittelbare Erfahrung ist entscheidend. Letztlich haben wir auch dies im Zuge der Corona-Pandemie erlebt: Der

digitale Austausch über Meilen Entfernung hinweg ist lebenswichtig, kann aber nie den direkten Austausch von Mensch zu Mensch ersetzen.

Im Ausloten und Ausprobieren von möglichen Alternativen fördern Stadtteilkulturzentren sowohl Selbstwirksamkeit als auch Gemeinschaftswirksamkeit. Vor Ort werden lokale und globale Themen miteinander verzahnt. So entsteht zum Beispiel im KulturEnergieBunkerAltonaProjekt „KEBAP“ ein Raum für Partizipation, an dem dezentral Energie erzeugt werden soll. Im Projekt „Sound in the silence“ der „MOTTE“, werden an ehemaligen Orten des Grauens wie der KZ-Gedenkstätte Neuengamme neue Formate und Dimensionen der kollektiven Erinnerung erarbeitet. Das Stadtteilstfest „altonale“ verhandelt gesellschaftliche Prozesse und spürt der Frage nach, welche Rolle Kultur im urbanen Gefüge spielen kann. Die Zinnschmelze erörtert mit ihrer Projektreihe „HaLT! In Zeiten der Erschütterung“ den Umgang miteinander und mit unserer Umwelt.

Das sind einzelne unterschiedliche Beispiele. Die Frage, ob und wie Vernetzungen und Kooperationen der Stadtteilkulturzentren untereinander gelingen können, ist eine Frage, die in einer sich wandelnden Gesellschaft immer wieder essentiell ist. Der Hamburger Kultursommer hat in diesem Jahr gezeigt, was wir gemeinsam erreichen können und was eine gute Zusammenarbeit von Verwaltung und Kreativszene hervorbringen kann. Die Kulturbehörde begibt sich immer gerne in einen Diskurs mit der Stadtteilkultur – nicht zuletzt, weil sie selbst sehr viel für ihre eigene Arbeit lernen kann.



Dr. Carsten Brosda bei seiner Video-Keynote auf der Präsenz-Tagung in der WIESE

Die Politik sichert die materielle Basis der Stadtteilkulturzentren. Wir sind inzwischen schon im zweiten Doppelhaushalt mit einer festverankerten Steigerung um 1,5% der Rahmenzuweisung unterwegs, haben mit dem laufenden Doppelhaushalt den Ausgleich der aufgelaufenen Tarifsteigerungen in den Blick genommen und den Ansatz zur Förderung des Dachverbandes wesentlich erhöht, um auch hier die Vernetzungsarbeit und den Kompetenzaufbau weiter zu stärken.

Hamburg fördert aktuell 28 Stadtteilkulturzentren, 17 Geschichtswerkstätten und darüber hinaus viele weitere Netzwerkknoten wie Bürgerhäuser und Kulturzentren in der ganzen Stadt. Dabei geht es nie darum, fürsorglich einen Anforderungskatalog vorzugeben, sondern stattdessen vorsorglich die notwendigen Infrastrukturen herzustellen, damit die Arbeit an Ort und Stelle bestmöglich gelingen kann. Wir müssen dabei

immer wieder gemeinsam darüber diskutieren, welche zeitgemäßen Infrastrukturen notwendig sind.

Kann die Politik die Superkraft der Stadtteilkultur messen? Jein. Sie kann unterschiedliche Kennzahlen abfragen, wie zum Beispiel die Höhe der Einnahmen oder die Anzahl an Kooperationen mit Schulen. Diese Zahlen geben eine Auskunft darüber, wie viele Menschen erreicht werden. Aber mehr auch nicht. Die eigentliche Wirkmacht liegt woanders. Wir können nicht messen, wen ein Kulturangebot tatsächlich verändert und wer wieder andere zu Debatten anstiftet. Aber genau das ist die eigentliche Superkraft von Kunst und Kultur. Wir wissen nicht genau, was passiert, aber wir wissen, dass etwas passiert. Und eben diese Anerkennung, dass man nicht alles quantifizieren kann, ist für die Politik das oberste Gebot. Es ist das Fundament für jegliche Förderung, auf dem alles andere aufbaut. ■

Soziokulturelle Einrichtungen als guter Nachbar, Community Builder und Trainingsfeld für globale Herausforderungen?

1. KULTURELLE TEILHABE: DEMOKRATISIERUNG VON (HOCH-)KULTUR VERSUS KULTURELLE DEMOKRATIE

„Kulturpolitik ist Gesellschaftspolitik“, so lautete die Gründungs-Mission der Kulturpolitischen Gesellschaft 1976 in Abgrenzung zu einer enggeführten Kulturpolitik, die sich auf die Förderung von sogenannten „Hoch-Kultur-Einrichtungen“ mit Pflege kulturellen Erbes und neuer Kunstformen konzentrierte. Kulturpolitik sollte nicht nur als Kulturbetriebsförderpolitik verstanden werden, sondern auch verantwortlich sein für das gesellschaftliche und demokratische Zusammenleben. Dafür müsse Kulturpolitik danach fragen, inwiefern über eine breite kulturelle Teilhabe im Sinne einer „Kultur für alle und von allen“ (Hoffmann 1979) Demokratie gelebt werden und wie kulturelle Akteur*innen dazu beitragen können, ein gelingendes gesellschaftliches Zusammenleben mit zu gestalten. Bei den Überlegungen der Neuen Kulturpolitik spielte die Soziokultur von Anfang an eine zentrale Rolle (vgl. u. a. Glaser 1974) als Ermöglicher im Alltag verankerter kultureller Teilhabe an Kulturformen, die über einen engen, normativen Kulturbegriff hinausweisen.

Wie können Kultureinrichtungen mit den großen Herausforderungen der Gesellschaft wie Klimawandel, Pluralisierung kultureller Ansprüche und der sozialen und kulturellen Spaltung der Gesellschaft umgehen? Welche Lösungsansätze haben sie, wie unterscheiden sich dabei die klassischen Kultureinrichtungen von der Soziokultur? Welche besonderen Potenziale hat die Soziokultur, zu sozialem Zusammenhalt und kultureller Teilhabe im Sinne einer kulturellen Demokratie beizutragen?

AUTORIN: PROF. DR. BIRGIT MANDEL

Zu konstatieren ist, dass das Credo von „Kulturpolitik als Gesellschaftspolitik“ zwar im Diskurs in Deutschland bis heute aktuell ist, in der Praxis der Kulturpolitik jedoch nur sehr begrenzt eingelöst wurde. Die öffentliche Kulturförderung basiert auf einem eher engen Kulturverständnis: Der größte Teil der Budgets ist fest gebunden in klassischen Kultureinrichtungen wie Theater, Opern, Orchester und Museen.

Die Forderung nach chancengerechter kultureller Teilhabe ist vor allem im Zuge der Diversifizierung der Bevölkerung durch Migration in den vergangenen Jahren wieder laut geworden. Dabei werden unter kultureller Teilhabe unterschiedliche Dimensionen von Partizipation

verstanden: Teilhabe als Publikum und Besucher*in kultureller Angebote, aktive künstlerisch-ästhetische und kulturelle Teilhabe als Amateur*in sowie Einflussnahme und Mitbestimmung über kulturelle Programme und Förderung.

Die Bemühungen, kulturelle Güter und Angebote öffentlich geförderter (Hoch-) Kultureinrichtungen für möglichst viele Bürger*innen zugänglich zu machen durch verbesserte Zugangschancen, den Abbau von Zugangsbarrieren und Vermittlungsangeboten im Sinne von Enkulturation in das von Expert*innen als wertvoll definierte, öffentlich geförderte Kulturangebot lässt sich als Demokratisierung von Kultur bezeichnen. Demgegenüber impliziert

der Begriff der Kulturellen Demokratie, dass das öffentliche kulturelle Leben einer Gesellschaft von und mit allen entwickelt wird und anerkennt, dass es dabei unterschiedliche Formen von Kunst und Kultur gibt, die verschieden aber gleichwertig sind.

Soziokultur steht für die Idee der kulturellen Demokratie. Sie basiert auf einem breiten, nicht normativen Kulturverständnis, das Formen von Alltagskultur, Breitenkultur, Populärkultur, politische Kultur, Kultur der Länder ebenso umfasst wie Kunst-Kultur und diese oft interdisziplinär verbindet. Das Subjekt kultureller (Selbst-)Bildung steht im Vordergrund und seine Weiterentwicklung bzw. „Ermächtigung“. Teilhabe ist die zentrale Mission der Soziokultur und zwar oft im Sinne einer aktiven Mitwirkung an Programmen und Entscheidungen, denn ehrenamtliches Engagement gehört zur Soziokultur und die Grenzen zwischen Macher*innen und

Teilnehmenden sind oft fließend. Die Verhandlung gesellschaftspolitischer Themen und das Engagement für lokale Belange im Sinne gelebter Demokratie ist zentrales Merkmal der Soziokultur.

In der Kulturförderpolitik fand die Soziokultur zwar seit den 1970er Jahren Anerkennung und Institutionalisierung in mittlerweile 566 Einrichtungen, die im Bundesverband Soziokultur organisiert sind. Allerdings ist ihr Anteil am Kulturbudget im Vergleich zu den klassischen Kultureinrichtungen gering. Die Forderung eines der zentralen Akteure der Neuen Kulturpolitik, Alfons Spielhoff, Ende der 1970er Jahre, einige der Opernhäuser zu schließen und mit den frei gewordenen Mitteln flächendeckend soziokulturelle Einrichtungen zu unterhalten, wurde nicht eingelöst. Mit zunehmendem Wohlstand der Bundesrepublik Deutschland wurde kulturpolitisch eher nach dem Prinzip einer additiven Kulturpolitik gehandelt.

2. SICH FÜR GESELLSCHAFTLICHE UND SOZIALE PROBLEME VERANTWORTLICH FÜHLEN

Finanzkrise, Flüchtlingskrise, Corona-Pandemie, Klimakrise. Die globalen Krisen beeinflussen auch den Kultursektor und fordern diesen zugleich dazu auf, an Lösungen mitzuwirken im Sinne einer Kulturpolitik als Gesellschaftspolitik. Zentrale Herausforderungen für den Kultursektor sind:

- Die kulturelle Begleitung des Klimawandels
- Umgang mit der Veränderung kultureller Interessen & Ansprüche durch den demografischen Wandel (v. a. Alterung der Gesellschaft und Migration) sowie Digitalisierung und dem damit einhergehenden Wandel von Arbeit & Freizeit
- Die Überwindung der zunehmenden sozialen und kulturelle Spaltung der Gesellschaft als Beitrag zur Demokratisierung in Zeiten von Filterblasen und Cancel Culture

KULTURELLE BEGLEITUNG DES KLIMAWANDELS

Wissen über die negativen Veränderungen des Ökosystems und entschiedenes Handeln stimmen derzeit noch nicht überein. Der konstruktive Umgang mit dem Klimawandel benötigt ganz offensichtlich auch einen kulturellen Wandel mit der Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen, die bislang stark auf schrankenlosen Konsum ausgerichtet waren. Kulturelle Einrichtungen müssen diesen Prozess proaktiv begleiten, indem sie selbst als Einrichtung Vorbild sind für Veränderungen.

FOTO: MIGUEL FERRAZ

Prof. Dr. Birgit Mandel bei ihrer Keynote auf dem Ratschlag



Soziokulturelle Einrichtungen sind hier Vorreiter: 43 % nutzen erneuerbare Energien; bei 46 % spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle, 68 % achten auf Fair Trade und die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden (Statistik Soziokultur 2019 und Institut für Kulturpolitik). Und sie können mit den spezifischen Mitteln von Kunst und Kultur den Kulturwandel begleiten, indem sie über reflektierte emotionale ästhetische Erlebnisse und Erfahrungen neue Handlungsweisen symbolisch erproben, Einstellungen beeinflussen und Transformationskräfte freisetzen. Dabei muss sich auch der Kultursektor selbstkritisch hinterfragen, denn auch er war in den letzten Jahrzehnten auf permanentes Wachstum und Ausweitung der Besitzstände fokussiert.

VERÄNDERUNG KULTURELLER INTERESSEN UND ANSPRÜCHE

Kulturelle Interessen verändern und segmentieren sich zunehmend, vor allem durch Migration und neue digitale Kulturräume, in denen ganz andere Aktions- und Rezeptionsweisen ausgebildet werden. Enkulturationsprozesse sind unterbrochen und neue Generationen wachsen nicht mehr automatisch in das klassische Kulturangebot hinein (Keuchel 2009, Reuband 2019).

Traditionelle Kulturangebote erreichen schon immer nur ein begrenztes Segment der Bevölkerung: weit überdurchschnittlich höher Gebildete, ökonomisch besser Gestellte und Ältere. Kulturelle Interessen werden wesentlich durch das Elternhaus geprägt. Vor allem junge Menschen aus bildungsfernen Elternhäusern werden mit klassischen Kulturangeboten

nicht erreicht (Keuchel/Wiesand 2006) und auch schulisch verpflichtende Angebote führen zumeist nicht zu einem nachhaltigen Interesse an klassischen Kulturangeboten. Hierzu bedarf es unterschiedlicher Mittler auf formaler, non-formaler und informeller Ebene (Keuchel/Larue 2012). Um ihre Legitimität zu sichern bemühen sich die klassischen Kultureinrichtungen seit einigen Jahren aktiv mit stark erweiterten Audience Development Maßnahmen darum, neue und andere Besucher*innen zu gewinnen. Dabei zeigen Untersuchungen von Audience Development Programmen in Deutschland und international, dass es kaum gelingt, nachhaltig anderes Publikum zu gewinnen und zu binden ohne tiefgreifende Transformationen der Einrichtungen (vgl. Mandel 2013, Arts Council England 2004, Hadley 2021). „If you want to change your audience, you first have to change yourself“ – strukturelle Veränderungen klassischer Kultureinrichtungen in ihren Programmen, ihrem Personal und ihrer Mission sind notwendig, um für ein anderes, diverseres Publikum zugänglich und attraktiv zu werden.

Auch durch diese Erkenntnis entwickeln klassische Kultureinrichtungen über Marketingmaßnahmen hinaus

verstärkt teilhabeorientierte Programme und Aktivitäten kultureller Bildung: So ist eine starke Zunahme der sogenannten 5. Sparte bei Stadt- und Staatstheatern zu beobachten mit Outreach in den öffentlichen Raum und in Bildungseinrichtungen, Bürgerbühnen, partizipativen Projekte mit „Experten*innen des Alltags“. Obwohl es dafür, anderes als in anderen europäischen Ländern, kaum kulturpolitische Vorgaben gibt, entwickeln fast alle Stadt- und Staatstheater vielfältige teilhabeorientierte Maßnahmen. Offensichtlich spüren die Einrichtungen selbst, dass die lange Zeit als selbstverständlich akzeptierte Vorstellung, der Staat habe Einrichtungen wie Theater zu finanzieren, um die Produktion anspruchsvoller Kunst vor Markteinflüssen zu schützen, als alleiniger Legitimationsmythos nicht mehr ausreicht. Zumal gesellschaftliche Integration und Diversitätsorientierung im Fachdiskurs als zentrale Herausforderung definiert werden, der sich auch öffentlich geförderte Kultureinrichtungen zu stellen hätten (Mandel 2021). ■

► *Lesen Sie die Keynote online weiter mit dem QR-Code.*



BIRGIT MANDEL

ist Direktorin des Instituts für Kulturpolitik an der Universität Hildesheim, Professorin für Kulturvermittlung und Kulturmanagement sowie Vizepräsidentin der Kulturpolitischen Gesellschaft.

Möge die SUPERKRAFT mit euch sein

In zwei aufeinander folgenden Sessions sollten die Teilnehmenden am 4. November 2022 erarbeiten, wie die spezifischen Stärken der Stadtteilkultur für die großen Herausforderungen unserer Zeit eingesetzt werden und lokale Kultur und Politik wirkungsvoll an den globalen Herausforderungen arbeiten können. Ein Protokoll.

AUTOR: JOSHUA LERP PETERSEN

Kaffee, Kuchen, Kekse. Und dann ein Gong, der den Teilnehmenden des 22. Hamburger Ratschlag Stadtteilkultur signalisiert, ihre Plätze wieder einzunehmen. Denn jetzt müssen sie selber ran. „Gibt es eine geheime Superkraft der Soziokultur?“, lautet die Einstiegsfrage von Corinne Eichner, die die Teilnehmer*innen über das Online-Umfrage-Tool Mentimeter beantworten sollen. Die ersten Smartphones werden gezückt. Der QR-Code lässt sich selbst aus den hintersten Reihen noch gut scannen. Nach wenigen Minuten liegen die ersten Ergebnisse bereits vor. In Form einer Wortwolke erscheinen die Antworten auf der Leinwand. Zu lesen sind dort unter anderem Begriffe wie Ausdauer, Hartnäckigkeit, Unbeugsamkeit und Flexibilität. Klingt nach einem guten Start.

Auf sechs Plakaten, die verteilt im großen Saal der WIESE an den Wänden hängen, stehen in großen schwarzen Lettern die Herausforderungen der heutigen Zeit: Klimawandel, Umweltzerstörung, Rassismus, gesellschaftliche Spaltung, Ungleichheit und Gewalt. Vor den Plakaten halten die Mitarbeiter*innen von STADTKULTUR mehrere Umschläge mit Arbeitsmaterialien bereit, die jeweils eine andere Superkraft der Soziokultur repräsentieren. Dazu zählen kulturelle Teilhabe, lokale Kultur, kulturelle Bildung, kulturelle Vielfalt, Vernetzung sowie Mitgestaltung. Nach der Aufforderung, sich eine der Herausforderungen auszusuchen und dann eine Superkraft zu wählen, mit deren Hilfe sie die Herausforderung angehen wollen, finden sich die Anwesenden schnell in Gruppen zusammen und machen sich an die Arbeit. Während die einen sich noch angeregt im Foyer über ihre Erfahrungen und Strategien austauschen, schreiben andere schon fleißig ihre Gedanken auf Karteikarten nieder. Anschließend ordnen die Gruppen ihre Arbeitsergebnisse den



Arbeitsessions auf dem Ratschlag

FOTO: MIGUEL FERRAZ

einzelnen Herausforderungen zu. Einige Teilnehmer*innen nutzen die Gelegenheit, sich die Ergebnisse der anderen anzusehen und ins Gespräch zu kommen.

Erneut ertönt der Gong. Die zweite Session beginnt. Diesmal steht im Fokus, die Superkräfte besser wirken zu lassen. Doch wie kann das gelingen? Welche Fehler machen Stadtteilkultur, Politik und Verwaltung in der Zusammenarbeit? Nach einem regen Austausch und den letzten Wortmeldungen sollen die Teilnehmer*innen die wichtigsten Erkenntnisse und Hinweise aus der Diskussion per Mentimeter teilen. Heraus kommt ein bunter Mix aus Wünschen, Forderungen und Vorschlägen. Zum Beispiel, dass man die hamburgweite Zusammenarbeit aller Bezirke intensivieren oder Beziehungen vertiefen müsse, um so für eine bessere Kommunikation und mehr Vertrauen zu sorgen. Aber auch mehr inhaltlicher Austausch und ein stärkerer Fokus auf Wirkung und Qualität statt Quantität seien nötig. Doch eine Erkenntnis sticht unter allen anderen hervor, denn sie spiegelt mehr denn je wieder, wofür nicht nur die beiden Sessions, sondern die gesamte Veranstaltung steht: „Miteinander reden hilft.“ ■



Impressionen des Ratschlags:
1. Ankommen



2. Begrüßung und Keynotes



Prof. Dr. Birgit Mandel

Sich nützlich machen für die Gesellschaft.
Soziokulturelle Einrichtungen als guter Nachbar,
Community Builder und Trainingsraum für globale
Herausforderungen.



KEYNOTE
Dr. Carsten Brosda - Behörde für Kultur und Medien



3. Sessions



Superkraft Kulturelle Bildung!?

Was sie kann und wie wir das messen

Kultureller und ästhetischer Bildung werden zahlreiche Wirkmechanismen zugeschrieben. Häufig ist mit der Förderung eines Projektes oder Programms zugleich die Auflage oder zumindest Erwartung verbunden, diese Wirkungen sichtbar und dokumentierbar zu machen. Der Impuls von **Prof. Dr. Reinwand-Weiss** geht der Frage nach, was von Kultureller Bildung erwartet werden kann, ob und wie Prozesse und Wirkungen sichtbar gemacht werden können und räumt dabei mit einigen Mythen rund um Kulturelle Bildung auf.

AUTORIN: PROF. DR. VANESSA-ISABELLE REINWAND-WEISS

Kulturelle Bildung, betrachtet als produktive und rezeptive Allgemeinbildung in den Künsten oder besser, ästhetischen Praktiken, die auf kritische Reflexionsfähigkeit und Erfahrungen von Selbstwirksamkeit zielt, kann unterschiedliche Wirkungen auf das Individuum, und damit auch Auswirkungen auf eine Organisation oder sogar gesellschaftliche Entwicklungen entfalten. Kulturelle Bildung ist ein lebenslanger Prozess und kann immer wieder in biografischen Lernzusammenhängen wirksam werden. Allerdings sind häufig genannte (Transfer-)Wirkungen wie beispielsweise Kreativitätsförderung, Entwicklung sozialer Kompetenz, Teilhabegerechtigkeit oder gar Intelligenzsteigerung mit Vorsicht zu genießen.

Wissenschaftlich stehen solche allgemeinen Aussagen auf tönernen Füßen, da Wirkungen abhängig sind von den konkreten Bedingungen eines Angebotes, der Zielgruppe, der Sparte/ des Genres, der Qualifikation der Anleitenden, der biografischen Vorerfahrung der Teilnehmenden und von vielem mehr. Mehr noch: das vorschnelle Schielen auf Transferwirkungen, d. h. Wirkungen die außerhalb der eigentlichen künstlerischen Betätigung liegen, verstellen allzu leicht den Blick für die Kraft einer zweckfreien, ästhetischen Bildung, die vor allem in der Ausbildung und Übung einer grundsätzlichen sinnlichen Wahrnehmungs-, Ausdrucks- und Gestaltungsfähigkeit des Individuums liegt. Politisch bewirkt die Wiederholung von Transfer-Mythen, dass



Prof. Dr. Reinwand-Weiss erläutert die Schwierigkeiten der Wirkungsmessung

Kulturelle Bildung als Superkraft und Allheilmittel betrachtet, an einer strukturellen Überforderung leidend, Schritt für Schritt entwertet wird.

Das heißt aber nicht, dass man das Potenzial von ästhetischen Praktiken für eine gelingende Lebensführung geringerschätzen darf. Gerade indem in ästhetischen oder auch soziokulturellen Praktiken Prinzipien wie Freiwilligkeit, Stärken- und Interessenorientierung, Partizipation und Anerkennung oder auch ästhetische Prinzipien wie Emergenz, Ambivalenz

oder Leiblichkeit konsequent verfolgt werden, eröffnen sich Möglichkeiten für den Einzelnen zum Umgang mit Unsicherheiten, zur eigenen Verantwortungsübernahme, Selbstreflexion und zur umfassenden Teilhabe an einer immer komplexer werdenden Gesellschaft: Allesamt Kompetenzen, die nicht nur Heranwachsende dringend zur Bewältigung aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen wie Klimawandel, Diversität, Wandel der Arbeitswelt oder Digitalität brauchen.

Allesamt Kompetenzen, die nicht nur Heranwachsende dringend zur Bewältigung aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen wie Klimawandel, Diversität, Wandel der Arbeitswelt oder Digitalität brauchen.

Um die Ergebnisse ästhetischer Praktiken und mögliche Wirkungen auf unterschiedlichen Ebenen transparent zu machen oder gar zu messen, ist es wichtig, das jeweilige Angebot in seinem sozialen und organisationalen Kontext zu betrachten und den Mut zu haben, aus fachlich ästhetischer, pädagogischer, sozialer oder auch politischer Perspektive eigene Wirkungsbeobachtungen darzustellen. Es ist ein Mythos, dass Wissenschaft das Potenzial oder gar die Wirkung eines ästhetischen Angebots immer vollumfänglich erfassen kann. Wissenschaftliche Wirkungsforschungen können – teils mit sehr hohem methodischem Aufwand – bestimmte Details einer Fragestellung beleuchten, aber selten ein Projekt oder Programm in Gänze erfassen oder eine allgemeine Wirkungsableitung zulassen.

So gibt es zwar mittlerweile wissenschaftliche Erkenntnisse, die auch projekt- und angebotsübergreifend gültig sind, wie beispielsweise dass Teilnehmende, die das erste Mal an kulturellen Bildungsprojekten teilnehmen in der Regel besonders stark profitieren oder dass die Wirkung in Hinblick auf ein nachhaltiges Kulturinteresse umso prägender ist, wenn bereits in der Kindheit kulturell-künstlerische Erfahrungen ermöglicht werden. Solche allgemeinen Erkenntnisse sind jedoch rar gesät und im konkreten Einzelfall sogar widerlegbar.

Vor diesem Hintergrund plädiere ich für eine Stärkung des fachlichen Erfahrungswissens und der Wahrnehmungs- und Reflexionsfähigkeit der Akteure Kultureller Bildung selbst.

In der sich wiederholenden Befragung des eigenen Angebotes hinsichtlich seiner Potenziale, in der kollegialen Beratung, in einem engen Dialog mit den Teilnehmenden über deren Erfahrungen und Entwicklungen während des Prozesses eines kulturellen Bildungsangebotes und in der Arbeit an unterschiedlichen Darstellungsformen der ästhetischen, pädagogischen oder sozialen Prozesse und Ergebnisse liegen reiche Erkenntnisse über die Wirkmächtigkeit des eigenen künstlerischen oder kulturellen Angebotes. Eine daraus sich entwickelnde spezifische Form des „storytellings“ kann Förderer ebenso – wenn nicht gar nachhaltiger – überzeugen als wissenschaftliche Zahlen und Fakten.

Praktiker*innen können von Wissenschaftler*innen oder anderen Fachpersonen in diesen selbstreflexiven Prozessen sinnvoll unterstützt und begleitet werden. Perspektivenreichtum und Interdisziplinarität ist hier durchaus als hoher Wert zu begreifen. Dies bedeutet aber einen prozessualen Wissenstransfer bereits in der Entstehung des Angebotes, Projektes oder Programms zu verankern.

All das kostet Zeit und Ressourcen und wäre bereits im Stadium der Beantragung eines Projektes oder Programms mitzudenken. Vielleicht auch eine Anregung an Förderer, weniger Evaluationen einzufordern und mehr selbstreflexive Räume und Wissenstransfer strukturell zu verankern, um Wirkungen transparent zu machen. ■

KONTAKT

Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e.V.
Schlossplatz 13 · 38304 Wolfenbüttel
post@bundesakademie.de · www.bundesakademie.de

FOTO: PETRA COBBINGTON



VANESSA-ISABELLE REINWAND-WEISS

ist Direktorin der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel und lehrt als Professorin für Kulturelle Bildung an der Universität Hildesheim.

Mehr Wirkung: Social Campaigning

Wenn wir mehr Wirkung mit unseren Aktivitäten und Projekten entfalten wollen, müssen wir effektvoller kommunizieren. Wie das gelingen kann, zeigt das Social Campaigning. **Jannes Vahl** hat in seinem Online-Vortrag auf dem Ratschlag erläutert, wie man auch ohne großes Geld soziale Kampagnen für Social Media entwickelt und an ausgewählten Beispielen gezeigt, wie Social Campaigning funktioniert und wo sich ansetzen lässt, um die Welt – zumindest ein bisschen – zu retten.

AUTOR: JANNES VAHL

DIE AUSGANGSLAGE: Was ist überhaupt eine Kampagne, was kann alles eine sein – und was kann man realistisch damit erreichen? Etwas grundlegende Recherche schadet nie. Erstens, um ein Gefühl für Erfolg oder Misserfolg zu bekommen. Zweitens auch, um sich eventuell an die ein oder andere Idee aus anderen Städten oder Projekten anzulehnen.

DIE KANÄLE: Wichtig ist Ihre Einschätzung, über welchen Kanal Ihre Idee die größte Wirkung entfalten kann. Totgeglaubte Infoträger wie Flyer oder Newsletter gewinnen gerade wieder an Wert, je mehr globale Unternehmen wie Facebook sich die Reichweiten vergolden und drosseln.

DIE IDEE sollte Ihr kompletter primärer Fokus sein. Im Idealfall beantwortet Ihre Idee die Frage: Wie schafft man es, die Herausforderung, die der Kampagne zu Grunde liegt, effektiv, attraktiv,

kreativ, zeitgeistig und publikumswirksam zu thematisieren? Die Maßnahme kann dann ein Social Media Posting, eine Plakatreihe, ein schmelzender Eisberg in der Elbe oder eine riesengroße 360-Grad-Kampagne sein.

DIE MENSCHPOWER: Bitte überlegen Sie, wen Sie für Ihre geplante Kampagne benötigen, wer Ihnen verbindlich zur Verfügung steht, wen Sie eventuell durch Budget, Freikarten oder persönliche Gefallen gewinnen könnten – und was mit diesem Team realistisch plan- und durchführbar ist. Bietet Ihre Idee Anknüpfungspunkte für Influencer? Medien(partner)? Prominente? Mitarbeitende? Jede Person aus dem Netzwerk, die nichts beitragen kann, kann auf jeden Fall liken, teilen, weiterleiten und weiter erzählen. Bitte überlegen Sie, was Sie wollen, was Sie können, was und wen Sie dafür benötigen, was Ihnen dafür zur

Verfügung steht, was realistisch ist und wie Ihr Kampagnenplan aussieht.

DIE BEISPIELE: Suchen Sie im Netz gerne mal nach den Kombinationen „clubkinder Wintercafé“ (v. a. facebook), „clubkinder Schlafwagen“, „KunztKüche“ oder GoBanyo (v. a. Startnext). Wer hier nicht gleich fündig wird und auch bei allen anderen Fragen zum Social Campaigning: Gerne jederzeit melden unter info@fairnarrative.com. ■

SCREENSHOT: STADTKULTUR HAMBURG



JANNES VAHL

ist Geschäftsführer der Agentur fair narrative GmbH, die Kommunikation für Kampagnen und NGOs anbietet.

Wie Stadtteilkultur Storytelling nutzen kann

Storytelling ist in den letzten Jahren zu einem Megatrend geworden und spielt auch in der Kommunikation von Non-Profit-Organisationen eine

immer größere Rolle: Geschichten fallen auf und wirken direkter und nachhaltiger als Fakten und Sachargumente. Dies gilt umso mehr für Organisationen mit geringen Ressourcen.

AUTORIN: JAANA RASMUSSEN

Das Bedürfnis Geschichten zu erzählen, existiert schon so lange wie die Menschheit selbst. Uns Menschen ist es ein ureigenes Bedürfnis, elementare Erlebnisse und Erinnerungen in Geschichten zu verewigen und an unsere Nachfahren weiterzugeben.

Im strategischen Storytelling geht es immer um die menschlichen Grundbedürfnisse: Wir Menschen sind „hardwired for connection“, wie die Storytellerin und Professorin an der University of Houston Brené Brown schreibt. Die Verbindung zu anderen Menschen ist für uns notwendig, um glücklich zu sein. Storytelling und Storylistening verbindet Menschen miteinander, es werden die gleichen Gehirnregionen angeregt und der Hormonspiegel von Oxytocin im Blut steigt messbar. Oxytocin ist als das „Kuschelhormon“ bekannt, es sorgt dafür, dass wir in emotionale Verbindung mit anderen empfinden.

Im Gegensatz zur Kommunikation von Inhalten durch Zahlen, Daten und Fakten eignen sich durch die hormonelle Wirkung Stories dazu, Daten im Kontext zu vermitteln. Stories sind gehirngerechte Kommunikation. Eine weitere Wirkweise sind die Archetypen nach J.G. Jung. Archetypen repräsentieren im Unterbewusstsein verankerte Bilder von bestimmten prototypischen Figuren, in denen sich das Publikum sofort wiedererkennt – „der Weise, der Narr, der Liebende, der Rebell. Archetypen lassen sich auf Menschen übertragen, auf Unternehmen, auf Marken“, schreibt der Storytelling-Experte Thomas Pyczak. Strategisches Storytelling nutzt diese unbewusst gespeicherten Muster gezielt, um Menschen zum Denken, Fühlen und Handeln zu bewegen.

Storytelling steht nicht in Konkurrenz zu anderen Arten der Kommunikation, sondern fügt sich organisch ein. Jede Organisation besteht aus Hunderten von Stories, man muss sie „nur“

sammeln und für die interne und externe Kommunikation aufbereiten. Zwei Basis-Stories braucht jede Organisation: Die „Wer bin ich“ und die „Wer sind wir“-Story definieren das „Warum“ der Organisation. Orientierung für die beiden Basis-Stories bieten folgende Fragen. Die „wer bin ich“ Story: Was macht mich aus als Mensch? Für welche Werte stehe ich? Warum arbeite ich hier? Was begeistert mich an meiner Arbeit? Die „wer sind wir“ Story: Existiert eine Gründungsstory der Organisation? Welche ist das? Wofür steht unser Zentrum – was ist der Markenkern? Welchem Archetyp entsprechen wir? Die Beantwortung der Fragen hilft beim Entwickeln einer Basis-Narrative, die der Kommunikation mit diversen Stakeholdern dient – Besucher*innen, Spender*innen, Politiker*innen.

Der erste Schritt zum erfolgreichen Storytelling ist aktives Zuhören und Erinnern. Legen Sie sich ein Story-Archiv an und sammeln Sie Erlebnisse in der Einrichtung, die sich emotional besonders eingepägt haben. Fragen Sie Mitarbeitende, Besucher*innen und langjährige Partner*innen nach Geschichten und nutzen Sie sie. Testen Sie die Stories an Kolleg*innen und auch an Unbeteiligten. Wählen Sie bewusst die Erzählperspektive, die Protagonist*innen und die Herausforderung, die es zu überwinden gilt. Storytelling ist eine uralte und zutiefst menschliche Methode. Es zielführend anzuwenden, verlangt allerdings nach strategischem Vorgehen und auch dem Mut, sich als Mensch zu zeigen und authentisch zu erzählen. ■

JAANA RASMUSSEN

ist Storydeveloper, Transformationsberaterin und Agile Coach sowie langjährige Begleiterin in den Qualifizierungsprogrammen von STADTKULTUR HAMBURG.

Wie aus Energie Kultur werden soll

Das KulturEnergieBunkerAltonaProjekt, kurz KEBAP, will im Hochbunker in der Schomburgstraße in Hamburg-Altona Räume für Kultur schaffen und Energie erzeugen – CO2-arm, dezentral und genossenschaftlich organisiert. Die Energieerzeugung soll dabei die Kultur unterstützen.

AUTORIN: HEIKE BREITENFELD

Das KulturEnergieBunkerAltonaProjekt plant die Umnutzung des ehemaligen Zivilschutzbunkers in der Schomburgstraße in Hamburg Altona-Altstadt zu einem Kultur- und Energiebunker. Der Hochbunker besteht aus zwei baugleichen Gebäudeteilen, die zukünftig zwei Nutzungen zugeführt werden: Der Energie- teil soll dezentral und nachhaltig Wärme und Strom erzeugen, um mit den Erlösen den Betrieb eines gemeinschaftlich organisierten Kulturteils finanziell zu unterstützen, so dass die Mieten für alle Nutzer*innen erschwinglich bleiben können. Zusätzlich entsteht ein öffentlich zugänglicher Nutz- und Lehrgarten auf dem Dach – kombiniert mit solarer Nutzung.

Um das Gesamtvorhaben in der Nachbarschaft zu verankern, sind Mitglieder und Unterstützer*innen des gemeinnützigen Vereins KEBAP e.V. seit 2012 vor Ort aktiv. Die Einbeziehung der Nachbarschaft in das Projekt und in komplexe Themen wie Klimaschutz, regionale und globale Nahrungsmittelwege, nachhaltige Energieerzeugung und Kulturproduktion ist Herzensanliegen der Aktiven und Förder*innen des Projektes. Von Beginn an finden daher rund um den Bunker immer wieder Workshops und Aktivitäten im Sinne einer nachhaltigen lokalen solidarischen Ökonomie statt. Seit 2014 kommen unregelmäßige Veranstaltungen im Bunker wie „kreative Bunkerführungen“, Ausstellungen und Performances dazu.

Mittels eines neu errichteten Nahwärmenetzes soll die Energiezentrale des Bunkers umliegende Wohngebäude, das Festlandbad und die Louise-Schroeder-Schule und möglicherweise das kirchliche Neubauquartier rund um die St. Trinitatis Kirche

Altona versorgen. Im Kulturteil des Bunkers sollen auf 1200 Quadratmetern Räume für kulturelle und gemeinwohlorientierte Nutzungen entstehen. Darunter Proberäume, Werkstätten ein Multifunktionsraum, ein Foodlab und Ausstellungsraum für die Bunkerhistorie. Hinzu kommt die Dachgartenfläche mit 700 Quadratmetern. Der Bunker soll gleichzeitig Garten, Wohnzimmer, Küche, klimagerechtes Heizhaus und Experimentierwerkstatt des Quartiers werden. So will KEBAP Freiräume schaffen für Austausch und Veränderung in einem zunehmend verdichteten innerstädtischen Raum.

Der Bunker wurde im Mai 2020 von der Freien und Hansestadt Hamburg erworben und ist KEBAP seit Anfang 2021 anhandgegeben, um zwei Jahre lang die Planung für die Umsetzung voranzutreiben. Geplant ist, den künftigen Kultur-Energie-Bunker in Erbpacht zu übernehmen. ■



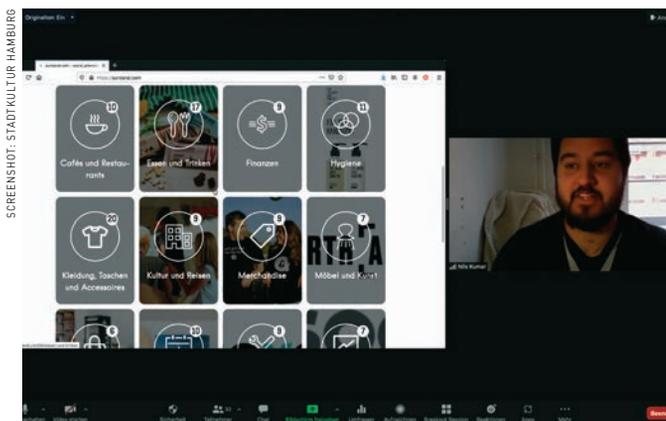
HEIKE BREITENFELD

ist Feldprozessdesignerin, Medienkünstlerin, Moderatorin und Vorständin von KEBAP.

Sozialer Konsum

Für sein Webseitenprojekt zu Sozialem Konsum hat **Nils Kumar** über 120 Anbieter*innen recherchiert, über die der Einkauf einen sozialen oder ökologischen Mehrwert schafft. Ob Stromanbieter, Suchmaschinen oder Schokoriegel – zu fast allem, was man kennt, gibt es eine sozialere oder nachhaltigere Alternative.

AUTOR: NILS KUMAR



Meines Erachtens bekommen soziale Cafés und Produkte, die einen sozialen Mehrwert schaffen, nicht genug Sichtbarkeit. Aus diesem Grund habe ich die Webseite *sundarat.com* ins Leben gerufen, auf der momentan über 120 Unternehmen gelistet werden, die zum Beispiel pro verkauftem Produkt weltweite Trinkwasserprojekte, den Zugang zu Nahrung oder das Engagement gegen Rassismus unterstützen.

Unser Konsum kann so viel mehr als nur uns gut tun. Mittlerweile gibt es sehr viele soziale und nachhaltige Alternativen zu den großen Firmen am Markt. Diese tun nämlich oft nicht das, was für Mensch und Umwelt gut ist. Wenn Sie das nächste Mal im Internet unterwegs sind und etwas kaufen wollen, setzen Sie doch mal „nachhaltig“ oder „sozial“ davor. Durch diese Technik bin ich auf viele meiner Inhalte für die Webseite gestoßen. Und das Schöne daran: Wenn man erstmal in dieser „Bubble“ drin ist, findet man immer mehr solcher Produkte.

Jeder Kauf ist ein Statement dafür, was für eine Welt wir unterstützen wollen. Ich höre oft, das die Konsument*innen ja bereit sein müssten, mehr zu zahlen, dann gebe es auch fairere Produkte. Dazu sage ich, diese fairen Produkte gibt es schon: zum Beispiel eine Suchmaschine, die Bäume pflanzen und unsere Daten nicht an den Meistbietenden verkauft. Cola, die Nachbarschaftsprojekte unterstützt oder Cafés, die einfach gute Orte sein wollen, damit Menschen sich dort ausprobieren können.

Als Tipp für einen anderen Konsum empfehle ich: Kaufen Sie möglichst lokal, regional oder nachhaltig, also biologisch und sozial. Achten Sie dabei auf Siegel wie Fairtrade und schon haben Sie ganz viel bewegt. Denn ein Dollar, der lokal ausgegeben wird, generiert vier mal mehr Wert, schafft vier mal so viele Jobs und schafft auch vier mal mehr Steuern als einer, der auf den Konten von multinationalen Konzernen verschwindet. Mir macht es einfach ein gutes Gefühl beim Einkaufen, wenn ich weiß, dass alle, die an diesem Produkt mitgearbeitet haben, fair bezahlt werden und die Umwelt in Takt bleibt. Lassen Sie uns zusammen handeln, bleiben Sie sozial. ■



NILS KUMAR

war Bundesfreiwilliger bei STADTKULTUR HAMBURG und unterstützt den Verband jetzt als Werkstudent neben seinem Studium im Bereich Soziale Arbeit.

100 Maßnahmen für zukunftsfähige Veranstaltungen

Green Events Hamburg geht es darum, wie man Veranstaltungen ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltig gestalten kann. In ihrem Online-Vortrag ging Anna Kliemann darauf ein, was man in der Praxis beachten kann, um nachhaltig(er) zu veranstalten.

AUTORIN: ANNA KLIEMANN

Nachhaltigkeit wird für uns alle ein immer dringlicheres Thema - auch die Veranstaltungs- und Kulturbranche ist gefragt nachzusteuern und kann einen wesentlichen Beitrag zu einer zukunftsfähigeren Welt leisten. Dabei geht es nicht nur darum, den negativen Fußabdruck von Veranstaltungen auf Umwelt, Klima und Mensch zu senken, sondern auch das Gemeinschaftsgefühl, den Ausnahmezustand und die positive Grundstimmung von Veranstaltungen zu nutzen. Denn egal ob Konzert, Sportveranstaltung, Straßenfest, Kongress oder Kinobesuch: Veranstaltungen haben das Potenzial, nachhaltige Lebensstile erfahrbar zu machen und gesellschaftlicher Vielfalt und zukunftsfähigen Werten eine Bühne zu bieten. Aber was muss man beachten, wenn man nachhaltiger veranstalten will? Welche Konzepte existieren, um Veranstaltungen zukunftsfähig zu gestalten? Und welche Rahmenbedingungen müssen geschaffen werden, um eine erfolgreiche Umsetzung zu ermöglichen?

Das Netzwerk Green Events Hamburg beschäftigt sich mit genau diesen Fragen. 2015 aus dem Projekt *altonale goes green* als lose Initiative hervorgegangen, arbeitet Green Events heute in einem kleinen Team gemeinsam mit zahlreichen Kontakten aus (Veranstaltungs-)Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung im Auftrage der Hamburger Umweltbehörde an der Erstellung und Implementierung einer Checkliste für nachhaltige Veranstaltungen. Diese umfasst zehn Handlungsfelder und ganze 100 Maßnahmen. Hier geht es unter anderem um nachhaltige Unternehmenskultur und Veranstaltungsstätten, Abfallmanagement, klimafreundliche Mobilität, Gastronomie und Energieversorgung, aber auch um Wirtschaftlichkeit, um Inklusion und soziale Aspekte, Programmplanung und Kommunikation.



Anna Kliemann in ihrer Online-Session



ANNA KLIEMANN

begleitet Green Events seit 2018. Als Netzwerkkoordinatorin und Projektmanagerin betreut sie dort das Projekt „Nachhaltige Veranstaltungen“.

Bei so vielen Themen stellt sich die Frage, wo man denn anfangen soll – und die Antwort darauf kann ganz unterschiedlich ausfallen. Wichtig ist, zuerst zu schauen, was man bereits umsetzt – vielleicht sogar ohne sich dessen bewusst zu sein – und wo die eigenen Stärken, Interessen und Potenziale liegen. Auch wichtig: Nachhaltigkeit ist nichts Absolutes, sondern ein Prozess, den man mit ersten, kleinen, konkreten Schritten jederzeit beginnen kann. Hilfestellungen, gute Beispiele und weitere Informationen, um diesen Weg zu planen und zu bestreiten, kann man im Blog und im Online-Informationsportal, der sogenannten Tatenbank, auf www.greeneventshamburg.de finden. ■

Raus aus der ewigen Dauerkrise oder: Wege aus der erlernten Hilflosigkeit

Krisen, Katastrophen und Konflikte: Ständig bekommen wir gezeigt, wie schlecht die Welt ist und dass wir sowieso nichts daran ändern können. Egal ob medial, politisch oder am Küchentisch – unsere Diskussionen konzentrieren sich häufig auf Probleme und die damit verbundene Sündenbocksuche. Doch das muss nicht so sein.

AUTORIN: PROF. DR. MAREN URNER

Corona, Klima, Flüchtlinge und Finanzen – über einen Mangel an Krisen können wir sicherlich nicht klagen. Sie bestimmen unseren Alltag und damit unser Denken, unsere Kommunikation und unser Handeln. „Na, das ist doch prima! Dann tun wir doch alles, um den Krisen adäquat zu begegnen“, mag manch einer angesichts dieser Schlechtwetterlage nun sagen. Doch weit gefehlt. Denn der einseitige Fokus auf alles Negative, auf die Probleme und Herausforderungen im Kleinen und Großen sorgt in unserem Gehirn und damit unserem Körper vor allem für eins: Stress, ausgelöst durch Angst und Unsicherheit.

Längst ist gut untersucht, dass unser Angstgehirn zwar für kurzfristiges Überleben sorgt, uns aber daran hindert, langfristige, gut überlegte Entscheidungen zu treffen. Ganz einfach, weil die entsprechenden Gehirnregionen im Angstmodus nicht zugänglich sind. In der Psychologie ist von der Kampf-oder-Flucht-Reaktion die Rede. Tatsächlich gibt es noch eine dritte Reaktionsmöglichkeit: das Erstarren. Das Wiederum hängt mit dem Phänomen der erlernten Hilflosigkeit zusammen. Denn bekommen wir wiederholt medial und auf allen anderen „Kanälen“ mitgeteilt, dass wir sowieso nichts ändern können – frei nach der viel bemühten Aussage „Die da oben machen sowieso, was sie wollen!“ – lernen wir schnell, hilflos zu sein und tendieren dazu, in Passivität, Zynismus oder einen Mix aus beidem zu verfallen.

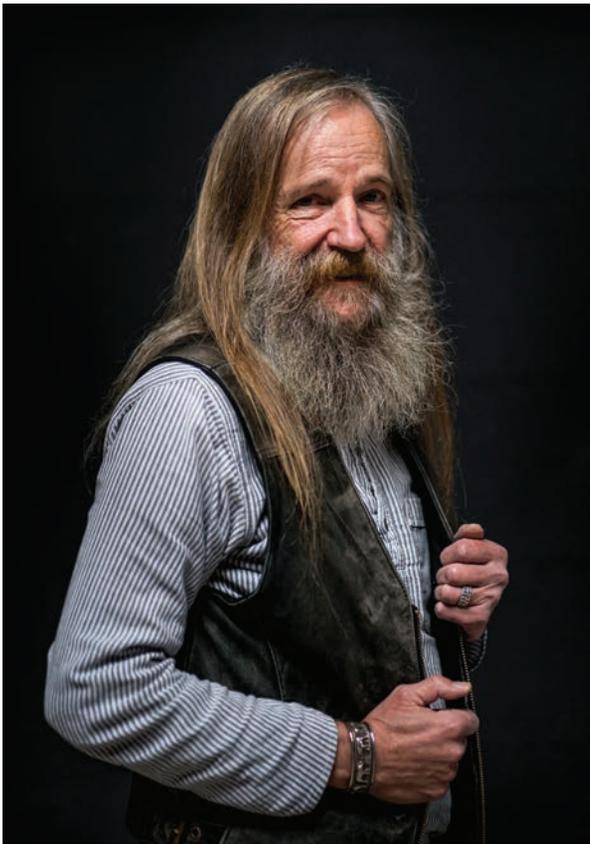
Um das auf individueller und gesellschaftlicher Ebene zu verhindern, müssen wir den sprichwörtlichen Schalter in unserem Gehirn umlegen. Schluss mit Angstgehirn und Dauer-

MAREN URNER

ist Neurowissenschaftlerin und Professorin für Medienpsychologie an der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln. 2016 gründete sie das Online-Magazin „Perspective Daily“ für Konstruktiven Journalismus mit. Ihre beiden Bücher „Schluss mit dem täglichen Weltuntergang“ (Droemer 2019) und „Raus aus der ewigen Dauerkrise“ (Droemer 2021) sind SPIEGEL-Bestseller.

krise, hin zum Neugier-Modus und einem lösungsorientierten Blick nach vorn. Alles was es dafür braucht, ist ein Umdenken im Kopf, dass uns lösungsorientiert auf die Welt schauen lässt. Denn: Das Reden über Probleme schafft Probleme, das Reden über Lösungen schafft Lösungen. Wie das praktisch gelingt? Indem wir uns immer Fragen: Was jetzt? Wie wollen wir weitermachen? Wie können wir es besser machen? So legen wir den Schalter in unserem Gehirn um und laden ganz automatisch auch andere Menschen dazu ein, es uns gleich zu tun.

Warum das alternativlos ist? Weil wir als Menschheit angesichts der Klimakrise vor einer einmaligen Herausforderung und Chance zugleich stehen. Sämtliche Lebensbereiche werden sich verändern, das können wir uns nicht (mehr) aussuchen. Es liegt aber in unseren Hirnen und Händen, uns zu überlegen, wie wir sie gestalten wollen. ■



BFD statt Ruhestand

Ein **Bundesfreiwilligendienst Kultur und Bildung** mit 66 Jahren? Ja, das geht. Uwe Wichmann ist ein echtes Original und der beste Beweis, dass man sich auch im höheren Alter noch tatkräftig engagieren kann. Seine Einsatzstelle, die **ParkSportInsel**, gestaltet im Wilhelmsburger Inseelpark und weiteren Hamburger Parks ein vielfältiges, überwiegend kostenfreies Programm mit Sport-Events und Bewegungsmöglichkeiten. Was Uwe dazu bewogen hat, die Einrichtung als Freiwilliger zu unterstützen, erzählt er im Interview.

INTERVIEW: JOSHUA LERP-PETERSEN

stadtkultur magazin: Wie bist du auf die ParkSportInsel aufmerksam geworden? Woher kennst du die Organisation?

UWE WICHMANN: Ich wohne am Inseelpark und habe schon für andere Vereine im Park Fotos gemacht. So lernte ich auch die ParkSportInsel kennen.

Was bewegt dich an dem Konzept besonders?

Die ParkSportInsel veranstaltet für alle, von Kindern bis zu Senioren, Sport- und Bewegungsangebote in verschiedenen öffentlichen Parks in Hamburg. Mich persönlich begeistert die gute Zusammenarbeit mit den Kolleg*innen und die Arbeit an der frischen Luft.

Hast du dich während deines BFD gut einbringen können?

Auf jeden Fall. Durch die Erfahrungen aus meiner früheren Firma als Sicherheitsbeauftragter bei Filmarbeiten kam ich mit den vielseitigen Aufgaben sehr gut klar.

Was hat dich im Alter von 66 Jahren dazu bewogen, einen BFD zu machen?

Das schlechte Gewissen – in meiner Jugend hatte ich mich vor dem Ersatzdienst gedrückt.

Würdest du anderen Menschen in deinem Alter empfehlen, einen BFD zu machen und wenn ja, warum?

Unbedingt, man bleibt in Bewegung und lernt viele liebe Menschen kennen.

Du bist stets mit Feuereifer bei der Sache und sehr begeistert von dem, was du tust. Woher nimmst du die Energie für all deine Projekte?

Weil ich auf diese Weise vielen kleinen und großen Leuten eine echte Freude bereiten kann, die ich darüber hinaus gerne mit meiner Kamera festhalte.

Danke, Uwe, für das Interview. ■

STADTTEIL- KULTUR IM WINTER

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

FR 7. JANUAR · 18 UHR

Klassisches Konzert: Neujahrskonzert

Mit dem Duo Faltenreich, 10/6€

► Kulturschloss Wandsbek, Königsreihe 4

SA 8. JANUAR · 15 UHR

Kindertheater: Wuppich

Die lustige Kinderband im Kulturschloss, 3€

► Kulturschloss Wandsbek, Königsreihe 4

SO 9. JANUAR · 15 UHR

Konzert: Immer wieder Sonntags

Kesse Salonmusik der 20er und 30er, 8€

► Bürgertreff Altona-Nord, Gefionstraße 3

SO 9. JANUAR · 16 UHR

Konzert: Neujahrskonzert

Salonmusik und Klassik mit Wiener Charme

► Eidelstedter KulturContainer, Ekenknick 18

FR 14. JANUAR · 20 UHR

Konzert: Blue Clarinet Stompers

Präsentiert von der Jazzmeile, 8€

► Kulturladen St.Georg, Alexanderstraße 16

SA 15. + SO 16. JANUAR · 15 UHR

Kindertheater: Bettmän kann nicht schlafen

Geschichte über die Macht der Fantasie, 9,50 €

► Hamburger Puppentheater,
Bramfelder Straße 9

MI 19. JANUAR · 18.30 UHR

Vortrag: Steedt-Infoveranstaltung

Vostellung des neuen Haus für Kultur,
Bildung und Begegnung, Eintritt frei

► Aula Gymnasium Dörpsweg, Dörpsweg 10

FR 21. JANUAR · 19 UHR

Lesung: Dresden – Roman einer Familie

Michael Göring liest für das Ledigenheim,
gegen Spende

► Kleiner Michel, Michaelisstraße 5

FR 21. JANUAR · 20.15 UHR

Film: Aus fernen Töpfen

Kochspaß und Küchenschnack mit Hanni
und Helga, 12€

► MOTTE, Rothestraße 48

FR 28. JANUAR · 20 UHR

Comedy: Haupttrunde

20. Hamburger Comedy Pokal

Siehe hamburgercomedypokal.de

► In 10 Stadtteilkulturzentren

SA 29. JANUAR · 20 UHR

Comedy: Halbfinale

20. Hamburger Comedy Pokal

Siehe hamburgercomedypokal.de

► In 5 Stadtteilkulturzentren

FR 4. FEBRUAR · 17 UHR

Lesung: Persische Gedichte-Nacht

Vor Ort und online, Eintritt frei

► ella Kulturhaus Langenhorn, Käkenflur 30

FR 4. FEBRUAR · 20 UHR

Lesung: GEORG SLAM

Rap, Poesie, Stand-Up oder Tagebuch-
passagen, 5€

► Kulturladen St. Georg, Alexanderstraße 16

FR 4. + SA 5. FEBRUAR · 20.15 UHR

Theater: Liebe und andere Hindernisse

Generationsübergreifendes Theater, 9€

► MOTTE, Rothestraße 48

DO 10. FEBRUAR · 19 UHR

**Lesung: Die nicht wirkliche Wirklichkeit
der Jüdin Carola Schachtel**

Von Viola Roggenkamp im Rahmen der
„Woche des Gedenkens“, 4€

► ella Kulturhaus Langenhorn, Käkenflur 30

DO 10. FEBRUAR · 18 UHR

Film und Gespräch: Wie weit gehen wir?

Brasilianischer Dokumentarfilm

► W3 – Werkstatt für internationale Kultur
und Politik, Nernstweg 32–34

SA 12. FEBRUAR · 20 UHR

Konzert: Ensemble Schmattes

Szenischer Liederabend über „Leyb Kvitko“, 13€

► Goldbekhaus, Moorfuhrweg 9

DI 15. FEBRUAR · 20 UHR

Konzert: Jazz-Club

Mit den Hanse Swingers, 5€

► Bramfelder Kulturladen, Bramfelder
Chaussee 265

MI 16. FEBRUAR · 18 UHR

**Sonstiges Kultur: Offenes Singen
am Stadtteilhaus**

Jeder Mensch kann singen, Eintritt frei

► Horner Freiheit, Am Gojenboom 46

MI 16. FEBRUAR · 19 UHR

Diskussion: Barmbek 2050:

Friesennerz? Sonnenbrand?

StadtTeilGespräch Barmbek-Nord, Eintritt frei

► Auferstehungskirche, Tieloh 26

DO 17. FEBRUAR · 16.30 UHR

Kulturelle Bildung: Dandini dandini Lulajze

Wunderbare Wiegenlieder und Geschichten
aus aller Welt

► Zinnschmelze, Maurienstraße 19

FR 18. FEBRUAR · 19 UHR

Lesung: Ein „Insel – Abend“

Benefizlesung fürs Ledigenheim mit

Katharina Hagena und Regula Venske, Spende

► Kleiner Michel, Michaelisstraße 5

DO 24. FEBRUAR · 20 UHR

Comedy: Alte weiße Männer

Zweite Vorpremiere mit Sebastian Schnoy und
Hans-Hermann Thielke, 15/12€

► ella Kulturhaus Langenhorn, Käkenflur 30

SA 26. FEBRUAR · 20 UHR

Theater: Luv&Lee

Die schönsten Szenen der Stadt, 15€

► Mut Theater, Amandastrasse 58

SO 6. MÄRZ 2022

**Fest: Schwesterherz – Interkultureller
Frauen*tag**

► Goldbekhaus, Moorfuhrweg 9

FR 18. MÄRZ · 20 UHR

Comedy: Nagelritz

Modernes Seemannsgarn, 15€

► MOTTE, Rothestraße 48

Informieren Sie sich bitte vor ihrem
Besuch, ob und wie (2G, 2G+, 2G und Maske
etc.) die Veranstaltungen stattfinden.
Es gelten die jeweils aktuellen Corona-
Bestimmungen.