



---

**32. öffentliche/nicht öffentliche Sitzung des Ausschusses für Kultur zusammen mit dem Jugendhilfeausschuss**

**Gremium:** Ausschuss für Kultur  
**Sitzungstermin:** Donnerstag, 24.11.2011, 17:00 Uhr  
**Ort, Raum:** Fachhochschule Potsdam, Campus  
Pappelallee, Hauptgebäude, Theatersaal,  
Kiepenheuerallee 5, 14469 Potsdam

---

## Tagesordnung

### Öffentlicher Teil

- 1 Eröffnung der Sitzung
  
- 2 Feststellung der Anwesenheit sowie der ordnungsgemäßen Ladung / Entscheidung über eventuelle Einwendungen gegen die Niederschrift des öffentlichen Teils der Sitzung vom 27.10.2011 / Feststellung der öffentlichen Tagesordnung
  
- 3 Evaluation der soziokulturellen Zentren
  
- 4 Bericht bzgl. der Überprüfung des soziokulturellen Konzeptes des "Waschhauses" gemäß Beschluss: 11/SVV/0329 **(nach TOP 3 Raumwechsel)**
  
- 5 Überweisungen aus der Stadtverordnetenversammlung
  
- 6 Umbenennung Hiroshima Platz **11/SVV/0629** Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
  
- 7 Seebühne des Hans Otto Theaters **11/SVV/0784** Fraktion DIE LINKE
  
- 8 Mitteilungen der Verwaltung
  
- 9 Sonstiges



**Betreff:**  
**Evaluation der soziokulturellen Zentren in Potsdam**

öffentlich

**bezüglich  
DS Nr.:**

Erstellungsdatum	17.11.2011
Eingang 902:	17.11.2011

Einreicher: FB Kultur und Museum

**Beratungsfolge:**

Datum der Sitzung	Gremium
-------------------	---------

24.11.2011	Ausschuss für Kultur
24.11.2011	Jugendhilfeausschuss

**Inhalt der Mitteilung:**

Der Kulturausschuss und der Jugendhilfeausschuss nehmen zur Kenntnis:

Evaluation der soziokulturellen Zentren in Potsdam – Schlussbericht der Untersuchungsgruppe  
Projektleiter: Prof. Dr. Hermann Voegen, Projektteam: Janine Gottwald, Julia Schulz, Marie Wolf  
(Fachhochschule Potsdam – Studiengang Kulturarbeit)

**Beratungsergebnis**

Zur Kenntnis genommen:

Gremium:

Sitzung am:

zurückgestellt       zurückgezogen

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Büro der Stadtverordnetenversammlung

**Finanzielle Auswirkungen?**

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

keine

ggf. Folgebblätter beifügen

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

Geschäftsbereich 4

# **Evaluation der soziokulturellen Zentren in Potsdam**

---

Schlussbericht der Untersuchungsgruppe

Projektleiter: Herr Prof. Dr. Hermann Voegen

Projektteam: Janine Gottwald, Julia Schulz, Marie Wolf

**17.10.2011**

# Inhalt

<b>Einleitung</b> .....	<b>4</b>
<b>1. WASCHHAUS gGmbH</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1 Geschichte und Selbstverständnis</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2 Bildende Kunst</b> .....	<b>7</b>
1.2.1 Erkenntnisse.....	8
<b>1.3 Musik</b> .....	<b>11</b>
1.3.1 Erkenntnisse Partys.....	12
1.3.2 Erkenntnisse Konzerte.....	14
1.3.3 Erkenntnisse Festivals.....	16
1.3.4 Erkenntnisse Wettbewerbe.....	16
<b>1.4 Tanz</b> .....	<b>17</b>
1.4.1 Erkenntnisse Tanzkurse.....	18
1.4.2 Erkenntnisse Festivals.....	19
1.4.3 Erkenntnisse Oxymoron Dance Company.....	19
1.4.4 Öffentlichkeitsarbeit.....	19
<b>1.5 Literatur</b> .....	<b>20</b>
1.5.1 Erkenntnisse.....	20
<b>1.6 Comedy</b> .....	<b>22</b>
1.6.1 Erkenntnisse.....	22
<b>1.7 Film</b> .....	<b>22</b>
1.7.1 Erkenntnisse.....	23
<b>1.8 Labor</b> .....	<b>24</b>
1.8.1 Erkenntnisse.....	24
<b>1.9 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum Waschhaus</b> .....	<b>24</b>

<b>2. Lindenpark</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1 Geschichte</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1 Leitbild</b> .....	<b>32</b>
<b>2.3 Zielsetzungen</b> .....	<b>34</b>
<b>2.4 Musik</b> .....	<b>36</b>
2.4.1 Erkenntnisse Konzerte und Festivals.....	36
2.4.2 Erkenntnisse Nachwuchsförderung.....	38
2.4.3 Erkenntnisse Partys.....	40
<b>2.5 Erkenntnisse Theater und Kunst</b> .....	<b>41</b>
<b>2.6 Erkenntnisse Skater- und Graffitzene</b> .....	<b>42</b>
<b>2.7 Familien</b> .....	<b>43</b>
2.7.1 Erkenntnisse.....	43
<b>2.8 Erkenntnisse Workshops und Kurse</b> .....	<b>45</b>
<b>2.9 Erkenntnisse Jugend- und Sozialarbeit</b> .....	<b>46</b>
<b>2.10 Projektarbeit</b> .....	<b>48</b>
<b>2.11 Kooperationen und Netzwerkarbeit</b> .....	<b>49</b>
<b>2.12 Preisstruktur</b> .....	<b>50</b>
<b>2.13 Kommunikation und Werbung</b> .....	<b>50</b>
<b>2.14 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum Lindenpark</b> .....	<b>51</b>
<b>3. Archiv e.V.</b> .....	<b>55</b>
<b>3.1 Geschichte und Selbstverständnis</b> .....	<b>55</b>
<b>3.2 Zielgruppe</b> .....	<b>56</b>
<b>3.3 Projekte und Angebote</b> .....	<b>56</b>
<b>3.4 Erkenntnisse</b> .....	<b>57</b>
3.4.1 Empowerment und Partizipation.....	58
3.4.2 Atelier.....	59
3.4.3 Das Haus und seine Angebote.....	60

3.4.4 Projekte und Kurse.....	62
3.4.5 NutzerInnen.....	62
<b>4. freiLand.....</b>	<b>64</b>
<b>4.1 Geschichte und Selbstverständnis.....</b>	<b>64</b>
<b>4.2 Ziele Phase 1.....</b>	<b>65</b>
<b>4.3 Ziele Phase 2.....</b>	<b>66</b>
<b>4.4 Erkenntnisse.....</b>	<b>67</b>
<b>5. Fazit zur Untersuchung.....</b>	<b>70</b>
<b>6. Quellen.....</b>	<b>72</b>
<b>7. Anhang.....</b>	<b>73</b>
7.1 SWOT-Analysen.....	73
7.2 Auswertungsbögen.....	77
7.3 Besuchte Veranstaltungen.....	81
7.4 Begriffe.....	83

## **Einleitung**

Der vorliegende Bericht zur Evaluation der soziokulturellen Zentren Potsdams entstand in einem Projekt des Studienganges Kulturarbeit im Rahmen der Forschung und Lehre der Fachhochschule Potsdam. Eine Projektgruppe, bestehend aus drei Studentinnen des 6. und 10. Semesters fand sich zusammen und führte unter der Leitung von Herrn Prof. Dr. Hermann Voesgen die Untersuchung durch.

Die Untersuchung erfolgte in Kooperation mit dem Fachbereich Kultur und Museum sowie dem Fachbereich Kinder, Jugend und Familie der Landeshauptstadt Potsdam.

Das Hauptaugenmerk der Untersuchung liegt auf den Einrichtungen WASCHHAUS gGmbH und Lindenpark. Darüber hinaus wurden der Archiv e.V. und das freiLand-Projekt in die Analysen einbezogen. In Vordergrund der Untersuchung steht der Abgleich der von den Einrichtungen formulierten Konzepte mit der Veranstaltungspraxis.

Die Untersuchungsergebnisse setzen sich aus den verschriftlichten Beobachtungen zusammen, die bei regelmäßigen Besuchen verschiedener Veranstaltungen der einzelnen Häuser gemacht wurden. Dafür wurde ein einheitlicher Auswertungsbogen mit qualitativen und quantitativen Kriterien erstellt, mit dessen Hilfe untersuchungsrelevante Daten erhoben werden konnten. Diese Daten fließen in der jeweiligen Beschreibung der besuchten Veranstaltung mit ein.

Zu den quantitativen Kriterien zählen unter anderem die Anzahl der angebotenen Veranstaltungen innerhalb einer Sparte, während des Untersuchungszeitraumes. Darüber hinaus wurden die Besucherzahlen und die Altersstruktur der Besucher aufgenommen.

Der Charakter und der Inhalt der einzelnen Veranstaltungen wurden auf Grundlage der im Konzept formulierten Kriterien ausgewertet: Zielgruppen, programmatischer Ansatz, Leitbild des jeweiligen soziokulturellen Zentrums. Ein weiteres Element war die Bewertung der Atmosphäre bei den besuchten Veranstaltungen. Hierbei wurde die Stimmung im Publikum, als auch die Einlasspolitik und der Service betrachtet. Bei jeder besuchten Veranstaltung wurden diese Beobachtungen im Auswertungsbogen festgehalten.

Der Untersuchungszeitraum des Projektes begann mit dem freiLand-Eröffnungswochenende am 13. Mai 2011 und endete mit der „Romeo meets Julia“-



Premiere der Oxymoron Dance Company am 28. Juli 2011. Zum Teil lag dieser Zeitraum in der Sommerferienzeit.

Um diese besondere Konstellation und die Eindrücke aus dem kurzen Beobachtungszeitraum in Zusammenhang mit den übrigen Veranstaltungsperioden zu stellen, wurde das Jahresprogramm der Zentren für die Auswertung mit herangezogen. Damit wurde eine konkretere Einschätzung der besuchten Veranstaltungen im Verhältnis zum Gesamtveranstaltungsprogramm möglich. Zu bemerken ist dabei, dass in diesem Bericht nicht jede einzelne Veranstaltung der jeweiligen Sparte während des Untersuchungszeitraumes beschrieben ist, diese aber natürlich in die Gesamteinschätzung mit einfließen.

Die Ergebnisse der Beobachtungen und Auswertungen der Veranstaltungsprogramme sind, im Sinn der empirischen Sozialforschung, nicht repräsentativ, vielmehr wird versucht, die vorherrschende Praxis der Häuser zu charakterisieren.

Die ersten Eindrücke und Erkenntnisse wurden nach Ende des Untersuchungszeitraumes in einem Zwischenbericht für die Kooperationspartner, dem Fachbereich Kultur und Museum und dem Fachbereich Kinder, Jugend und Familie, zusammengestellt. Bei der Erarbeitung fiel auf, dass nicht alle relevanten Fakten sich aus der Beobachtung und den Besuchen der Zentren schöpfen ließen und manche Fragen offen blieben. Darüber hinaus wollte das Untersuchungsteam den Institutionen die Gelegenheit geben, Stellung zu beziehen, um gegebenenfalls fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren und zu ergänzen. In den Monaten September und Oktober 2011 wurden mit den Geschäftsführern bzw. BereichsleiterInnen der untersuchten Zentren hierzu Gespräche geführt. Grundlage für die Gespräche bildete der Zwischenbericht, der dem Zentrum in Bezug auf ihre Einrichtung zugesandt wurde.

Auf den folgenden Seiten werden nun die Ergebnisse zu den vier Institutionen WASCHHAUS, Lindenpark, Archiv und freiLand dargestellt.

# 1. WASCHHAUS gGmbH

## 1.1 Geschichte und Selbstverständnis

Das WASCHHAUS ist eine Institution mit einer langen Geschichte in Potsdam. Die ehemalige Militär-Wäscherei wurde Anfang der neunziger Jahre von KulturaktivistInnen besetzt und zum einem Veranstaltungsort für Kunst, Kultur, Musik, Konzerte und Partys entwickelt. Damit wurde das Fundament für den heutigen Kulturstandort Schiffbauergasse geschaffen. Viele Investitionen und die Ansiedlung von weiteren kulturellen Einrichtungen folgten und machten die Schiffbauergasse zu einem Kulturstandort.

Nach der Insolvenz des Waschhauses 2008 wurde ein neuer Träger für das WASCHHAUS in Form einer Ausschreibung gesucht. Langjährige MitarbeiterInnen des Waschhauses erstellten zusammen mit einer Gesellschaftergruppe ein Betreiberkonzept für das WASCHHAUS als gemeinnützige GmbH und erhielten den Zuschlag. Dieses Konzept bildet die Grundlage für die jetzige Untersuchung des Waschhauses.

Die WASCHHAUS gGmbH versteht sich als genreübergreifender Kunst- und Kulturraum mit Angeboten in den Sparten Musik, Tanz, Literatur, Film und Bildende Kunst. Soziokultur wird im WASCHHAUS weniger als konkrete Praxisform ausgeübt, sondern als programmatische Bezeichnung für Inhalte und Diskurse verstanden, die sich nicht nur auf künstlerische Aspekte beschränken sollen, sondern auch gesellschaftlich relevanten Themen mit einbeziehen. *"[...] Künstlerische und gesellschaftliche Fragen (sollen sich) kreuzen, Widersprüche, Erfahrungen sowie Fragen des Alltags thematisiert werden, der ästhetische Genuss nicht zu kurz kommen und Eigeninitiative gefördert werden."*<sup>1</sup> Allgemein wird formuliert, dass das WASCHHAUS *"[...] einen Raum für professionelle Kunstproduktionen, Kurse und Kreativangebote bietet, andererseits aber auch als Veranstalter auftritt [...] Experiment, Grenzüberschreitung und Brückenschlag - zwischen Sparten und Generationen, Ressorts und Kulturen - gehören dabei zu den wesentlichen Prinzipien des programmatischen Selbstverständnisses"*<sup>2</sup>.

Die Kernzielgruppe des Waschhauses ist das junge Publikum - Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene. Aber auch für Familien, Senioren und Migranten sollen kulturelle Formate angeboten werden. *„Bewegen, Gestalten und Nutzen“*<sup>3</sup> werden als

---

1 Konzept Waschhaus gGmbH, Programminhalte, S. 6

2 a.a.O., Selbstverständnis, S. 4

3 a.a.O.

signifikante Begriffe im Konzept genannt sowie das Vorhaben *"personelle, räumliche und technische Infrastruktur bereitzustellen [...]"*<sup>4</sup>. Der WASCHHAUS gGmbH geht es laut Konzept nicht nur um eine konsumorientierte Veranstaltungspalette die sich gut verkauft, sondern darum, vielfältige Angebote für heterogene und schwer erreichbare Zielgruppen zu schaffen. Wie diese allgemein formulierten Ziele in den einzelnen Programmsparten umgesetzt werden sollen, wird im Folgenden zusammengefasst.

## 1.2 Bildende Kunst

Laut Konzept versteht sich der Kunstraum Potsdam als *„Präsentationsort junger, zeitgenössischer Kunst internationaler Orientierung jenseits des kommerziellen Galeriebetriebes [...]"*<sup>5</sup>. Das WASCHHAUS hat sich vorgenommen im Kunstraum Potsdam acht bis zehn Ausstellungen pro Jahr auszurichten. Künstlerische Positionen etablierter nationaler und internationaler Künstler sollen genauso einen Ausstellungsort finden, wie *„[...] experimentelle künstlerische Ansätze junger noch nicht etablierter Künstler, die Wagnisse jenseits gängiger Darstellungsideen eingehen, [...]"*<sup>6</sup>. Eine Nachwuchsförderung junger KünstlerInnen möchte der Kunstraum im Besonderen durch den „KO-Kunstwettbewerb“ realisieren. Zusätzlich sollen einmal im Jahr sogenannte „Gastspiele“ veranstaltet werden, die regionale KünstlerInnen, AusstellungsmacherInnen oder Vereine präsentieren.

Das Ausstellungsprogramm des Kunstraumes soll durch Vorträge, Diskussionen und KünstlerInnengespräche sinnvoll ergänzt werden. Ein *„[...] Podium für kulturelle Begegnungen aller Art [...]"*<sup>7</sup> soll entstehen. *„Da die Vermittlung gegenwärtiger Kunst einen besonderen Stellenwert besitzt, bietet der Kunstraum Potsdam diverse Formen der Zusammenarbeit mit den Besuchern an.“*<sup>8</sup> Monatliche KuratorInnenführungen und Künstler-Round-Tables, ergänzt durch thematisch passende Lesungen, Konzerte und Filmvorstellungen sowie ein differenzierter BesucherInnenservice, sollen angeboten werden. Dazu zählen auch *„[...] spezielle Führungen für Senioren, Abendführungen und individuelle Veranstaltungen für Gruppen [...]"*<sup>9</sup>. Für Schulklassen möchte der Kunstraum Potsdam Führungen und Kunstgespräche mit entsprechendem Nachbereitungsmaterial zum Ausstellungsbesuch anbieten. Interaktive Angeboten für SchülerInnen, wie zum Beispiel eine „Fälscherwerkstatt“, sollen entwickelt werden. Hier kann sich der Kunstraum eine Kooperation mit der

---

4 a.a.O.

5 a.a.O., Bildende Kunst, S. 7

6 a.a.O.

7 a.a.O.

8 a.a.O.

9 a.a.O.

Kunstschule Potsdam vorstellen. Zudem möchte man „in naher Zukunft“<sup>10</sup> einen Freundeskreis gründen.

### **1.2.1 Erkenntnisse**

#### **Ausstellungen und Ergänzungsprogramm**

Innerhalb des Untersuchungszeitraumes fanden drei Ausstellungen statt, welche zwei bis zehn Wochen im Kunstraum zu sehen waren. In der Annahme, dass die weiteren für 2011 geplanten Ausstellungen stattfinden werden, präsentiert die WASCHHAUS-Galerie acht Ausstellungen und erfüllt das im Konzept angegebene Ziel. Bei den gezeigten Arbeiten handelt es sich nach Einschätzung der FHP-Projektgruppe weitestgehend um etablierte KünstlerInnen. Eine Ausnahme bildet die Ausstellung mit dem Titel: „3Mal“, mit Werken von Nachwuchs-Künstlerinnen. Seit 2004 wird eine Förderung junger Talente im Format des „KO-Kunstwettbewerbes“ veranstaltet. In diesem Jahr kann dieser Wettbewerb aus Mangel an Zeit bzw. Personal nicht stattfinden. Das WASCHHAUS stellte in der Vergangenheit die Räumlichkeiten des Kunstraumes studentischen Projektgruppen zur Verfügung. Sie realisierten mit kuratorischer und organisatorischer Unterstützung der Bereichsleitung Bildende Kunst die Wettbewerbe.

Im Konzept werden Angebote für Schulklassen beschrieben. Weder in den Werbematerialien noch im Internetauftritt gibt es Hinweise für solche Angebote und Möglichkeiten. Einzige Ausnahme bildete das Programm für den standortweiten Event „Stadt für eine Nacht“, bei dem es ein Künstlergespräch mit dem ausstellenden Künstler Steffen Mühle gab. Außerhalb dieses Events gab es auf den öffentlich zugänglichen Informationswegen keine Hinweise auf weitere KünstlerInnengespräche im Kunstraum. Wenn auch nicht öffentlich kommuniziert, gab es während des Untersuchungszeitraumes bzw. in 2011 Führungen für Schulklassen, KünstlerInnen- sowie KuratorInnengespräche. Dies konnte einer internen Jahresübersicht zu Führungen und KünstlerInnengesprächen im Kunstraum entnommen werden. Wie eine Führung abläuft und welche Inhalte vermittelt werden, kann von der Untersuchungsgruppe leider nicht beurteilt werden, da innerhalb der Beobachtung und Analyse des Programmes keine Veranstaltungen ausgemacht und entsprechend nicht besucht werden konnten.

---

<sup>10</sup> a.a.O.

Auf Nachfrage erfuhr die Untersuchungsgruppe, dass über KünstlerInnengespräche, KuratorInnenführungen und Schulführungen ausschließlich über einen Newsletter an ausgewählte Personen informiert wird. Es gibt entsprechende Verteiler bzw. ein Newsletter für Schulen und Kunstraum-Interessierte. Im Konzept angedachte KünstlerInnengespräche und Führungen mit Schulklassen finden im Kunstraum statt, doch Nachbereitungsmaterialien stehen den Pädagogen nicht zur Verfügung. Durch die Nachreichung der veranstalteten Führungen und KünstlerInnengespräche inklusive der Besucherzahlen, lässt sich ein Interesse an diesen Formaten konstatieren. Im Schnitt gab es zu jeder Ausstellung ein bis sieben Führungen und mindestens ein KünstlerInnen- oder KuratorInnengespräch. Ein Interesse bzw. eine Nachfrage und Teilnahme am Ergänzungsprogramm des Kunstraumes Potsdam kann somit bestätigt werden. Die Untersuchungsgruppe empfiehlt, die Kommunikation dieser Angebote im Internetauftritt (beispielsweise in digitalen sozialen Netzwerken) und in den Werbemitteln des Kunstraumes, um eine bessere Transparenz und Präsenz dieser Angebote zu gewährleisten. Auf Nachfrage wurde hervorgehoben, dass für die Organisation dieser Angebote und ihre Kommunikation in den Werbemitteln, weitere personelle und finanzielle Ressourcen benötigt würden.

Einen Freundeskreis des Kunstraumes Potsdam gibt es bisher nicht. Auf Nachfrage hieß es, dass der Geschäftsführer mit dieser Aufgabe betraut ist, und nicht (mehr) die Leitung des Kunstraumes. Die Geschäftsführung räumte ein, aus Zeitnot die Gründung des Freundeskreises nicht betreiben zu haben. Nach Einschätzung der Untersuchungsgruppe wäre die Bereichsleiterin Bildende Kunst für die Gründung eines Freundeskreises grundsätzlich besser geeignet als der Geschäftsführer, da sie auf jeder Eröffnung, Führung und Vorbereitung der Ausstellungen direkten Kontakt zu den MacherInnen und Interessierten und damit den potentiellen FreundInnen für den Freundeskreis hat. Die Bereichsleiterin ist nach eigenen Aussagen mit der Akquirierung von finanziellen Mitteln und dem Aufbau sowie der Pflege von Kooperationen beschäftigt. Es gibt zwar keinen offiziellen Freundeskreis des Kunstraumes, aber Kooperationen für die Ausstellungen, ohne die, so Frau Dietrich-Kröck, die bisherigen Ausstellungen nicht in dieser Anzahl und Ausstattung hätten stattfinden können. Auf dem bestehenden Kontaktnetz aufbauend, sollte zügig ein offizieller Freundeskreis ins Leben gerufen werden.

Eine Kombination oder Neukreation eines genreübergreifenden Angebotes zwischen Kunstraum und anderen Sparten aus dem Waschhaus, scheint nur schwer möglich. Das liegt nach Aussage von WASCHHAUS-MitarbeiterInnen, an der mangelnden Möglichkeit für Besprechungen als auch am Zeit- bzw. Personalmangel. In den dienstäglichen Teamsitzungen könnten bereichsübergreifende Ideen erörtert

werden. Solche konzeptionellen Gespräche scheint es aber kaum zu geben. Dazu gibt es widersprüchliche Aussagen von der Geschäftsleitung und dem Bereich Bildende Kunst. Nach Aussage von Frau Dietrick-Kröck wird ein solcher Austausch in der Dienstberatung von der Geschäftsleitung nicht gewünscht, während der Geschäftsführer die mangelnde Dialogbereitschaft beklagt. Grundsätzlich bemängelt der Bereich Bildenden Kunst das knappe Budget für Ausstellungen und fehlendes Personal.

## **Red Wall**

"Red Wall" ist zwar keine Ausstellungsreihe des Kunstraumes Potsdam, gehört mit seinem Profil aber zum Bereich der Bildenden Kunst und stellt einen Beitrag zur Förderung der kreativen Eigentätigkeit dar. Red Wall ist eine Ausstellungsreihe, in der alle zwei Monate neue Arbeiten von jungen KünstlerInnen ausgestellt werden. Organisiert wird Red Wall von einem dreiköpfigen Team, bestehend aus Lisa Ritscher, Angestellte im WASCHHAUS und Änne Fitzner, ehemalige Auszubildende des Waschhauses. Hinzu kommt der freischaffende Fotograf Clemens Porikys. Es gibt eine eigene Website, Flyer zu jeder Ausstellung und Veranstaltungshinweise in den Werbemitteln des Waschhauses.

Die Werke werden nicht in einem expliziten Ausstellungsraum mit „Galerie-Ambiente“ gezeigt, sondern im Treppenhaus des Waschhauses, dadurch sind die Arbeiten bei allen Veranstaltungen im WASCHHAUS für das jeweilige Publikum zugänglich, jenseits gängiger Galerieöffnungszeiten. Durch die große Anzahl von Gästen der zahlreichen Veranstaltungen im WASCHHAUS, kommt eine große Anzahl an potentiellen BetrachterInnen der Kunstwerke zusammen. Menschen, vor allem junge Erwachsene, die den Gang in eine Galerie eventuell scheuen würden, werden ganz zwanglos mit Bildender Kunst konfrontiert. Die Ausstellungseröffnungen von Red Wall finden jeweils dienstags vor „Rubys Tuesday“ statt. Dieses Party- und Konzertformat (siehe Veranstaltungsbeschreibung im Bereich Musik ff.) hat die gleiche Zielgruppe wie Red Wall. Die Ausstellungseröffnungen werden gelegentlich mit thematisch passenden Beiträgen, wie zum Beispiel Video- bzw. Filmvorführungen oder Tanzperformances, ergänzt und gehen dann fließend über in das Konzert von Rubys Tuesday. Mittlerweile fanden bereits sechs Ausstellungen statt und erfreuen sich immer größerer Beliebtheit bei den jungen Erwachsenen. Eine wachsende Zahl von BesucherInnen konnte vom Untersuchungsteam innerhalb des Untersuchungszeitraumes festgestellt werden und das wurde auch durch Frau Ritscher bestätigt. Red Wall stellt einen Beitrag zur Förderung junger Talente im WASCHHAUS dar und trägt somit zu der Erfüllung des im Konzept geschilderten Zieles bei.

Sofern thematisch passend, könnte eine Kopplung der Ausstellungsreihen von Red Wall mit denen des Kunstraumes furchtbar sein. Die teilweise verschiedenen Besuchergruppen der beiden Ausstellungsformate könnten das jeweils andere Format kennenlernen und so die Publikumsgruppe verbreitern.

### 1.3 Musik

Der Bereich Musik soll im Programm des Waschhauses einen wesentlichen Stellenwert einnehmen. Man möchte das „[...] *musikalische Programmangebot, das sich in der Regel jenseits des Mainstreams bewegt und oft Minderheitenkulturen bedient, [...]*“<sup>11</sup> im Programm umsetzen. „*Die Aufgabe der Veranstaltertätigkeit in diesem Bereich liegt insbesondere in der Sensibilisierung für Trends, aber auch in der Pflege musikalischer Nischen.*“<sup>12</sup> Zudem sollen Angebote entwickelt werden „[...] *die Musik in partizipationsorientierte Aktionsformen integrieren.*“<sup>13</sup> Konzerte aus allen Genres populärer Musik sollen im Waschhaus, in der Arena und auf dem Veranstaltungsplatz mit Open-Air-Bühne durchgeführt werden und dabei im Bereich der Indie- und Alternativ Musik, der Weltmusik und teilweise Avantgarde angesiedelt sein.

Das WASCHHAUS versteht sich als „[...] *'erste Adresse' für populäre Livemusik in der Stadt und der Region Potsdam [...] ein Sprungbrett, das Trends und Akteure mit Zukunft erkennt und dem die kontinuierliche Förderung junger Talente besonders wichtig ist.*“<sup>14</sup> Durch Wettbewerbe und die Schaffung von regelmäßigen Auftrittsmöglichkeiten soll noch unbekanntem MusikerInnen eine Plattform geboten werden. Hier wird die regionale Musikinitiative „Church of Noise“ genannt, der man die Gelegenheit bieten möchte „[...] *in weitgehend selbst organisierten Veranstaltungen Newcomer zu präsentieren.*“<sup>15</sup> Musikalische Projekte sollen in Kooperation mit am Standort ansässigen Institutionen „[...] *im Rahmen der jeweiligen Saisonhöhepunkte und Festivals (z.B. Unidram, Standortfest, Lange Nächte)...*“<sup>16</sup> entwickelt werden.

Das WASCHHAUS sieht Partys als wesentlichen Bestandteil innerhalb seines Veranstaltungsangebotes an und möchte dem Verlangen der Jugend nach Party- und Tanzveranstaltungen mit einem „[...] *variationsreichen, anspruchsvollen und*

---

11 a.a.O., Musik, S. 9

12 a.a.O.

13 a.a.O.

14 a.a.O., Konzerte, S. 9

15 a.a.O.

16 a.a.O., S. 10

*originären Party-Programm [...]“<sup>17</sup> Folge leisten. Dieses Programm soll vor allem für ein Minderheitenpublikum, aber auch für ein großes, breites Publikum ausgelegt sein. Darüber hinaus soll es Jugendlichen ermöglicht werden, eigene Partys und Club-Projekte zu entwickeln und durchzuführen. Als bereits gelungenes Beispiel dafür wird eine monatlich stattfindende „Underage-Party“ („Next Generation“) im Konzept genannt. Außerdem möchte das WASCHHAUS die Open-Air-Bühne „mindestens fünf Mal im Jahr mit herausragenden musikalischen Projekten [...]“<sup>18</sup> bespielen und dabei „[...] ein möglichst breites, generationsübergreifendes Publikum erreichen.“<sup>19</sup>*

### **1.3.1 Erkenntnisse Partys**

Wie im Konzept formuliert, stellen Partys einen wesentlichen Programmteil des Waschhauses dar. In den Veranstaltungsformaten 3-Die Party, Bad Taste, Boogie3000, Feierstarter und Rubys Tuesday Club werden Partys im Bereich der populären Musik umgesetzt.

Das Format "3-Die Party" ist vom WASCHHAUS kreiert und findet dort im Saal, im Kesselhaus und im Club statt. Die gespielten Musikstile sind Rock/Metal/Indie, R'nB/Black/Party und Elektro/Minimal/Techno. Der Eintritt beträgt bis 23:36 3 Euro, danach 5 Euro.

Die "Bad Taste Party" ist ein externes Format, welches von einer Gruppe junger Erwachsener zwischen 18 bis 28 Jahren kreiert wurde und in Kooperation mit dem WASCHHAUS in dessen Räumlichkeiten veranstaltet wird. Die Erfinder sind gleichzeitig die DJs und veranstalten in ganz Deutschland Partys unter diesem geschützten Namen. Bei diesem Format ist der Name Programm, das heißt die Partygäste sind dazu angehalten möglichst ungewöhnliche Kleidung zu tragen, die von schlechtem Geschmack zeugen - eben "Bad Taste". Der Eintritt beträgt im Vorverkauf 5,50 Euro und an der Abendkasse 7 Euro.

Boogie3000 ist eine Partyreihe der elektronischen Tanzmusik kreiert vom 'coconut-beatclub'. Die ErfinderInnen bzw. MacherInnen mieten die Räume des Waschhauses mit seinen drei Floors und buchen die DJs des Abends. Der Eintritt beträgt im Vorverkauf ab 10 Euro.

---

17 a.a.O.

18 a.a.O., Open-Air-Konzerte/Festivals, S. 10

19 a.a.O.



Bei dem Partyformat "Feierstarter" handelt es sich um eine 90er Jahre Party, die ebenfalls extern kreiert wurde. Dieses Format wird einmal im Monat auf drei Floors veranstaltet, in der Regel mit einem Live-Konzert. Der Eintritt beträgt im Vorverkauf 6 Euro, an der Abendkasse 7 Euro.

Bei den extern kreierten Partyformaten Boogie3000 und Feierstarter gibt es im Vorfeld zwischen dem Programmchef des Waschhauses und dem Organisationsteam des jeweiligen Formates ein Treffen, auf dem die Veranstaltung mit ihrem Programm besprochen wird.

Die Partyreihe "Next Generation" wurde ursprünglich von Jugendlichen ins Leben gerufen und fand während des Untersuchungszeitraumes nur einmal im Mai 2011 statt. Im Gespräch mit Herrn Peinke erfuhren wir, dass dieses Format, eine Partyreihe für Jugendliche zwischen 12 bis 15 Jahren ist, die aufgrund geringer Beteiligung durch die Jugendlichen an der Planung und Umsetzung der Party und wegen der niedrigen Besucherzahl, vorübergehend eingestellt wurde. Eine Wiederaufnahme dieser Partyreihe ist für das Jahr 2012 angedacht, allerdings nur unter der Voraussetzung einer kontinuierlichen Teilnahme einer Gruppe von Jugendlichen, die aktiv an der Konzeption und Planung dieses Formates mitarbeitet. Fraglich bleibt, worauf das mangelnde Interesse der Jugendlichen ein Partyformat zu kreieren zurückzuführen ist. Möchten die Unter-18-Jährigen nur an rezeptiven Veranstaltungen teilnehmen oder liegt das mangelnde Interesse an der fehlenden Kommunikation dieser Partizipationsmöglichkeit in den Drucksachen und im Internetauftritt des Waschhauses? Das WASCHHAUS möchte die Jugendlichen inhaltlich mehr mit einbeziehen und zusammen mit ihnen eine Kontinuität schaffen, die zur Etablierung einer "Underage – Party" führen soll, so der Geschäftsführer Herr Peinke und der Programmchef Herr Schönbeck. Sie würden dafür gerne einen Schülerpraktikanten einbinden.

Bei den Über-18-Jährigen sieht die Situation anders aus. Das WASCHHAUS bekommt im Monat ein bis zwei Anfragen von jungen Erwachsenen nach einer Auftrittsmöglichkeit, die Herr Schönbeck und sein Team beantworten und nach Möglichkeit realisieren. So geschehen mit der Partyreihe „We are Animals“ (DJ-Gruppe), ein Event der elektronischen Tanzmusik, das bisher zweimal stattfand. Die meisten Anfragen beziehen sich nach Aussage Herrn Schönbecks auf diesen Musikbereich, können aber zugunsten eines variationsreichen Musikangebotes nicht alle berücksichtigt werden. Neben der Reihe "We Are Animals" gelingt es in dem Partyformat „3 – Die Party“, ein paar unbekanntes DJs im Wechsel mit Professionellen eine Auftrittsmöglichkeit zu bieten.

Die Musik des Partyprogrammes des Waschhauses ist variationsreich. Innerhalb der verschiedenen Partyformate werden neben aktueller Musik auch Musik von neuen KünstlerInnen und DJs, neue Musiktrends gespielt. Dazu kommen die externen Partys, wie „Bad Taste“ und „Feierstarter“, mit ihrer eigenen Musikauswahl. So kommen auch die aktuellen Entwicklungen des jeweiligen Musikstils zu Besuch in das WASCHHAUS.

Die Formate der Partys, tragen eher vertraute Muster in der Partyszene: Musik auf verschiedenen Floors mit keiner speziellen Dekorierung oder Specials. So trägt die Gestaltung der Veranstaltungen nur selten anspruchsvolle und originäre Züge. Eine Ausnahme bilden hier die "Bad Taste Party" und die „Silent Disco“. Diese fand im Rahmen der Partyreihe „Feierstarter“ zum ersten Mal im Juni 2011 statt. Bei diesem Format können die BesucherInnen die Musik über kabellose Funkkopfhörer hören und dabei zwischen verschiedenen Musikrichtungen wählen. Diese Partyreihe stammt aus den Niederlanden und hat zuvor noch nicht in Potsdam stattgefunden.

Im Konzept wird der Anspruch formuliert, Minderheitenkulturen sowie ein breites Publikum anzusprechen. Extra Veranstaltungen für ein Minderheiten/Nischenpublikum gibt es aber nicht. Die verschiedenen Partyreihen und Musikstile sprechen größtenteils ein breites Publikum an. Vielleicht lässt sich die HipHop-Musik und -Szene als ein Minderheitenpublikum in Potsdam bezeichnen, für deren Fans und Akteure es in Potsdam noch kein Forum oder ein spezielles Veranstaltungsformat im Sinne einer regelmäßig stattfindenden Party gibt. Der Bedarf bzw. der Wunsch Potsdamer Partygänger nach einer regelmäßigen HipHop-Veranstaltung, wurde vom Musikteam bemerkt und durch Anfragen von außen bestätigt. Das Musikteam des Waschhauses erstellt zurzeit ein Konzept für eine HipHop-Partyreihe die voraussichtlich im Januar 2012 starten soll.

### **1.3.2 Erkenntnisse Konzerte**

Konzerte aus allen Genres populärer Musik machen einen großen Teil der Musikveranstaltungen im WASCHHAUS aus. Die meisten Konzerte verschiedenster Musikstile werden innerhalb des wöchentlichen Veranstaltungsformates „Rubys Tuesday“ veranstaltet. Von bekannten Stilen wie Indie- und Alternativ, Rock und Pop, bekommt das Publikum auch neuartige Musiktrends mit zum Teil avantgardistischen Zügen zu hören. Indie-Elektro, Liedermacher-Rock'n'Roll, Post Punk, Rave-HipHop-Elektro und andere Musikstilkombinationen waren Teil des Programmes der Reihe „Rubys Tuesday“ innerhalb des Untersuchungszeitraumes. Die Konzerte dieser Veranstaltungsreihe sind frisch, individuell und aktuell.

Mit „Rubys Tuesday“ hat sich dienstags eine Veranstaltung etabliert, die vor allem von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehr gut besucht wird. Trotz des ungünstigen Tages unter der Woche, treffen sich regelmäßig Jugendliche, lauschen erst den auftretenden, relativ unbekanntem Nachwuchsbands und -künstlerInnen und tanzen danach bei Rubys Tuesday Club, manchmal auf allen Floors im WASCHHAUS inklusive Open-Air-Bereich mit drei verschiedenen Musikstilen, manchmal nur im WASCHHAUS Club. Vor allem überraschte bei dieser Veranstaltungsreihe die Preisstruktur. Bis 22.00 Uhr kostet der Eintritt, auch „Soli“ für Solidaritätszuschlag nur 1 Euro, für ein Live-Konzert und anschließende Disco mit DJ. Ab 22.00 Uhr bezahlt der Besucher 3 Euro. Die Getränkepreise sind ebenfalls günstig, im Hinblick auf die Zielgruppe der Schüler und Studenten. Bis 23.00 Uhr ist „Happy Hour“, jedes Getränk kostet nur die Hälfte.

Innerhalb von Rubys Tuesday findet seit Ende Juni 2011 jeden letzten Dienstag im Monat „Open Rubys“ auf einem Floor, dem Club, im WASCHHAUS statt. „Dich erwarten noch unbekannte Künstler die spontan auf die Bühne gehen und dich in den Bereichen Musik, Dichtkunst, Comedy oder Theater in Staunen versetzen werden“ verspricht der Flyer. An diesen Dienstagen wird die Bühne von NachwuchskünstlerInnen und -bands bespielt. Wer Lust und Mut hat, darf sich auf einer Liste eintragen, wird durch den Moderator „Freddy“ angekündigt und kann dann die Bühne für sich nutzen. Überwiegend wurde bei der ersten „Open Rubys“ Veranstaltung gesungen und Gitarre gespielt, begleitet von witzigen Anekdoten und Liedtexten. Als kleines Dankeschön, aber auch als Anreiz, wird jedem Teilnehmer ein Bier serviert.

Die Stimmung bei dem vorwiegend jungen Publikum war bei den besuchten Veranstaltungen sehr ausgelassen. Jeder Akteur auf der Bühne wurde vom Publikum begeistert beklatscht und angefeuert, Texte mitgesungen und Freunde auf die Bühne gelockt. Der gut besuchte Klub wurde auch an dem ersten Termin der Open Stage Veranstaltung bei dem jungen Potsdamer Publikum sehr gut angenommen. Nachdem die Open Stage um 23.00 Uhr vorbei ist, gibt es eine kurze Pause. Stühle werden weggeräumt, die Bühne wird frei gemacht und der DJ beginnt mit dem alldienstäglichen Rubys Club, zu dem die Anwesenden zu leichtem Pop, Rock und Indie-Klängen tanzen. Während des Untersuchungszeitraumes gab es außerhalb des „Rubys Tuesday“-Formates zwei weitere Konzerte im WASCHHAUS.

### 1.3.3 Erkenntnisse Festivals

Ein Festival wurde innerhalb des Untersuchungszeitraumes veranstaltet und von der Projektgruppe besucht. Es war das „3. Rubys Festival“, ein groß angelegtes Event mit Musik von insgesamt acht Bands auf drei Bühnen und im Anschluss an die Konzerte mit DJs auf drei Dancefloors. Ein sehr variationsreicher Abend mit unterschiedlichsten Musikstilen und Formaten, von Rock, Pop, Postpunk, Disco-HipHop-Elektro, Beatbox, Inditronic, Balkan Sounds mit Unplugged- und anderen Live-Bands bis hin zu spontanen Beiträgen von Nachwuchskünstlern auf der „Open Stage“ Bühne. Das Festivalprogramm war sehr abwechslungsreich, sprach fast alle Zielgruppen an und bot auch partizipatorische Optionen. Der Eintritt betrug im Vorverkauf 10,80 Euro (Abendkasse 15 Euro) und ist für das breite Veranstaltungsprogramm, das bis in die frühen Morgenstunden andauerte, als günstig einzustufen. Die Veranstaltung fand im WASCHHAUS Club + Saal, im Kesselhaus und auf der Open-Air-Fläche vor dem WASCHHAUS statt. Die Konzertbeiträge stammten von nationalen Acts aus ganz Deutschland und schufen einen abwechslungsreichen, aktuellen und neuartigen Festivalcharakter. Dieses Festival war sehr gut besucht, nach unseren Schätzungen vor Ort, durch mindestens 400 zahlende Gäste. Kommuniziert wurde die Veranstaltung mittels einer eigenen Seite im Programmheft Mai, in den Stadtmagazinen „friedrich“ (2 Seiten) und „Events“, über die WASCHHAUS Homepage und über die sozialen Netzwerke „facebook“ und „myspace“. Weitere Festivals fanden innerhalb des Untersuchungszeitraumes nicht statt.

### 1.3.4 Erkenntnisse Wettbewerbe

Wettbewerbe für junge Muskschaffende kamen innerhalb des Untersuchungszeitraumes nicht vor, genauso wenig wie selbstorganisierte Veranstaltungen der Musikinitiative „Church of Noise“ für Newcomer der Musikszene. Auch musikalische Projekte in Kooperationen mit ansässigen Institutionen in der Schiffbauergasse lagen im Untersuchungszeitraum nicht vor.

Der Behauptung im Konzept, dass das WASCHHAUS in Potsdam und Region die „erste Adresse“ für populäre Live-Musik ist<sup>20</sup>, kann im Rahmen dieser Untersuchung nicht nachgegangen werden. Für diese Einschätzung reicht der Umfang der im Rahmen der Untersuchung erhobenen Daten nicht aus. Festzustellen ist aber, dass das Format Rubys Tuesday mit einem wöchentlich Konzert von mindestens einer Band (meist sind es zwei Bands) einen großen Beitrag für populäre Live-Musik in

---

20 a.a.O., Konzerte, S. 10

Potsdam leistet. Auf der Open-Air-Bühne fanden außer einer Comedy-Veranstaltung und dem Open-Air-Kinosommer innerhalb des Untersuchungszeitraumes keine Konzerte oder andere Musik-Veranstaltungen statt.

Die Sparte Musik ist im WASCHHAUS sehr gut vertreten. In Potsdams Veranstaltungskalendern sind die Tanz und Party-Veranstaltungen des Waschhauses etabliert. Großveranstaltungen bei denen bekannte DJs auflegen, aber auch Reihen wie Rubys Tuesday und die monatlich stattfindenden Veranstaltungen Bad-Taste-Party oder 90er-Jahre, sind von Potsdams Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehr gut angenommen. Abgesehen davon, dass es für eine Minderheitenszene keine Party- oder Konzertveranstaltungen gibt, sind die Angebote im Musikbereich, wie im Konzept beschrieben, variationsreich und sprechen ein breites Publikum an.

## **1.4 Tanz**

Neben Musik und Bildender Kunst ist der Tanz ein weiteres „wesentliches Standbein“<sup>21</sup> des WASCHHAUS-Programmes. Das Oxymoron Tanzstudio bietet ein breites Tanzkursangebot für diverse Tanzstile und Altersgruppen an. Wöchentlich werden ca. 30 Kurse in den Bereichen Kindertanz, Modern Dance, Break Dance, Street Dance, Flamenco und Jazz Dance angeboten. Darüber hinaus sollen verschiedene Workshops und Bühnenprojekte veranstaltet werden und mit einer Aufführung zum Abschluss gebracht werden. Die hauptsächliche Zielgruppe bei den Tanzangeboten sind Kinder und Jugendliche. Laut Konzept wird dieser Zielgruppe die Möglichkeit eingeräumt das „Studiohaus“ für ihr Tanztraining kostenlos zu benutzen. Eigene Offizze-Produktionen sollen das Programm ergänzen und den TeilnehmerInnen ermöglichen sich aktiv in die künstlerischen Prozesse bei der Erarbeitung eines Tanzstückes einzubringen. Sie können ihren eigenen Stil unter professioneller Anleitung entwickeln und zusammen mit anderen TänzerInnen diese Positionen künstlerisch umsetzen.

In den Sommermonaten sind Tanz-Sommercamps für Jugendliche angedacht. Dazu soll ein jährliches „Festival für jungen Tanz“ selbst von Jugendlichen entwickelt werden, dass die Bereiche Musik und Tanz zusammenbringt. Die Ziele dieses Festivals sollen ein Erfahrungsaustausch zwischen den Tänzern und die Bildung neuer Netzwerke sein. Unterstützt wird dieser Austausch von etablierten bzw. professionellen Choreografen. Extra hervorgehoben wird im Konzept die Oxymoron Dance Company. Die TänzerInnen der Company sind gleichzeitig TanzlehrerInnen im regulären Tanzkursangebot des „Offizze“ und möchten jährlich ein bis zwei

---

21 a.a.O., Tanz, S. 11

Tanzstücke präsentieren mit dem Anspruch diese auch international zur Aufführung zu bringen. Oxymoron versteht sich als Labor, das Tanz, Musik und Video miteinander verbindet, genauso wie unterschiedliche Tanzgenres. Dabei sollen die Themen für die Tanzstücke von den MacherInnen eingebracht werden und in einer künstlerisch-tänzerischen Auseinandersetzung bearbeitet werden. Laut Konzept beteiligen sie sich zudem aktiv am Projekt „Tanz in Schulen“.<sup>22</sup>

#### **1.4.1 Erkenntnisse Tanzkurse**

Im Konzept wird das Tanzstudio noch "Offizze" genannt, mittlerweile finden sich aber alle Angebote im Bereich Tanz unter dem Namen "OXYMORON". Es werden einmal oder mehrmals pro Woche neun verschiedene Tanzkurse angeboten für die Tanzstile Flamenco, Modern Jazz, Ballett, Modern Dance, bis hin zu HipHop/ Street Dance und Break Dance, sowie ein „Choreo Training“ und ein Kurs „Work out“. Dazu kommt die Möglichkeit an zwei Tagen pro Woche frei in den Tanzstudios zu trainieren was auch immer der/die TänzerIn möchte.

Damit stellt der Bereich Tanz im WASCHHAUS einen großen Beitrag zur Förderung der kreativen Eigentätigkeit und Selbstentfaltung von Kindern und Jugendlichen dar. Darüber hinaus existiert eine Zusammenarbeit bzw. ein freies Kursangebot explizit für die SchauspielerInnen des Hans-Otto-Theaters. Ob es auch gezielt Angebote für Erwachsene oder ältere Menschen gibt, erfährt der Betrachter weder in den Druckprodukten noch auf der Internetseite. Teilweise werden Altersangaben gemacht bzw. Hinweise wie „für Kids/ für Anfänger / für Fortgeschrittene“ gegeben. Aber weiterführende Informationen, wie viel der Besuch eines Kurses kostet oder einfach Informationen zum Tanzstil und zum Profil des Tanzkurses fehlen. Es lässt sich teilweise nur vom Namen des Kurses ableiten, zum Beispiel „*Break Dance - für Fortgeschrittene*“<sup>23</sup>. Es wird aber eine Telefonnummer und eine Emailadresse angegeben unter der man Auskünfte einholen kann.

Das Angebot der Tanzkurse erfüllt die im Konzept aufgestellten Ziele. Es werden Tanzkurse mit einer breiten Palette an Tanzstilen für alle Altersgruppen angeboten. Das „Studio“ kann jeweils freitags und mittwochs kostenfrei genutzt werden. Die unter der Woche und am Sonntag angebotenen Tanzkurse wie Flamenco, Modern Dance, Breakdance usw. werden von Kindern, schon über mehrere Jahre hinweg, gut angenommen und sind gut ausgelastet. Es gibt zwar eine starke Konzentrierung der

---

22 a.a.O., Tanz-Company, S. 12

23 Programmheft WASCHHAUS Mai 2011

Angebote auf Kinder und Jugendliche, aber es gibt auch Angebote für junge bis ältere Erwachsene.

#### **1.4.2 Erkenntnisse Festivals**

Zu den im Konzept erwähnten Tanz-Sommercamps bzw. Festivals gab es im Programmkalender keine Angaben, dass heißt es fanden keine Veranstaltungen im Untersuchungszeitraum statt. Laut der Bereichsleitung können die Tanz-Sommercamps und die Festivals aus mangelnden finanziellen als auch personellen Ressourcen nicht realisiert werden.

#### **1.4.3 Erkenntnisse Oxymoron Dance Company**

Jährlich werden, wie im Konzept geschildert, ein bis zwei Tanzstücke produziert und dabei auch Kooperationen mit externen Gruppen oder Fachleuten eingegangen. Während des Untersuchungszeitraumes gab es Aufführungen der Tanzproduktion „Romeo meets Julia“, die in Kooperation mit dem Hans-Otto-Theater entstanden ist. Ob der Anspruch aus dem Konzept diese auch international zur Aufführung zu bringen, eingehalten wird, kann dem Flyer oder den Programmhinweisen im Internet nicht entnommen werden. Es sind nur die Vorstellungen in der Schiffbauergasse angekündigt. Auf Nachfrage des Untersuchungsteams hieß es, das Tanzstück wird auch in Dresden und Bremen aufgeführt.

Das Projekt „Tanz in Schulen“ wurde bereits 2006 und 2009 in Kooperation mit der Fabrik, dass sich ebenfalls auf dem Kulturstandort Schiffbauergasse befindet, durchgeführt. Im Konzept macht diese Kooperation mit Potsdamer Schulen eine Säule der Sparte Tanz aus. Nachfragen beim Geschäftsführer Herrn Peinke ergaben, dass die Kooperation mit einer Schule leider durch den Weggang der am Projekt beteiligten Lehrerin unterbrochen wurde. Seitdem mangelt es an Interesse seitens der LehrerIn, sodass dieses Projekt nicht fortgesetzt werden konnte. Außerdem kann das Projekt „Tanz in Schulen“ laut der Bereichsleitung Tanz, auch aus Mangel an finanziellen und personellen Ressourcen nicht realisiert werden.

#### **1.4.4 Öffentlichkeitsarbeit**

Leider sind die Flyer zum Tanzkursprogramm aktuell vergriffen. Damit kann man sich nur noch gezielt über das Internet oder über die dort angegebene Telefonnummer informieren. Insgesamt geht die Oxymoron Dance Company nicht offensiv mit der Kommunikation des Kursangebotes um.

## 1.5 Literatur

Das WASCHHAUS versteht sich laut Konzept als „Förderer der Buch- und Lesekultur und möchte eine breite Palette an Möglichkeiten zur Begegnung mit Literatur sowie zu ihrer kritischen Rezeption“<sup>24</sup> anbieten. „Tendenzen der jüngeren nationalen und internationalen Literatur, ihre Trends und prägenden Themen“<sup>25</sup> sollen im Mittelpunkt des literarischen Programms stehen. Über 30 Lesungen, Matineen, Gesprächsrunden oder literarische Abende sind jährlich geplant. Hinzukommen regelmäßige szenische Lesungen unter dem Titel „Hörlounge“ und ein Diskussionsforum namens „Bilderstreit“. Das Diskussionsforum „Bilderstreit“, das sich „[...] vor allem mit Fragen der Bildenden Kunst auseinandersetzt [...]“ wird im Konzept nicht konkreter beschrieben, genauso wie die Reihe „Lesezeichen“ in der „gesellschaftliche und politische Themen im Vordergrund stehen“ sollen. Im Konzept wird nicht deutlich welches Format diese Angebote haben sollen. Handelt es sich dabei um Diskussionen, eine Art Lesung oder ist es eher eine lockere Runde mit Literaten bei der über ein bestimmtes literarisches Thema gesprochen werden kann?

Spezielle Angebote sollen für Kinder und Jugendliche entwickelt werden. Im Konzept ist die Rede von einem monatlichen „Kinderbuchsonntag“, bei dem „[...] es Geschichten, Märchen oder auch Kinder-Krimis zu entdecken gibt“<sup>26</sup> Regelmäßig sollen „[...] bekannte Kinderbuch-Autoren und Illustratoren ihre aktuellen Bücher“ vorstellen.<sup>27</sup> Die Lesungen sollen in der WASCHHAUS Arena, im Saal oder im Club stattfinden. Des Weiteren soll es einmal im Monat ein Literatur-Frühstück geben.

### 1.5.1 Erkenntnisse

In der Sparte Literatur des Waschhauses finden weder die szenische Lesung der „Hörlounge“, noch das Diskussionsforum „Bilderstreit“ statt. Während des Untersuchungszeitraumes gab es nur ein spezielles Angebote für Kinder und Jugendliche, zum standortweiten Event „Stadt für eine Nacht“. Regelmäßige Lesungen für diese Zielgruppe und ein monatlicher „Kinderbuch-Sonntag“ wurden nicht veranstaltet. Im Gespräch mit dem WASCHHAUS wurde erklärt, dass das „Literaturfrühstück“ aus logistischen Gründen nicht umgesetzt werden kann. Die angedachten Räumlichkeiten im WASCHHAUS sind durch die nächtliche Benutzung

---

<sup>24</sup> Konzept WASCHHAUS gGmbH, Literatur, S. 13

<sup>25</sup> a.a.O.

<sup>26</sup> a.a.O.

<sup>27</sup> a.a.O.



durch Party-Veranstaltungen und Konzerte für den Frühstücksbetrieb nicht geeignet. Hinzu kommt, dass sich diese Veranstaltung finanziell nicht als rentabel erwiesen hat. Aus diesen Gründen kann auch der im Konzept beschriebene „Kinderbuch-Sonntag“ nicht veranstaltet werden. Es konnten keine Gelder bzw. Drittmittel akquiriert werden um diese Projekte umzusetzen.

Während des Untersuchungszeitraumes fanden zwei Lesungen statt. Zum Einen die des amerikanischen Autors David Vann, welcher sein Buch „Im Schatten des Vaters“ vorstellte und zum Anderen die satirische und humorvolle Lesung des Publizisten Peter Zudeick, welcher in seinem Buch „Ich bejahe diese Frage mit ja“ Glossen über politische Ereignisse und Charaktere von 1982 bis 2011 beleuchtete. Die Lesungen konnten zum Preis von 10 Euro (ermäßigt 8 Euro) und 9 Euro (ermäßigt 6 Euro) im Club des Waschhauses besucht werden. Durch die Bestuhlung des Raumes schien die Lokation mit 25 bis 35 Besuchern gut ausgefüllt. Beide Veranstaltungen sprachen thematisch eher mittlere und ältere Erwachsene an.

Auf Nachfrage in den geführten Gesprächen mit den Verantwortlichen des Waschhauses, erhielten die Projektgruppe eine Ergänzung von Katja Dietrich-Kröck, verantwortlich für die Sparte Literatur (sowie für Film und Bildende Kunst). Während des Untersuchungszeitraumes von Mitte Mai bis Ende Juli 2011 veranstaltete das WASCHHAUS am 13. Mai 2011 eine weitere Lesung im Literaturladen Wist. Da die Lesung von Helen Fitz Gerald sehr kurzfristig zustande kam, taucht sie nicht in den Druckprodukten des Waschhauses auf, sondern wurde nur über die Presse, in einem Newsletter und im Internet beworben. Diese Lesung wurde im Zwischenbericht nicht mit aufgelistet, da diese Öffentlichkeitsarbeit das Untersuchungsteam nicht erreichte. Nach Aussage der Bereichsleitung war die Teilnehmerzahl sehr gering, auf Grund dessen fand die Lesung nicht in den Räumen des Waschhauses statt. Die im Konzept angestrebten „Autorenprojekte“ gezielt für Schulklassen oder Angebote für „*die Förderung noch nicht etablierter literarischer Talente*“<sup>28</sup>, werden vom WASCHHAUS aktuell nicht umgesetzt. Die Auswahl der AutorInnen scheint beliebig und lassen kein Profil erkennen. Es gibt ein großes Potential für Veranstaltungen in der Sparte Literatur.

---

28 a.a.O., Literatur, S. 13

## **1.6 Comedy**

Veranstaltungen mit jungen Comedians sollen laut Konzept im Saal, Club oder auch in der Arena ermöglicht werden. Vertreter der deutschen „Comedy-Szene“ sollen regelmäßig zu Gast sein, so heißt es.

### **1.6.1 Erkenntnisse Comedy**

Wie angekündigt wurden Comedyveranstaltungen in das WASCHHAUS-Programm aufgenommen. Es gibt regelmäßige Angebote in dieser Sparte und einen eigenen Flyer für das Programm. Die auftretenden Comedians sind bekannte Darsteller aus der deutschen Comedy-Szene. Während des Untersuchungszeitraumes fanden im WASCHHAUS zwei größere Comedy-Veranstaltungen statt. Serdar Somuncu und Olaf Schubert, zwei aus dem Fernsehen bekannte Comedians, gastierten im Mai und im Juli im WASCHHAUS Potsdam. Besonders der Auftritt Olaf Schuberts auf einer Open-Air-Bühne auf dem Gelände des Waschhauses erfreute sich bei dem Potsdamer Publikum großer Beliebtheit, was sich anhand der ausverkauften Arena erkennen lässt.

## **1.7 Film**

Im Konzept werden viele verschiedene Rezeptionsangebote beschrieben. Besonders hervorgehoben wird der Open-Air-Kinosommer der jährlich von Juni bis August stattfindet und sich durch sein breites Film-Spektrum auszeichnen soll. Von Klassikern der Filmgeschichte über populäres Hollywoodkino, großen Kino-Dokumentarfilmen sowie Filmen aus den internationalen Independent-Kinos, soll ein besonderer Schwerpunkt auf deutsche Filmproduktionen gelegt werden.

Neben dem Open-Air-Kinosommer sollen im Saal und Kesselhaus thematische Filmnächte mit Filmdiskussionen veranstaltet werden, die nicht vom amerikanischen Mainstreamkino geprägt sind, sondern gegenwartsnahe Probleme und Interessen des jungen Publikums beinhalten. Eine Zusammenarbeit mit dem Studio Babelsberg wird hierbei angestrebt.

Zusätzlich soll jährlich ein Fernsehfestival „TELEmania“ für ein breites Publikum stattfinden, bei dem anspruchsvolle TV-Produktionen gezeigt werden sollen. Eine Kooperation mit der HFF und öffentlich-rechtlichen TV-Sendern ist hierbei vorgesehen. Ein Amateur-Filmwettbewerb für Menschen jeden Alters aus Potsdam und Umgebung, der alle zwei Jahre stattfinden und von mehreren Workshops

umrahmt werden soll, ist der letzte beschriebene Programmpunkt im Bereich Film. Potsdamer Filmschaffende sollen die dazugehörigen Workshops betreuen.

### 1.7.1 Erkenntnisse

Der Open-Air-Kinosommer wird inhaltlich und programmatisch wie im Konzept beschrieben umgesetzt. Vom 6. Juni bis 31. August 2011 bot das WASCHHAUS „Nervenkitzel, Hochspannung, grandioses Schauspiel, Dramatik, Humor und beste Unterhaltung auf Potsdams größter Open Air Leinwand“.<sup>29</sup> Das Programm weist eine breite Auswahl aus Filmen verschiedener Genres auf. Dabei sind Oscar gekrönte Filme wie die Blockbuster „Black Swan“, „The Social Network“ und „The King’s Speech“, Deutsche Produktionen wie der Tanzfilm „Pina“, „Kokowääh“ und „Almanya – Willkommen in Deutschland“ und politisch aktuelle Filme wie „Von Menschen und Göttern“, „Der Name der Leute“ und „Four Lions“. Mit über 33 unterschiedlichen Kinofilmen zeigt der „Open-Air-Kinosommer“ ein breites Spektrum an Filmen. Dabei sind Kino-Dokumentarfilme und Klassiker gering vertreten. Hier fand je nur eine Vorstellung statt. Zusätzlich wird dem Besucher frisch Gegrilltes, Getränke und Snacks aus der Bar und Liegestühle (Mietpreis 1 Euro pro Stuhl) angeboten.

Ein umfassendes Programmheft informiert den Besucher über die Filme, Anfahrt und Preise (6 Euro pro Vorstellung, ermäßigt 5 Euro). Dabei gibt es ein Spezialangebot „Aus fünf mach sechs“, hier erhält der Besucher nach dem Besuch der fünften Vorstellung bei der Sechsten freien Eintritt.

Das breite Angebot, welches für die Sparte Film im Konzept angedacht war, findet im WASCHHAUS zurzeit nicht statt. Projekte wie das Filmfestival „TELEmania“ oder Amateur-Filmwettbewerbe können momentan nicht stattfinden, da aus finanzieller und personeller Sicht dafür die Kapazitäten nicht ausreichen. Um „TELEmania“ umsetzen zu können, war die Akquise von Projektmitteln angedacht, diese zusätzliche Finanzierung konnte aber laut der Bereichsleiterin nicht realisiert werden. Es gab zwar bereits kleinere Kooperationen mit Studenten der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf (ein Videoschnitt zur Tanzproduktion „Romeo meets Julia“ und eine Filmvorführung für die HFF im WASCHHAUS Club), aber es steckt noch wesentlich mehr Potential für weitere Projekte in dieser Zusammenarbeit.

---

<sup>29</sup> [www.waschhaus.de/kino.php](http://www.waschhaus.de/kino.php)

## **1.8 Labor**

Im Konzept als „eine Spielwiese für ungewöhnliche und überraschende Aktivitäten“<sup>30</sup> beschrieben, soll das Labor eine Aktions- und Gestaltungsplattform sein, die sich an die Gruppe der 22 bis 35-Jährigen und im Speziellen an Potsdamer Hochschulen wendet. Man hofft diese Zielgruppe nicht nur an das WASCHHAUS sondern auch an den Kulturstandort Schiffbauergasse binden zu können. Durch Kooperationen von ansässigen Firmen und Institutionen sollen die Studierenden der verschiedensten Fachrichtungen die Möglichkeit erhalten Projekte zu kreieren und durchzuführen.

### **1.8.1 Erkenntnisse**

Die Sparte Labor gibt es im WASCHHAUS nicht. Es gab keine Veranstaltungen in diesem Bereich innerhalb und außerhalb des Untersuchungszeitraumes. Dieses Angebot wird vom WASCHHAUS in keiner Weise kommuniziert und entsprechend wissen die Studierenden in Potsdam nichts von der Möglichkeit, Veranstaltungen oder Projekte im WASCHHAUS zu realisieren.

## **1.9 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum WASCHHAUS**

### **Programm**

Die Daten zur Analyse des Programmes stammen aus dem vom WASCHHAUS zur Verfügung gestellten Jahresprogramm, die aber nur Ausschnitte aus den Angeboten der Bildenden Kunst und dem Bereich Tanz enthielt. Die Untersuchungsgruppe erhielt eine Übersicht über die stattgefundenen Veranstaltungen und Führungen vom Kunstraum und hat diese ebenfalls in den Diagrammen berücksichtigt. Von der Oxymoron Dance Company wurde trotz Anfrage keine Jahresprogrammübersicht zur Verfügung gestellt, so dass die Sparte nur im Rahmen der in der Öffentlichkeit kommunizierten Veranstaltungen in diesem Bericht vertreten ist. Änderungen sind im Hinblick auf künftige Veranstaltungen vorbehalten.

---

30 Konzept WASCHHAUS, Labor, S. 15

## Aufteilung des Jahresprogrammes des Waschhauses nach Sparten 2011

■ Konzerte ■ Party ■ Bildende Kunst ■ Literatur ■ Tanz ■ Film ■ Spezials ■ Festival

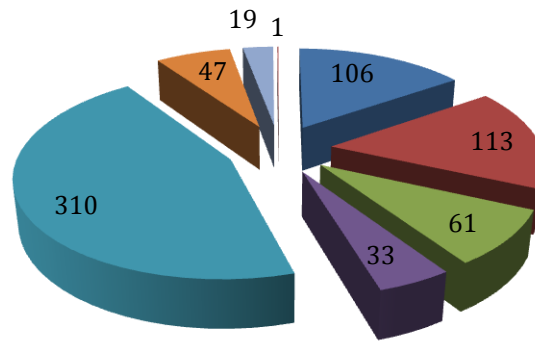


Abb. 1

Das WASCHHAUS bietet im Jahr 2011 mit knapp 700 Veranstaltungen und Workshops eine hohe Anzahl an Programmpunkten. In Abbildung 1 sind diese Veranstaltungen nach Sparten sortiert und grafisch dargestellt. Neben den Veranstaltungen im Musikbereich (Konzert, Party), macht die Anzahl der Angebote der Sparte Tanz einen Schwerpunkt des soziokulturellen Zentrums aus. Die Anzahl an Tanzkursen ist sehr hoch, aber die Kapazität pro Kurs (maximal 15-20 TeilnehmerInnen) ist weitaus geringer als bei Veranstaltungen im Bereich Musik (mehrere hundert BesucherInnen möglich). Aus diesem Grund ist eine Vergleichbarkeit der Bereiche innerhalb einer Grafik schwierig und differenziert vor dem Hintergrund der unterschiedlichen TeilnehmerInnenzahlen zu betrachten.

Wöchentlich gibt es 21 Tanzkurse für neun verschiedene Tanzangebote, die komplett ausgelastet sind. Dazu kommen eigene Tanzproduktionen, bei denen auch mit externen TänzerInnen oder Fachleuten Kooperationen eingegangen werden. Damit hat das WASCHHAUS-Programm durch den Bereich Tanz einen großen Anteil an partizipatorischen Angeboten, die kreative Eigentätigkeit von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen fördern.

Lässt man in der Grafik die Tanzkurse weg und fügt nur die Aufführungen der Tanzstücke als Veranstaltungen ein, ergibt sich folgendes Bild (Abb. 2):

## Anzahl der Veranstaltungen im Jahresprogramm Waschhaus 2011

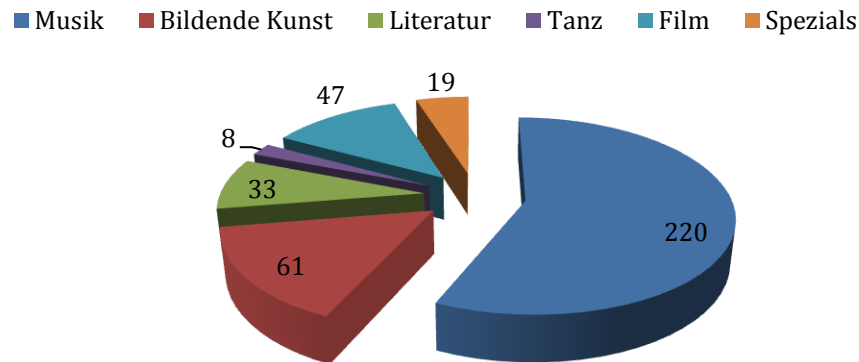


Abb. 2

Der Bereich Musik macht einen großen Teil des WASCHHAUS-Programms aus. Vier verschiedene Partyreihen, die jeweils alle vier bis acht Wochen stattfinden, eine wöchentliche Konzertreihe mit mindestens einem Konzert und daran anschließenden Partys auf drei verschiedenen Floors, plus viele weitere Konzerte außerhalb der „Rubys“-Reihe, schaffen ein breites und variationsreiches Party- und Konzertprogramm. Mit dieser Kombination aus neuartigen Musiktrends und gewohnter Tanzmusik, erreicht das WASCHHAUS sein im Konzept formuliertes Zielpublikum von jungen Erwachsenen. Die veranstalteten Konzerte nehmen Trends der aktuellen Musikszene aus allen Genres auf, worauf das WASCHHAUS laut Konzept besonderen Wert legt.

Die in dem Diagramm unter „Specials“ zusammengefassten Veranstaltungen sind Einzelveranstaltungen wie der UNESCO-Welterbetag, das Fritz Kneipenquiz, die Feier zu 20 Jahren Stadtjugendring, Theatervorführungen wie „Im Weißen Rössel“ oder Events die im Rahmen des „unidram“ – Festivals aufgeführten Theaterstücke des T-Werks. Dies sind alles Veranstaltungen die in der Regel nur einmal Vorkommen bzw. keine eigene Veranstaltungsreihe des Waschhauses sind.

Obwohl Angebote für ein Minderheiten- bzw. Nischenpublikum im Konzept vorgesehen waren, fehlen diese im Veranstaltungsprogramm. Auch finden keine Wettbewerbe im Musikbereich statt und es wurde 2011 nur ein Festival veranstaltet. Im Bereich Tanz werden die Projekte „Tanz in Schulen“ und Tanz-Sommercamps

nicht umgesetzt. Im Bereich Literatur fehlen die Formate „Hörlounge“, „Bilderstreit“ und der „Kinderbuchsonntag“. Das „Literatur-Frühstück“ fand nur einmal im Rahmen des standortweiten Festivals „Stadt für eine Nacht“ in der Schiffbauergasse statt. Im Bereich Bildende Kunst gibt es keine Umsetzung der Künstler-Round-Tables, der „Fälscherwerkstatt“ oder der Autorenprojekte gezielt für Schulklassen. Der „KO-Kunstwettbewerb“ fand in diesem Jahr nicht statt. Wann oder ob dieser Wettbewerb eine Fortsetzung erfährt, bleibt offen. Filmnächte mit Filmdiskussionen sowie das Filmfestival „TELEmania“ tauchen nicht im WASCHHAUS-Programm auf. Ebenfalls gibt es keinen Freundeskreis für den Kunstraum.

Auf die Nachfrage hin, warum diese im Konzept beschriebenen Formate nicht umgesetzt sind, wurde von den verschiedenen BereichsleiterInnen, als auch von der Geschäftsführung ein Personalmangel und ein damit einhergehender Zeitmangel als Begründung genannt sowie auch das Fehlen finanzieller Mittel. Das „Labor“, im Konzept als „eine Aktions- und Gestaltungsplattform speziell für die 22 bis 35-Jährigen“ von Potsdamer Fakultäten beschrieben, existiert nicht.

Genreübergreifende Angebote gibt es zwar, aber keine die aufgrund von Kooperationen zwischen den WASCHHAUS-Sparten zustande kommen. Außer im Konzertbereich, der stark auf Newcomerbands baut, ist im WASCHHAUS-Programm kein Profil zu erkennen.

## **Preispolitik**

Der Besuch des Kunstraumes, einzelner Filmvorführungen sowie den Vernissagen von Red Wall sind für den Besucher kostenfrei. Ebenso waren alle Angebote bei dem Event „Stadt für eine Nacht“ auf dem gesamten Areal der Schiffbauergasse, also auch im WASCHHAUS, kostenlos. Das SchülerInnenformat „Next Generation“ kostete nur 2 Euro Eintritt, welches dem kleinen Budget von SchülerInnen entgegen kam.

Darüber hinaus gibt es Veranstaltungen, wie Rubys Tuesday, welche als niedrigschwellig bezeichnet werden können. So zahlt der Besucher pro auftretender Band bis 22.00 Uhr nur 1 Euro und danach, für den anschließenden Rubys Club, 3 Euro Eintritt. Als Besonderheit lässt sich für die auf junge Erwachsene ausgerichtete Veranstaltung erwähnen, dass es hinzu noch eine „Happy Hour“ bis 23.00 Uhr gibt, in der alle Getränke zum halben Preis erworben werden können.

Weitere Veranstaltungen, wie „3 – Die Party“, locken den Besucher mit speziellen Angeboten. Gelegentlich werden Eintrittskarten verlost. So wurden für „3 – Die Party“ am 16. Juli 2011 auf dem sozialen Netzwerk facebook.de 33x3 Freikarten

verlost. Die meisten Partyveranstaltungen bewegen sich in den Eintrittspreisen zwischen 3 und 9 Euro. Für einige Veranstaltungen, zum Beispiel mit international anerkannten DJs oder Konzerte von Newcomerbands, werden Eintrittspreise bis zu 12 Euro verlangt. Bei einzelnen Konzert- oder auch Comedyveranstaltungen fallen unterschiedliche hohe Eintrittspreise an. Hochkarätige Einzelveranstaltungen wie das einzige Deutschlandkonzert mit Ensemble von Ludovico Einaudi oder der Gastauftritt von Olaf Schubert, kosten im Vorverkauf 32 bzw. 21 Euro. Für Lesungen hingegen werden Preise ab ermäßigt 6 bis 10 Euro pro Veranstaltung genommen.

Bei den Getränkepreisen sind die alkoholfreien Getränke wie Cola oder Wasser mit 1,80 Euro am günstigsten. Spezielle Getränke wie Club Mate oder Red Bull werden für 2,50 bzw. 3,00 Euro angeboten. Alkoholische Getränke wie Bier (2,40 Euro), Wein (3,20 Euro), Sekt (2,60 Euro) und Cocktails (Durchschnittlich 5 Euro) liegen im Durchschnitt im Vergleich zu anderen wirtschaftlichen Betrieben. Bei vielen Party- und Konzertveranstaltungen werden auch Speisen vom Grill (Bratwurst 2 Euro), sowie kostengünstige Snacks an der Bar angeboten.

### **Marketing & Öffentlichkeitsarbeit**

Das WASCHHAUS weist einen Mangel an geschlossenem Auftreten nach außen hin auf. Ein einheitliches Corporate Design ist auf den Flyern der verschiedenen Sparten nicht erkennbar. Vergleicht man die Druckprodukte der einzelnen Sparten, kann man fast nicht erkennen, dass es sich um verschiedene Bereiche eines einzigen Hauses handelt. Nur durch ein kleines, manchmal winziges und kaum erkennbares Logo, wird kommuniziert, dass die entsprechende Veranstaltung eine WASCHHAUS-Veranstaltung ist. Besonders auffällig ist dies auf den Flyern des Kunstraumes, der Oxymoron Dance Company und der Konzert- und Partyreihe Ruby Tuesday.

So verwundert es nicht, wenn das WASCHHAUS, die Oxymoron Dance Company und der Kunstraum vom Publikum häufig als eigene Einrichtungen eingestuft werden und nicht als *ein* soziokulturelles Zentrum. Auf die Nachfrage zu diesem Defizit, gab es unterschiedliche Meinungen im WASCHHAUS. Der Geschäftsführer Herr Peinke möchte eine Marke WASCHHAUS bzw. ein geschlossenes Auftreten in der Öffentlichkeit. Aus Sicht der beiden Bereichsleiterinnen Bildende Kunst und Tanz, sei eine Mehrmarkenstrategie unumgänglich, da jeweils ein unterschiedliches Publikum angesprochen wird.

Schwierig für die Organisation und Umsetzung einer Markenstrategie für das WASCHHAUS, ist eventuell die Tatsache, dass es keinen festen Mitarbeiter mehr für den Bereich Presse und Öffentlichkeitsarbeit gibt. Die einzelnen Aufträge zu den



Veranstaltungen werden nun zum Teil an externe Fachleute vergeben und sind vereinzelt an andere WASCHHAUS-MitarbeiterInnen übertragen worden.

## **Partizipation**

Die Partizipation spielt in den meisten soziokulturellen Zentren eine wichtige Rolle. Dies hat sich auch das WASCHHAUS in seinem Konzept vorgenommen. Ehrenamtlich Engagierte oder PraktikantInnen könnten helfen, personelle Unterstützung bei der Realisierung des Programmes und aktuell nicht stattfindenden Formaten zu leisten. Außerdem wäre es eine Möglichkeit, Defizite in der Partizipation zu beheben. Doch findet diese Einbindung nur punktuell durch einzelne ehrenamtliche KuratorInnenführungen oder Gespräche mit KunstkritikerInnen in der Sparte Bildende Kunst statt.

Der Wunsch nach Teilhabe bzw. zumindest nach Auftrittsmöglichkeiten junger Erwachsener besteht. Das bestätigen die Anfragen an den Programmchef Herrn Schönbeck. Die meisten Anfragen beziehen sich hier auf den Wunsch junger DJs, elektronische Musik im WASCHHAUS auflegen zu dürfen. Im Partyformat „3 – Die Party“ und „We Are Animals“ kann diesem Wunsch teilweise nachgekommen werden. Es gibt immer wieder Ansätze, Ideen und Vorschläge die von außen eingebracht werden, wie Herr Schönbeck bestätigte, doch seien diese oft unrealistisch und ohne Konzept, sodass die Ideen keinen Platz im Programm des Waschhauses fänden. MitarbeiterInnen des Waschhauses befürworten die Einstellung eines Praktikanten und die Förderung des Ehrenamts. Es wurden bereits in der Vergangenheit positive Erfahrungen gesammelt, da junge Leute häufig gute, neue Impulse brachten. Jedoch werden die Partizipationsmöglichkeiten im WASCHHAUS nicht in der Öffentlichkeit kommuniziert.

Die Annäherung an die Studierenden Potsdams stellt sich für Herrn Peinke als schwierig heraus. So werden Veranstaltungen wie die Semestereröffnungsparty von anderen Häusern abgeworben und das Engagement der Studierenden ist auf Grund ihrer Einschränkung, durch das Studium und eventuell noch wegen eines Nebenjobs, nicht gegeben bzw. ist eine Zusammenarbeit immer zeitlich beschränkt, weil viele StudentInnen nach Abschluss des Studiums Potsdam verlassen.

Das Problem der Kontinuität gilt allerdings für Jugendarbeit allgemein. Zusätzlich erschwert sicherlich der starke Berlinbezug der Potsdamer Studentenschaft den Erfolg von Programmen für diese Zielgruppe. Bezeichnend ist jedoch, dass der Geschäftsführer und der Programmchef Musik die Schwierigkeiten hervorheben. Es ist keine Phantasie und Energie erkennbar, auf

diese Zielgruppen zuzugehen. Konsequenterweise müsse man daher das Projekt Labor aus dem Konzept streichen, oder sich auf entsprechende Experimente und Kooperationen einlassen.

## **Potentiale**

Potenzial für kombinierte Veranstaltungen der unterschiedlichen Bereiche im WASCHHAUS bergen die drei unterschiedlichen Lokalitäten des Hauses in sich: die Räume des Kunstraumes, die Studios der Oxymoron Dance Company sowie der Klub, der Saal, die Arena und das Kesselhaus im WASCHHAUS und der Open-Air Bereich. Im Gespräch erfuhren wir, dass es in der Vergangenheit Versuche gab, Ausstellungen des Kunstraumes im Kesselhaus auszurichten. Doch durch das reguläre Veranstaltungsprogramm, welches davor und danach stattfindet, sind die Räumlichkeiten dafür nicht geeignet. Spät stattfindende Partys sind nicht mit Ausstellungen oder einem morgendlichem Literaturfrühstück vereinbar. Auch für Tanzvorführungen sind die Räume Klub, Saal, Arena, Kesselhaus und Open-Air-Bereich vor allem aus künstlerischer, aber auch aus räumlicher und technischer Sicht nicht optimal. Für die Anforderungen einer Tanzproduktion, die immer auch mit einem künstlerischen Ansatz verbunden ist, sind nach Aussage der künstlerischen Leiterin Frau Kozik, die Räumlichkeiten ungeeignet bzw. die Kosten für einen Umbau zu hoch. Kleinere Einlagen auf Vernissagen oder Lesungen, wenn es thematisch passt, sind für die Oxymoron Dance Company in den Räumen des Waschhauses machbar. Durch eine Zusammenarbeit mit anderen am Standort ansässigen Institutionen wurde dieser Mangel in der Vergangenheit stets ausgeglichen und die Tanzstücke in geeigneten Räumlichkeiten anderer Häuser abgehalten.

Die Sparte Film birgt nach Ansicht der Forschungsgruppe innerhalb des Waschhauses einen guten Ansatz für Synergien. Filmvorführungen mit anschließenden Künstlergesprächen wären ein künstlerischer Ansatz, der nicht nur für Studierende der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf ein Anreiz wäre, das Waschhaus aufzusuchen. Auch könnte für den Bereich Film das Angebot einer Zusammenarbeit des Waschhauses bei Projekten der Studierenden der HFF, aber auch der Universität und der Fachhochschule Potsdam, eine fruchtbare Konstellation sein und gleichzeitig die Zielgruppe der Studenten in das WASCHHAUS führen. Das könnte eine Wiederbelebung des Bereiches Labor im WASCHHAUS initiieren.

An den Hochschulen Potsdams, wie der Universität, der Fachhochschule sowie an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf, gibt es zahlreiche

Studiengänge die ein Interesse daran haben könnten im WASCHHAUS Projekte oder Veranstaltungen durchzuführen. Eine einfache Praktikumsausschreibung für StudentInnen mit dem Ziel der Erstellung einer Nutzungsstruktur für das Labor, könnte ein erster Schritt sein das Labor im WASCHHAUS ins Leben zu rufen.

Sowohl der Geschäftsführer als auch die MitarbeiterInnen bestätigten die Meinung der Untersuchungsgruppe, dass die unterschiedlichen Sparten und das vielfältige Publikum des Waschhauses ein sehr großes Potential für genreübergreifende Projekte besitzen. Die Teamsitzungen im WASCHHAUS werden aber nicht dazu genutzt konzeptionelle Fragen und Inhalte zu besprechen. Zu den Gründen hierfür gibt es sich widersprechende Aussagen. Tatsache ist jedoch, dass es dadurch nur ein bedingt arbeitsfähiges Team ist, vor allem wenn es darum gehen soll, bereichsübergreifende Projekte zu kreieren oder neue Projektideen zu besprechen.

## **2. Lindenpark**

## 2.1. Geschichte

Der Lindenpark ist ein Jugendkultur- und Familienzentrum in Potsdam-Babelsberg. Seit den 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts ist er Bestandteil der Potsdamer und Berliner Kulturszene.

1900 als Wäscherei erbaut, erfuhr das Gebäude vielfältige Umnutzungen. So wurde es als Ausflugslokal für Potsdamer genutzt, später aber auch als Filmstudio, Atelier und Premierenkino für die UFA. Nach dem Zweiten Weltkrieg war das Haus kurzzeitig unter sowjetischer Kommandantur, bis es in den 1960ern als „Tanz und Unterhaltungszentrum“ seine vorerst letzte Umstrukturierung erfuhr. Tanztees, Singwettbewerbe, Theateraufführungen sowie Kinder- und Konzertveranstaltungen waren fester Bestandteil des Lindenparks und standen im Zeichen der sozialistisch geprägten Veranstaltungskultur. Unter neuer Führung wurde in den 1980er-Jahren, auch durch das veränderte gesellschaftliche und politische Klima, eine neue Richtung eingeschlagen. Der Lindenpark bot nun eine Plattform für die sich neu entwickelnde Punkszene und Nachwuchsbands. So wurde die Einrichtung nicht nur in der lokalen Kulturszene bekannt, sondern auch über die Stadtgrenzen hinaus.

1990 erfolgte die Gründung des Lindenpark e.V. Mit seinen Einrichtungen gehörte der Verein in den Folgejahren zu den größten soziokulturellen Zentren im Land Brandenburg. Der e.V. umfasste das Hauptgebäude des Lindenparks, das offene Jugendhaus jwd, die Sternwerkstatt und den Klub Innenstadt. Leitgedanke bei der Gründung war die Förderung von Kunst und Kultur, die Jugend- und Kinderhilfe sowie die Unterstützung hilfsbedürftiger Personen.

Ab 2000 häuften sich die strukturellen und finanziellen Probleme des Lindenpark e.V., die 2008 zur Insolvenz des Vereins führten. Im März des darauf folgenden Jahres wurde der Lindenpark von der Stiftung Sozialpädagogisches Institut „Walter May“ (SPI) übernommen und konzeptionell neu ausgerichtet.<sup>31</sup>

## 2.2 Leitbild

Am 12. September 2011 führte die Untersuchungsgruppe ein Gespräch mit dem Geschäftsführer des Lindenparks, Herrn Andreas von Essen und weiteren MitarbeiterInnen. Dabei konnten Inhalte aus dem Gesamtkonzept von 2008 zum Lindenpark korrigiert werden. Das Konzept, das der Untersuchungsgruppe zur Verfügung gestellt wurde, war ein inhaltlich fehlerhaftes Konzept. Da sich die

---

<sup>31</sup> <http://www.lindenpark.de/lindenpark-1/haus>; <http://de.wikipedia.org/wiki/Lindenpark>

Stiftung SPI ursprünglich für die Betreuung der beiden Häuser WASCHHAUS und Lindenpark beworben hatte, waren im Lindenpark-Konzept von 2008 fälschlicherweise noch Aussagen enthalten, die sich auf das WASCHHAUS bezogen hatten. Dies betrifft das Open-Air-Kino, die Tanzangebote sowie die breit gefächerten Angebote in den einzelnen Kunstsparten.

Beim Gesprächstermin im September erhielt die Untersuchungsgruppe eine aktualisierte Kurzfassung des Lindenpark-Konzeptes. Dieses ist eine Ergänzung bzw. Richtigstellung des Konzeptes von 2008, das die inhaltlichen Ziele für die Arbeit des Lindenparks enthält und von der Untersuchungsgruppe als wesentliche Grundlage zur Einschätzung des Lindenparks verwendet wurde. Der Punkt „Förderung zeitgenössischer Kunst in allen Sparten“ im Gesamtkonzept von 2008 fällt somit aus dem Leitbild dieses Berichtes und der Gesamteinschätzung des Lindenparks heraus, da dieser sich auf das WASCHHAUS bezogen hatte.<sup>32</sup>

Im Gespräch stellte sich des Weiteren heraus, dass die im Gesamtkonzept benannten Migranten und Senioren keine konkrete Zielgruppe des Lindenparks seien, weshalb es auch keine speziellen Veranstaltungsformate für sie gäbe. Es solle lediglich verdeutlicht werden, dass der Lindenpark eine Vielfalt der Kultur durch interkulturelle Angebote fördern möchte. Durch MAE-Maßnahmen (Arbeitsgelegenheit mit Mehraufwandsentschädigung) werden teilweise ältere Menschen in die Veranstaltungsorganisation mit einbezogen.<sup>33</sup>

### **Soziokultur & „Kultur für alle“**

Der Lindenpark beschreibt sich selbst als *das* soziokulturelle Zentrum in Potsdam-Babelsberg, das stadtteil- und zielgruppenbezogen arbeite und Raum für die Förderung junger KünstlerInnen und subkultureller Aktivitäten biete.<sup>34</sup> Ziel sei es, nach dem Prinzip „Kultur für alle“, möglichst vielen Bürgerinnen und Bürgern Potsdams den Zugang und die Teilhabe an unterschiedlichen Kunst- und Kulturangeboten und in den Bereichen Soziokultur, Kinder-, Jugend- und Familienarbeit, kultureller Bildung und Bürgerengagement zu ermöglichen. Das Leitmotiv der Stiftung SPI „Soziale Arbeit als Koproduktion“ fokussiere die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den regionalen Akteuren.<sup>35</sup>

Der Begriff „Soziokultur“ wird im Konzept des Lindenparks definiert als synthetischer, kulturpolitischer Programmbegriff, der die Zusammenführung von

---

32 Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 1

33 a.a.O.

34 Gesamtkonzept Lindenpark 2008, Präambel, S.3

35 a.a.O., Inhalt, S. 4

Kunst und Gesellschaft beinhalte.<sup>36</sup> Die Soziokultur lebe vor allem durch die Partizipation der Zivilgesellschaft und sei auf das Bürgerengagement angewiesen, weshalb der Lindenpark darauf setze.

Neben dem Motto „Kultur für alle“ sei auch die Förderung interkultureller Kompetenz laut Konzept bedeutend. Im Rahmen des demografischen Wandels sei es darüber hinaus Ziel kultureller Bildung, die Potentiale älterer Menschen und die Verständigung über die Generationen hinweg zu fördern.<sup>37</sup> Besonders junge Menschen müssten gefördert werden, da sie die Zukunft unserer Gesellschaft seien.

## 2.3 Zielsetzungen

In der aktualisierten Kurzfassung des Lindenpark-Konzeptes werden die jeweiligen Zielsetzungen konkreter definiert. Zunächst geht es um Veranstaltungen bzw. um Ansätze, die man weiterführen möchte. Traditionelle Veranstaltungen, die immer gut angenommen wurden, sollen erhalten werden. Der Konzertbetrieb soll kleiner, aber effektiver werden und so Raum für Nachwuchsbands, Studentenpartys und Ähnliches sein. Fortgesetzt werden soll laut Konzept außerdem die Förderung alternativer Jugendkulturen, HipHop, Graffiti, Break- und Streetdance sowie die Betreibung der Skaterbahn. Der Spielplatz auf dem Lindenpark-Gelände, der einer der größten in Babelsberg ist, wird weiter gestaltetet und ausgebaut. Ebenso sollen weiterhin Kooperationen mit anderen Trägern im Stadtteil stattfinden und die Aktivitäten im Bündnis für Familie fortgesetzt werden. Erhalten werden soll darüber hinaus die stadtteilnahe Kinder- und Jugendarbeit in den dezentralen Einrichtungen sowie die Andere Kinderbetreuung (Aki) in der Sternwerkstatt.<sup>38</sup>

Lösen möchte sich der Lindenpark von Veranstaltungen, die nicht angenommen werden. Ebenso soll das Prinzip, mit viel Umsatz in der Gastronomie Kinder- und Jugendarbeit bzw. Soziokultur in Größenordnungen zu finanzieren, fallen gelassen werden, da es ohnehin nicht funktioniere.<sup>39</sup>

Des Weiteren beschreibt die aktualisierte Kurzfassung des Lindenpark-Konzeptes eine Reihe neuer Ausrichtungen und Ansätze. Eine wesentliche Veränderung soll die Erweiterung der Öffnungszeiten sein. An mindestens fünf Tagen in der Woche sollen dem jungen Besucher Angebote in den Bereichen Kinder-, Jugend - und Soziokulturarbeit unterbreitet werden. Um den musikalischen Nachwuchs zu fördern sollen Workshops organisiert und Probemöglichkeiten geschaffen werden. Auch landesweite Nachwuchsfestivals sind denkbar sowie die Durchführung einiger

---

36 a.a.O., Exkurs – Soziokultur als kommunale Netzwerkstrategie, S. 5

37 a.a.O., S. 7

38 Lindenpark-Konzept aktualisierte Kurzfassung, S.1

39 a.a.O.

Open-Air-Veranstaltungen im Sommer. Für alternative Jugendkulturen, wie HipHop, Graffiti, Break- und Streetdance oder Theatergruppen sollen verbesserte Angebote geschaffen werden.<sup>40</sup>

Im Bereich Musik sollen Konzerte mit aufstrebenden Bands auf europäischem Niveau veranstaltet werden. Im Rahmen der Förderung der Jugend und Subkultur soll der Aufbau von Schüler- und Nachwuchsbands gefördert werden. Für Kinder und Familien soll – auch im Rahmen des Bündnisses für Familie - die Angebotspalette um Familien- und Stadtteilstädte oder Kindermusicals und Kinderzirkus erweitert werden. Ausgebaut werden sollen Kooperationen mit Partnern im Stadtteil, vor allem mit Bildungseinrichtungen wie Schulen, Kitas, Hochschulen u.a.<sup>41</sup>

Die Angebote der dezentralen Jugendeinrichtungen sollen verbessert werden, unter dieser Prämisse steht vor allem die Etablierung eines neuen „Klub Innenstadt“ und die Beteiligung bei der Objektsuche. Kooperation, Verzahnung und die Schaffung von Synergien sind bei allen Aktivitäten ein „konzeptionelles Muss“.<sup>42</sup>

### **Förderung von Jugendkultur & kultureller Bildung**

Der Lindenpark stelle laut Gesamtkonzept von 2008 den Jugendlichen Raum zur Verfügung, in dem sie sich von der Welt der Erwachsenen abgrenzen, ihre eigenen Interessen verfolgen können und durch Gemeinschaftserlebnisse mit Gleichaltrigen ihre Zugehörigkeit und ihre eigene Identität stärken.<sup>43</sup>

Im Bereich der kulturellen Bildung wird besonders die Allianz mit anderen Einrichtungen angestrebt, um in Kooperation mit anderen Potsdamer Einrichtungen die gesetzten Ziele zu verwirklichen. Das Bestreben nach einem Dialog zwischen den Kulturen stehe laut Konzept im Mittelpunkt der gesamten Arbeit des Lindenparks und der drei Jugendeinrichtungen.<sup>44</sup>

Zum Lindenpark gehören die drei Jugendeinrichtungen jwd, „Klub Innenstadt“ und die Sternwerkstatt. Diese seien Orte der Begegnung junger Menschen und bieten einen geschützten Raum gegenseitiger Akzeptanz, demokratischer Auseinandersetzung und gewaltfreier Konfliktlösung. Zentrale Grundsätze der Jugendarbeit des Lindenparks sind „Ganzheitlichkeit, Freiwilligkeit, Partizipation,

---

40 a.a.O. S. 2

41 a.a.O.

42 a.a.O.

43 Gesamtkonzept Lindenpark 2008, Förderung von Jugendkulturen, 2008, S. 9

44 a.a.O., Interkulturelle Arbeit, S. 10

Prävention, Integration und Prozessorientierung“<sup>45</sup>. Zielgruppen sind hier Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 6 bis 18 Jahren.<sup>46</sup>

### **Weitere mögliche Angebote**

Im Rahmen der Neuorientierung könne sich der Lindencpark laut Gesamtkonzept von 2008 als „Zentrum für Nachwuchsbands und Musikgruppen“ etablieren, da er auf diesem Gebiet einen Namen und Kompetenzen durch langjährige Erfahrungen hat, die man weiterführen könnte. Die Nachwuchsarbeit könne das eigene Profil bilden.<sup>47</sup> Das verstärkte Engagement im Bereich der Familienarbeit habe dem Lindencpark ein ganz neues Image gegeben und soll ausgebaut werden.

Des Weiteren werden im Konzept des Lindencparks mögliche Arbeitsschwerpunkte definiert, die wiederum auf programmatische Zielsetzungen schließen lassen. Es wird die Beteiligung und Initiierung von überregional und landesweit bedeutenden Kulturveranstaltungen, unter Einbeziehung der Menschen aus dem Umfeld der Standorte, der Region, lokal und überregional agierender Initiativen und Gruppen, anvisiert.<sup>48</sup>

Aktive mit eigenen Ideen könnten bei der Umsetzung von Kultur- und Bildungsprojekten unterstützt werden. Im Konzept wird formuliert eine „Entwicklung von Angeboten und Veranstaltungen die stark angebunden sind an Workshops, um Schwellen abzubauen und den Zugang für die Menschen zu Kunst und Kultur attraktiver und einfacher zu gestalten (...)“ aufbauen zu wollen.<sup>49</sup> Nicht zuletzt gehe es dabei immer um die Schaffung von Räumen zur Selbstentfaltung.

## **2. 4 Musik**

### **2.4.1 Erkenntnisse Konzerte und Festivals**

Neben der Jugend- und Familienarbeit ist der Bereich Musik von zentraler Bedeutung, sowohl in der Vergangenheit des Hauses als auch im neuen Konzept der Stiftung SPI. Im Bereich der rezeptiven Angebote sind Konzerte unterschiedlicher Musikrichtungen wie Rock, Indie, Ska, Punk, Metal, Alternative und Pop zu finden. Den BesucherInnen wird somit eine breite Palette unterschiedlicher Musikstile geboten. Weiterhin gibt es punktuell auch Konzerte, die sich hauptsächlich an

---

45 a.a.O., Jugendhilfe, S. 11

46 a.a.O., S. 11 f.

47 a.a.O., Der Lindencpark, S. 14

48 a.a.O., S. 15

49 a.a.O.,



Erwachsene richten, wie z.B. das Open-Air Konzert von Silly Anfang Juni 2011, das mit 3500 Besuchern sehr großen Zuspruch erfuhr.

Ein weiteres Open-Air Konzert, das während des Untersuchungszeitraumes stattfand, war Pasión de Buena Vista. Hier spielte eine zehn-köpfige kubanische Live-Band. Hinzu kamen 6 kubanische Tänzerinnen und Tänzer und zwei Buena Vista Sänger aus Kuba.<sup>50</sup> Somit wurde den BesucherInnen an diesem Abend ein Einblick in lateinamerikanische Musik und Kultur auf einem hohen Niveau geboten. Auch wenn dieses Konzert sich eher an Erwachsene richtete, waren auch Kinder herzlich willkommen, da diese bis zu einem Alter von 12 Jahren in Begleitung eines Erziehungsberechtigten keinen Eintritt zahlen mussten. Mit knapp 600 BesucherInnen wurde auch dieses Event gut angenommen und bot die Gelegenheit, Musik und Tanzstil einer anderen Kultur auf unterhaltsame Weise kennenzulernen.

Im Bereich Musik werden auch Szenegruppen durch spezielle Festivals, wie zum Beispiel „Psychomania Rumble No. 5/6.“ angesprochen. Nach Angaben des Lindenparks hat sich das Psychomania Festival zu einem der beliebtesten Psychobilly Events in Europa gemauert. Gäste und Bands aus der ganzen Welt wurden zu Pfingsten 2011 wieder im Lindenpark erwartet. An zwei Tagen spielten insgesamt 16 internationale Bands aus der Psycho- und Rockabilly-Szene.<sup>51</sup> Mit knapp 1600 Besuchern an den zwei Tagen war das Festival sehr gut besucht. Mit diesem speziellen Event kommt der Lindenpark seinem im Konzept formulierten Anspruch nach, Veranstaltungen weiterzuführen, die sich traditionell etabliert haben und immer gut angenommen wurden. Ebenso erweist sich der Lindenpark hier als Ort, in dem auch Szenegruppen willkommen sind.

### **Besuchte Veranstaltung**

Am 17.06.2011 wurde die Veranstaltung „Dusk plays Radiohead“ besucht. Dieses Konzert war das letzte in einer Folge von sechs Auftritten des kanadischen Sängers Andre Dusk, die monatlich seit Januar im Lindenpark stattgefunden und jedes Mal einen anderen Künstler im Fokus hatten. Begleitet wurde der Sänger diesmal von zusätzlichen Musikern, die noch etwas jünger waren und teilweise aus Potsdam kamen. Das Konzert begann um 21.00 Uhr und war mit drei Euro Eintritt an der Abendkasse ein günstiges und niedrigschwelliges Angebot. Das Einlasspersonal war sehr freundlich und auskunftsbereit. Leider waren an diesem Abend nur 25 Besucher anwesend. Nach Aussagen des Personals waren bei vergangenen

---

<sup>50</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_06/pasion-de-buena](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_06/pasion-de-buena)

<sup>51</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_06/psychomania-rumble-no.-5](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_06/psychomania-rumble-no.-5)

Auftritten, wie „Dusk plays Nirvana“ auch schon über 100 Besucher anwesend gewesen, es läge wahrscheinlich daran, dass Radiohead nicht ganz so beliebt oder bekannt sei, wie andere Acts, die im Rahmen dieser monatlichen Reihe interpretiert wurden.

Trotz der geringen Besucherzahl war die Stimmung beim Publikum gut und dem Künstler wurde begeistert applaudiert. Auch die Raumsituation im Saal wurde vom Lindenpark gut gelöst. Vor der Bühne waren Sessel und kleine Tische aufgebaut, ebenso eine Couch an der Seite und ein paar hohe Tische mit Barhockern. Dadurch wirkte der Raum nicht leer und die BesucherInnen konnten einen bequemen Platz einnehmen und entspannt der Musik zuhören. Die BesucherInnen setzten sich hauptsächlich aus jungen Erwachsenen zusammen, die rein äußerlich nicht einem bestimmten Szenepublikum angehörten. Auch mittlere Erwachsene waren anwesend, die nach eigenen Aussagen, die Möglichkeit, in Babelsberg gute Live-Musik zu genießen, gern wahrnahmen.

## **Einschätzung**

Der Lindenpark bietet ein anspruchsvolles und abwechslungsreiches Konzertangebot. Verschiedene Musikstile, Geschmäcker, teilweise Szenepublika sowie im Alter unterschiedliche Zielgruppen werden bedient. Ebenso variieren die Formate der Konzerte, von kleinen Auftritten im Salon, über Konzerte im Saal, bis hin zu großen Open-Air Events in den Sommermonaten. Weiterhin finden Auftritte von noch nicht so bekannten Musikern und Newcomern statt, die so die Möglichkeit bekommen ihre Bekanntheit zu steigern. Bei vielen Konzerten im Saal könnten noch höhere Besucherzahlen erzielt werden, da die Auslastung teilweise noch großen Spielraum nach oben zulässt.

### **2.4.2 Erkenntnisse Nachwuchsförderung**

Der Lindenpark will sich auf die Förderung junger NachwuchskünstlerInnen, besonders im Bereich Musik konzentrieren. Für diesen Zweck sollte ein, im Konzept beschriebener Förderverein gegründet werden. Dieser Verein ist inzwischen gegründet worden und nennt sich "Mach Musik e.V." Zwischen diesem Verein, dem Lindenpark und dem jwd gibt es eine partnerschaftliche Kooperation unter der Initiative „Mach Musik im Lindenpark“.<sup>52</sup> In diesem Rahmen werden Kurse, Workshops und Workcamps im Bereich musikalischer Nachwuchsförderung angeboten. Der Verein Mach Musik e.V. stellt den interessierten Jugendlichen

---

<sup>52</sup> <http://www.lindenpark.de/Angebote/mach-musik-e.v>

Proberäume mit Instrumenten zur Verfügung. Darüber hinaus stehen die MitarbeiterInnen den jungen MusikerInnen beratend zur Seite. Zusätzlich werden Angebote im Bereich Musik für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche sowie Projekte mit Schulverweigern durchgeführt.

Der Lindenpark bietet jungen Talenten auch die Möglichkeit, ihr Können einem Publikum zu präsentieren. So fanden während des Untersuchungszeitraumes der „Music Supercup“ und die Reihe „Nur die Harten komm´ in Park“ statt, beides Veranstaltungen, die auf Initiative von Jugendlichen entstanden sind. Der „Music Supercup“ war ein Nachwuchscontest anlässlich des Tages der Musik.<sup>53</sup> Hier konnten die BesucherInnen für zwei Euro Eintritt acht junge Bands ansehen, die von einer Jury bewertet wurden. Voraussetzung für eine Teilnahme war, dass man zwischen 10 und 27 Jahre alt, als Nachwuchsband oder -künstler klar erkennbar war und nur eigene Songs performen sollte. Die Musikrichtung spielte dabei keine Rolle. Für die Teilnahme an dem Wettbewerb konnte sich jeder unkompliziert über eine ausgeschriebene E-Mail Adresse bewerben. Der „Music Supercup“ stellt mit seinem Profil ein weiteres Format innerhalb der Musikförderung dar.

### **Besuchte Veranstaltung**

Die Veranstaltung „Nur die Harten komm´ in Park 2“ fand am 27.05.2011 im Saal des Lindenparks statt. Hier hatten fünf junge Bands die Gelegenheit, das Publikum von ihren musikalischen Fähigkeiten zu überzeugen. Für die Veranstaltung, die um 20.00 Uhr begann, bezahlte man 5 bzw. ermäßigt 3 Euro Eintritt. Am Einlass wurde eine Taschenkontrolle durchgeführt. Die geschätzten 150 BesucherInnen setzten sich hauptsächlich aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen zusammen, aber es waren auch wenige Kinder und mittlere Erwachsene anwesend. Die Räumlichkeiten waren zu ungefähr 30 bis 40 % ausgelastet. Die Atmosphäre war sehr angenehm und locker, die BesucherInnen waren kommunikativ und saßen oder standen im Saal, tanzten teilweise zur Musik oder saßen draußen vor dem Eingang des Lindenparks und unterhielten sich. Die Preise für Gastronomie waren eher im mittleren Bereich angesiedelt. Für eine Cola zahlten die BesucherInnen z.B. 2 Euro, für ein Bier 2,50 Euro, ein Glas Wein kostete 3 Euro und Cocktails im Durchschnitt 5 Euro. Räumliche Barrieren waren nicht vorhanden, ein Rollstuhlfahrer gehörte auch zu den Gästen. Das Personal war durchweg höflich und auskunftsbereit.

### **Einschätzung**

---

<sup>53</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_06/music-supercup](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_06/music-supercup)

Die Nachwuchsarbeit in der Sparte Musik betreibt der Lindenpark wie im Konzept beschrieben auf vielfältige Weise. SchülerInnen- oder Nachwuchsbands werden gefördert durch Auftrittsmöglichkeiten oder Musikwettbewerbe. Darüber hinaus bietet der Jugendklub j.w.d. am Lindenpark und der Mach Musik e.V. Proberäume und Instrumente an und berät bei Fragen und Problemen. AnfängerInnen und Interessierten wird in Kursen und Workshops der Zugang zur kreativen Tätigkeit im Bereich Musik erleichtert. Durch die Arbeit mit sozial benachteiligten Kindern oder Jugendlichen werden an dieser Stelle Sozial- und Kulturarbeit sowie kulturelle Bildung sinnvoll miteinander verknüpft.

### **2.4.3 Erkenntnisse Partys**

Der Bereich Party ist im Lindenpark ebenfalls vertreten, nimmt aber von der Anzahl der Veranstaltungen einen eher geringeren Stellenwert ein. Neben den bei Konzerten gängigeren Musikstilen wie Rock, Indie oder Alternative, bietet das Party-Programm den jungen PotsdamerInnen auch House, Funk, Elektro und Party-Klassiker. Neben der Saisoneneröffnungsparty des SV Babelsberg 03 gab es im Untersuchungszeitraum noch die Elektro-Party „TANZZRAUSCH pres. CLUBNACHT“, die mit knapp 600 BesucherInnen gut frequentiert war. Ein in der Szene bekannter DJ legte auf, wodurch der Eintrittspreis von 10 Euro gerechtfertigt war.

Eine bekannte und beliebte Veranstaltung ist auch die Semestereröffnungsparty, die Ende Oktober 2011, bereits zum achten Mal im Lindenpark stattfinden wird. Die Party wird vom Pub á la Pub veranstaltet und ist darüber hinaus eine Kooperation mit dem Lindenpark, dem StudentInnenkeller Nil sowie dem Asta der Universität Potsdam.<sup>54</sup> Auflegen werden DJs, die sonst auch im Pub oder im Nil zu Gast sind. Der Eintritt von 3 Euro für StudentInnen und die verschiedenen Musikstile, die die DJs abdecken, bieten vor allem StudentInnen ein niedrigschwelliges Angebot und für Neulinge eine gute Möglichkeit, den Lindenpark kennen zu lernen.

### **Einschätzung**

Das Partyprogramm spielt im Konzept des Lindenpark keine entscheidende Rolle und ist dementsprechend auch im Veranstaltungsangebot nicht übermäßig vertreten. Dennoch erweitern die Partys das Spektrum der angebotenen Musikstile und erreichen so auch andere Zielgruppen, wodurch eine größere Vielfalt im Bereich Musik ermöglicht wird. Die Preise für Partys liegen im durchschnittlichen Bereich, wobei die Studentenpartys weitaus günstiger sind. Somit ist das Party-Programm

---

<sup>54</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_10/copy\\_of\\_semestereroeffnungsparty](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_10/copy_of_semestereroeffnungsparty)

eine gute Ergänzung neben den Jugendkultur- und Familienangeboten, das gezielt junge Erwachsene und vor allem StudentInnen anspricht.

## 2.5 Erkenntnisse Theater und Kunst

Der Bereich Theater und Kunst macht nur einen sehr kleinen Bereich im Programm des Lindenpark aus und wird auch im Konzept nicht explizit erwähnt. Zu diesem Bereich können Lesungen, Filmvorführungen, Kabarett und Comedy sowie Theateraufführungen gezählt werden, die punktuell im Verlauf des Jahres im Programm auftauchen. Ein Beispiel ist der Auftritt von Ausbilder Schmidt, einem bekannten deutschen Comedian, der Ende Oktober 2011 stattfinden wird.<sup>55</sup>

Am 21.10.2011 wird im Lindenpark eine Filmvorführung zum Thema FreiTag! stattfinden, wo Potsdamer Schülerinnen und Schüler in Arbeitsgemeinschaften, im Unterricht oder in Projektwochen an Filmen zum Thema FreiTag! gearbeitet haben. Das Projekt Freitagsfilme wurde anlässlich des Themenjahres »Potsdam 2011 – Stadt des Films« ins Leben gerufen und wurde in Kooperation mit vielen Partnern, wie der Medienwerkstatt Potsdam, dem Filmpark Babelsberg oder dem fjs e.V. (Förderverein für Jugend und Soziales eV) realisiert.<sup>56</sup>

Eine Theatervorstellung, die mehrmals im Jahr 2011 gezeigt wurde, war ein Stück des Theater Havarie, das den Titel „Darüber spricht man nicht“ trug. Hierbei ging es um einen *„spielerischen und emotionalen Einstieg in die Sexualerziehung für Kinder ab sechs Jahre, für Eltern und alle, die einen lustvollen Umgang mit Fragen zu Liebe und Sexualität erleben möchten.“*<sup>57</sup> Der Theater Havarie e.V. in Potsdam, welcher im Lindenpark einen regelmäßigen Spielort gefunden hat, besteht seit 1992 und setzt sich vor allem mit Lebens- und Alltagsproblemen von Kindern und Jugendlichen auseinander.<sup>58</sup>

Der Theater- und Kunstbereich im Lindenpark ergänzt das Programm sowohl durch Unterhaltungsangebote wie Comedy als auch mit Veranstaltungsangeboten in den Bereichen Film und Theater und versucht so, kulturelle Bildung für eine junge Zielgruppe zu ermöglichen.

## 2.6 Erkenntnisse Skater- und Graffiti-Szene

---

55 [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_10/ausbilder-schmidt](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_10/ausbilder-schmidt)

56 [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_10/tag-der-soziokultur-2013-freitag-vernetzt](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_10/tag-der-soziokultur-2013-freitag-vernetzt)

57 [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_01/theater-havarie/faz-theater-havarie-1](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_01/theater-havarie/faz-theater-havarie-1)

58 <http://www.theaterhavarie.de/>

Eine besondere Zielgruppe, die der Lindenpark laut Konzept ansprechen möchte ist die Skaterszene. Die Verantwortung dieses Bereiches liegt hauptsächlich beim Jugendhaus jwd, dessen aktive Jugendlichen die Skater-Rampe selbst erbaut haben.

Neben dem Spielplatz ist die Skaterrampe täglich von 10.00 bis 20.00 Uhr kostenfrei für interessierte Neulinge und Profis zugänglich. SkaterInnen und BMX-FahrerInnen erhielten die Chance, ihr Können bei Veranstaltungen wie dem „Simple Jam BMX“, einem Wettbewerb für BMX-RadfahrerInnen, der am 28.05.2011 stattfand, unter Beweis zu stellen.

Auch für SprayerInnen und Graffiti-KünstlerInnen bietet der Lindenpark eine legale Möglichkeit sich kreativ zu entfalten und künstlerisch auszuprobieren. Auf dem Gelände stehen drei Flächen zur Verfügung die besprüht werden können. Zu beachten ist dabei lediglich, dass bei Open-Air- und Kinderveranstaltungen nicht gemalt werden darf und frische Bilder mindestens ein bis zwei Wochen dran bleiben müssen.<sup>59</sup>

### **Besuchte Veranstaltung**

Es gibt spezielle Veranstaltungen, die vor allem SkaterInnen ansprechen, aber auch interessierte ZuschauerInnen willkommen heißen, wie z.B. der Wettbewerb „Summer Slam“ am 25.06.2011, bei dem jeder Skater, ob Profi oder AnfängerIn sein Können einem Publikum und einer fachkundigen Jury präsentieren konnte.<sup>60</sup> Eine Anmeldung zur Teilnahme war auch noch spontan am selben Tag möglich. Für BesucherInnen war der Eintritt frei, die Teilnahmegebühr betrug 3 Euro, wodurch die Hemmschwelle sehr niedrig war. Die Veranstaltung begann um 14.00 Uhr und fand rund um die Skaterrampe statt. Für die BesucherInnen gab es am Rande der Rampe Sitzgelegenheiten sowie ein günstiges Angebot an Getränken und Essen vom Grill. Die circa 150 BesucherInnen und TeilnehmerInnen saßen in entspannter Atmosphäre beieinander und applaudierten den Vorführungen der SkaterInnen. Die Stimmung war gut und auch wenn ein Kunststück misslang wurde der/die SkaterIn aufmunternd beklatscht. Das Publikum setzte sich aus einer Mischung aus Jugendlichen, jungen und mittleren Erwachsenen zusammen.

### **Einschätzung**

---

<sup>59</sup> <http://www.lindenpark.de/lindenpark-1/open-air>

<sup>60</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_06/kiz-summer-slam](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_06/kiz-summer-slam)

Der Skater-, Biker- und Graffitiszene bietet der Lindenpark eine in Potsdam nicht vergleichbare Möglichkeit sich zu entfalten. Die tägliche und kostenfreie Nutzungsmöglichkeit des Skateparks wird nicht nur bei Veranstaltungen wahrgenommen. Bei Besuchen des Lindenpark-Geländes konnte beobachtet werden, dass die Skaterrampe unter der Woche als auch am Wochenende stark frequentiert war. SkaterInnen, als auch BikerInnen können sich hier ausprobieren und miteinander in Kontakt kommen. Positiv wurde dabei auch wahrgenommen, dass ältere Skater, die schon sehr professionell sind, den kleinen und jüngeren Anfängern bei ihren Versuchen helfen, ihnen die Tricks zeigen und aufeinander Acht geben.

Der Skatepark wurde damals von Jugendlichen mit Unterstützung des jwd errichtet. Bis heute gibt es nach Aussagen des Lindenparks eine mehr oder weniger feste Gruppe, die sich um die Instandsetzung der Rampen kümmert. Im Moment wird draußen auf dem Gelände eine zusätzliche, überdachte Skaterrampe von den Aktiven mit aufgebaut. Im Jahresprogramm sind Workshops im Bereich Skaten und Graffiti zu finden, wodurch interessierte Anfänger professionelle Unterstützung erhalten. Die Angebote für die Skater- und Graffitiszene haben somit rezeptive, kreative als auch partizipatorische Elemente. Der Lindenpark erfüllt damit seine im Konzept formulierten Ziele zu diesem Bereich. Lediglich der, ebenfalls im Konzept erwähnte, Bereich Break- und Streetdance ist im Programm noch nicht präsent und könnte das Angebot für diese Szenekultur noch sinnvoll ergänzen.

## **2.7 Familien**

Als eine Hauptzielgruppe des Lindenpark werden im Konzept Familien genannt. Ziel ist es, sich als Anlaufpunkt für Eltern und Kinder zu etablieren und ihnen entsprechende Angebote zu unterbreiten.

### **2.7.1 Erkenntnisse**

Unter dem Motto FamilienZeit (FaZ) oder ElternZeit (ErZ) finden Veranstaltungen, wie der Familiensonntag statt. Dieser bietet Familien und Kindern jeden Sonntag von 15.00 bis 18.00 Uhr die kostenfreie Möglichkeit, sich bei schönem Wetter draußen auf dem Spielplatz oder im Salon des Lindenpark zu treffen. Dabei ist das Familiencafé mit Kuchen und Getränken geöffnet, außerdem können verschiedene Spielsachen und -geräte sowie Bastelmaterialien für die Kinder von den Familien genutzt werden.<sup>61</sup> Punktuell wird das Angebot am Familiensonntag ergänzt, wie z.B.

---

61 <http://www.lindenpark.de/Angebote/FamilienZeit>

am 15.05.2011, wo das Figurentheater Blauer Mond ein Stück für Kinder von vier bis zehn Jahren aufführte und es einen Flohmarkt für die ganze Familie, sowie Bastelmöglichkeiten gab.<sup>62</sup> Der Eintrittspreis war mit 3 Euro gering.

Ebenfalls fand während des Untersuchungszeitraumes das Treffen in der so genannten „BabyJurte“ statt. Hier können sich jeden Mittwoch von 10.00 bis 11.00 Uhr Mütter mit ihren Babys zum gemeinsamen Spielen und Erfahrungsaustausch treffen.<sup>63</sup> Ein Angebot für Mütter und die ganz Kleinen. Neben den regelmäßigen Angeboten im Bereich Familie gibt es im Verlauf des Jahres auch Familien- und Nachbarschaftsfeste. Zu speziellen Terminen, wie z.B. Halloween wird in diesem Jahr eine Gruselparty für die ganze Familie veranstaltet.

Ein neues Angebot im Familienbereich stellt „Rundum Eltern“ dar. Hier können Eltern, mit oder ohne Kinder, jeden Donnerstag von 10.00 bis 11.00 Uhr sowie 17.00 bis 18.00 Uhr ein Beratungsangebot wahrnehmen, das sich mit den Fragen, Problemen und Herausforderungen rundum das Elternsein beschäftigt.<sup>64</sup>

## **Einschätzung**

Neue Angebote für die Zielgruppe Familien konnten, wie im Konzept geplant entwickelt werden. Neben Jugendkultur entwickelt sich der Lindenpark weiter in die Richtung ein zentraler Anlaufpunkt für Familien zu sein. Nach eigenen Aussagen des Lindenparks werden Familien im Stadtteil Babelsberg gut erreicht. Weiterhin sei man aber auch bestrebt, Familien aus sozial schwächeren Stadtteilen, wie Schlaatz oder Drewitz zu erreichen.

Der Spielplatz auf dem Gelände des Lindenpark ist gut frequentiert, was eigene Beobachtungen der Projektgruppe, als auch die Besucherzahlen des Lindenpark belegen. Während des Untersuchungszeitraumes konnten jeden Sonntag laut Lindenpark 50 bis 100 Besucher auf dem „Treffpunkt Spielplatz“ gezählt werden. Darüber hinaus wird der Spielplatz auch an den restlichen Wochentagen genutzt. Die Kinder haben hier die Möglichkeit zu spielen, sich auszutoben und Spielgeräte zu benutzen. Die regelmäßigen Ergänzungen im allgemeinen Programm des Familiensonntags, wie Musik- und Theateraufführungen, Flohmarkt und Basteleien bieten Räume für kreative Eigentätigkeit und kulturelle Bildung. Die „BabyJurte“ schafft für neu gewordene Mütter Möglichkeiten des gegenseitigen Kennenlernens

---

62 [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_05/theater-im-park-flohmarkt-basteleien](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_05/theater-im-park-flohmarkt-basteleien)

63 <http://www.lindenpark.de/Angebote/elternzeit-erz>

64 a.a.O.



und des Erfahrungsaustausches. Dieses Angebot, welches in einer kleinen Gruppe stattfinden soll, nutzten laut Besucherzahlen im Untersuchungszeitraum sechs Mütter.

Die Familienarbeit wird im sozialen Bereich durch das Beratungsangebot „Rundum Eltern“ ergänzt. Hier haben Eltern die Möglichkeit, mit ihren Sorgen oder Problemen zu einem festen Ansprechpartner zu kommen, der sie unterstützen und begleiten kann. Ein weiterer Bereich, der vor allem Kinder anspricht, aber auch die Eltern mit einbinden kann, sind die Workshops und Kurse, die im nächsten Punkt separat aufgeführt sind.

## **2.8 Erkenntnisse Workshops und Kurse**

Im Lindenpark haben Kinder und Jugendliche die Möglichkeit verschiedene Kurs- und Workshopangebote wahrzunehmen. Dazu zählen einmal die schon erwähnten Angebote im Bereich Musik und die der Jugendklubs jwd sowie Klub Innenstadt. In diesem Punkt geht es um die Angebote, die unter dem Motto FerienZeit (FeZ) aufgeführt sind. Hier fand z.B. vom 01.08 bis 05.08.2011 das „FeZ Sommercamp 2011: „SommerZirkus“ statt. 120 TeilnehmerInnen im Alter von 6 bis 14 Jahren konnten fünf Tage lang spielen, Spaß haben und sich in Aktionen wie Maskenbau, Bewegung, Musik oder Clownerie ausprobieren.<sup>65</sup> Als Veranstalter trat das Bündnis für Familie Babelsberg auf, dem der Lindenpark auch angehört.

Während des Untersuchungszeitraumes fand u.a. der Workshop „FeZ (Flitze)bogen“ statt, bei dem Kinder im Alter von 6 bis 12 Jahren über zwei Tage lernen konnten, ihren eigenen Bogen traditionell aus Holz zu bauen und eine kleine Einweisung im Umgang damit erhielten. Ein Theaterworkshop über vier Tage, der im selben Zeitraum stattfand, war „FeZ Phantasiereisen“, in dem Kinder ihrer Phantasie im wahrsten Sinne des Wortes freien Lauf ließen, sich verkleideten und in verschiedene Rollen schlüpfen konnten. In Schauspielübungen und Improvisationen konnten die Kinder eigene Szenen unter Anleitung einer Schauspielpädagogin entwickeln.

### **Besuchte Veranstaltung**

Am 27.07.2011 wurde der zuletzt genannte Workshop „FeZ Phantasiereisen“ besucht. Bei schönem, sonnigen Wetter fand die Veranstaltung draußen, auf der Wiese und vor dem Gebäude des Lindenparks statt. Die rund dreißig anwesenden Kinder hatten einen großen Fundus an Verkleidungen und verschiedenes

---

<sup>65</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_07-1/fez-sommercamp-2011-201esommerzirkus201c](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_07-1/fez-sommercamp-2011-201esommerzirkus201c)

Bastelmaterial zur Verfügung. Die Schauspielpädagogin leitete die Kinder in verschiedenen Übungen an und konnte sie auch ermutigen, einige vorher geübte Szenen vor der ganzen Gruppe vorzuführen. Neben der Workshopleiterin waren auch zwei oder drei Elternteile anwesend. Ebenso waren eine Mitarbeiterin des Lindenparks und eine Praktikantin vor Ort, die sich sofort um die sonstigen Bedürfnisse der Kinder kümmerten, wenn z.B. jemand Durst hatte, nicht wusste wo die zuletzt gebastelte Karte abgeblieben war oder den Weg zur Toilette wissen wollte. Die Atmosphäre war als sehr gut zu bezeichnen, da die Kinder gut mitmachten, Spaß hatten und alle Anwesenden motiviert und mit guter Laune bei der Sache waren.

### **Einschätzung**

Nach eigenen Beobachtungen und den Aussagen der Lindenpark-Mitarbeiter werden die Workshops und Kurse für Kinder sehr gut angenommen. Dies zeigen die Teilnehmerzahlen, die die ursprünglich geplanten Kapazitäten übertrafen. Sollten beispielsweise bei „FeZ Phantasiereisen“ ca. zwanzig Teilnehmer pro Tag dabei sein, waren es aufgrund der großen Nachfrage knapp über dreißig Teilnehmer. Die Angebote in diesem Bereich tragen zur kulturellen Bildung bei, fördern die kreative Eigenständigkeit der Kinder und lassen sie eigene Fähigkeiten entdecken und erproben. Neue Angebote für Kinder wie die Zirkuswoche konnten, wie im Konzept benannt, geschaffen werden. Die im Konzept erwähnten Veranstaltungen im Rahmen des Bündnisses für Familie sind ebenso vertreten. Die Zielgruppe Kinder wird demzufolge nicht nur durch den Spielplatz gut erreicht, auch die Workshops und Kurse finden breiten Zuspruch.

## **2.9 Erkenntnisse Jugend- und Sozialarbeit**

### **j.w.d.**

Zu den drei dezentralen Einrichtungen gehören die beiden Jugendklubs j.w.d. und Klub Innenstadt. Der j.w.d. befindet sich auf dem Gelände des Lindenparks und kümmert sich um die Betreuung des Skateparks, sowie um die damit zusammenhängenden Veranstaltungen und Kurse. Der Klub bietet Jugendlichen einen Anlauf- und Treffpunkt, der täglich, außer montags von 14.00 bis 21.00 Uhr bzw. sonntags bis 19.00 Uhr geöffnet ist. Im Bereich musikalischer Nachwuchsförderung bietet der j.w.d. Proberäume an. Sechs Nachwuchsbands proben zurzeit an verschiedenen Terminen, verteilt über die ganze Woche.<sup>66</sup> Samstagstermine sind gerade frei geworden und es ist möglich, sich über die ausgeschriebene E-Mail Adresse für diesen Platz zu bewerben.

---

<sup>66</sup> <http://www.lindenpark.de/Angebote/j.w.d>

Zum grundständigen Angebot des j.w.d. zählt die Möglichkeit, sich sportlich zu betätigen, wie Kickern, Tischtennis, Basketball oder Frisbee. Ebenso werden Gesellschaftsspiele und eine Fahrradwerkstatt angeboten.<sup>67</sup> Darüber hinaus finden mehrmals pro Woche regelmäßige Aktionen, wie gemeinsames Kochen, Schlagzeug- und Graffitiworkshops oder gemeinsame Spieleabende statt. Ebenso können die Jugendlichen bei Problemen und Fragen das freitägliche Beratungsangebot „Das offene Ohr“ nutzen.

### **Klub Innenstadt**

Für dieses Jugendhaus sollte laut Konzept ein neuer Ort gefunden werden. Das neue Klubhaus des Klub Innenstadt befindet sich nun im Haus 4 auf dem freiLand-Gelände in der Friedrich-Engels-Straße 22. Wie der j.w.d. bietet der Klub Innenstadt Jugendlichen einen Treffpunkt und grundständige Angebote, wie Kickern, Tischtennis, Wii, Gesellschaftsspiele, Workshops für Graffiti, Skaten und Musik, einen Elektroproberaum, Hausaufgabenhilfe sowie die Beratung und Hilfe bei Problemen in Familie, Schule oder Beruf.<sup>68</sup> Von Dienstag bis Samstag ist das Jugendhaus von 14.00 bis 20.00 geöffnet. Regelmäßig finden außerdem kostenlose Kochtage, Tischtennisspiele und kleine Clubkonzerte statt. Zurzeit findet immer freitags ein kostenloser Kurs für die Handhabung von Turntables<sup>69</sup> statt.

### **Einschätzung**

Die beiden Jugendklubs bieten den jungen BesucherInnen zunächst einmal sechs Tage die Woche einen festen Treffpunkt sowie einen Raum, indem sie ihre eigenen Interessen verfolgen können. Die grundständigen Angebote sowie Koch- und Spieltage fördern gemeinsame Aktivitäten. Das Beratungsangebot in beiden Häusern gibt den Jugendlichen die Option, sich bei Problemen und Hilfsbedürftigkeit an einen Erwachsenen jenseits des Elternhauses zu wenden. Durch die angebotenen Kurse mit Schlagzeug oder Turntables, die kostenlos sind und keine vorherige Anmeldung benötigen, entsteht ein sehr niedrigschwelliges Angebot. Die Angebote stellen insgesamt eine gute Mischung dar und unterstreichen die im Konzept benannte Kultur des „Mitmachens und der Kreativität“.

## **2.10 Projektarbeit**

---

<sup>67</sup> a.a.O.

<sup>68</sup> <http://www.lindenpark.de/Angebote/Klub%20Innenstadt>

<sup>69</sup> elektrisches Gerät zum Abspielen von analogen Schallplatten

Ein wichtiger Schwerpunkt in der Arbeit des Lindenparks sowie eine wesentliche Methode ist die Projektarbeit von und mit Jugendlichen.<sup>70</sup> Der Lindenpark übergab der Untersuchungsgruppe eine Liste mit Projekten für das Jahr 2011. Hier finden sich ca. zwanzig Projekte, die sich den einzelnen Bereichen wie Jugend-, Familien- und Bildungsarbeit zuordnen lassen. Beispiele dafür sind u.a. der Neubau bzw. die Reparaturen auf dem Spielplatz, dem Skatepark und der Kletterwand. Der Lindenpark brachte sich auch anlässlich von „2011 Potsdam Stadt des Films“ ein. Hier gab es Projekte wie das innovative Filmcaching<sup>71</sup> oder das „Mach Filmmusikcamp“. 50 Kinder und Jugendliche aus ganz Brandenburg hatten dabei die Möglichkeit im Rahmen eines außerschulischen Bildungsprojektes vieles die Welt der Filmmusik zu erfahren und die Möglichkeit, über fünf Tage, sechs Kurzfilme musikalisch zu vertonen.<sup>72</sup>

Hinzu kommen ca. zehn Projekte, im Rahmen des Großprojektes Think Big gefördert werden. Think Big ist eine Initiative von Telefónica Europe mit seiner Marke „02“ und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung. Ziel ist es, das Engagement von Jugendlichen in Deutschland und Europa zu fördern. Unter dem Motto „Unser Kiez, unsere Idee“ sind Jugendliche zwischen 14 und 25 Jahren aufgerufen sich mit ihren Ideen auf der Think Big-Homepage zu bewerben und für ihr Projekt eine Förderung von zu erhalten.<sup>73</sup> Die Mitarbeiter des Lindenparks helfen den Jugendlichen bei Fragen und unterstützen sie bei der Bewerbung. Zu den durch Think Big geförderten Projekten zählen u.a. der Music Supercup, Graffiti Sessions oder die Beteiligung am hip hop'n youth culture auf dem freiLand-Gelände.

Im Oktober 2011 soll voraussichtlich ein offenes Projektbüro im Lindenpark eröffnet werden, das mit einer Bürgerarbeitsstelle besetzt werden soll. Dieses soll die offizielle Anlaufstelle für alle Personen werden, die sich mit Projekten oder Veranstaltungen im Lindenpark bewerben wollen.<sup>74</sup> Der Lindenpark fungiert dabei als Berater und gibt Hilfestellung in Sachen Realisierbarkeit, Finanzierung, Organisation und Durchführung. Der Lindenpark setzt also im Bereich der Jugend- und Sozialarbeit verstärkt auf Projektarbeit, Partizipation und Bürgerengagement

---

70 Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 1

71 „Beim Geocaching geht man auf die Suche nach kleinen versteckten Souvenirs den "Caches". Diese werden an öffentlichen Orten versteckt, an markanten Punkten z.B. im Wald oder in einem Park. Jedes Versteck kann mit Hilfe von Geodaten, den GPS-Koordinaten geortet werden. Wer sich gut orientieren kann und auch mal von links nach rechts, nach oben und unten guckt, löst die Teilaufgaben eines Rätsels schnell und kann mit Hilfe eines GPS Gerätes oder eines Handys mit GPS, erratene Koordinaten in das System eingeben und sich so dem anvisierten Schatz nähern. Wird ein Schatz gefunden, trägt sich jeder Entdecker in ein Logbuch ein, das dem „Schatz“ beiliegt und hinterlässt anderen Suchenden eine Nachricht.“ (Quelle:

<http://www.lindenpark.de/Angebote/filmjahr/filmcaching>)

72 <http://www.lindenpark.de/Angebote/filmjahr/mach-filmmusikcamp>

73 <http://www.lindenpark.de/Angebote/think-big>

74 Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 2

und orientiert sich somit an den, im Konzept formulierten Ansätzen. Die vielfältigen Projekte mit Jugendlichen zeigen das Bestreben des Lindenparks, ein Ort kultureller Bildung zu sein und die kreative Eigentätigkeit zu fördern.

## **2.11 Kooperationen und Netzwerkarbeit**

Im Konzept des Lindenparks werden Kooperationen und die Arbeit mit Partnern aus dem lokalen und regionalen Umfeld als wesentlich für die Umsetzung der formulierten Ziele benannt. Dies betrifft vor allem die Bereiche Jugend- und Bildungsarbeit. Bei vielen Veranstaltungen des Lindenparks sind auf den Kommunikationsmitteln zahlreiche Kooperationspartner ersichtlich. Der Lindenpark händigte zusätzlich eine Liste mit den bisherigen Partnern aus. Hier finden sich Partner aus dem Bereich Booking und Veranstaltungen, einige Firmen und andere Institutionen wie WASCHHAUS oder Archiv e.V. sowie Medienpartner wie PNN, RBB, Radio Eins oder Motor FM. Den größten Teil machen Kooperationen mit Bildungs-, Jugend- und Kultureinrichtungen aus. Über siebzig Partner in diesem Bereich sind ein Indiz dafür, dass der Lindenpark, wie im Konzept mehrfach betont, die Allianz mit solchen Einrichtungen sucht, um seine Ziele im Bereich Jugend-, Bildungs- und Familienarbeit zu verwirklichen. Kooperationen werden vom Lindenpark in vielfältiger Weise eingegangen und erfüllen so die grundlegenden Ansprüche aus der Konzeption des Hauses.

An dieser Stelle sollte noch erwähnt werden, dass ungefähr 10 % der Veranstaltungen des Lindenparks nicht auf den „üblichen“ Kanälen, wie Homepage oder Drucksachen beworben werden, da es sich hier um Kooperationen mit Partnern handelt, denen Räumlichkeiten oder sonstige Sachleistungen zur Verfügung gestellt werden. Der Lindenpark ist dabei nicht Veranstalter, sondern Unterstützer einer Veranstaltung, die von einer anderen Einrichtung initiiert wurde.<sup>75</sup>

## **2.12 Preisstruktur**

---

<sup>75</sup> Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 2

Beim Lindenpark gibt es Veranstaltungen oder Nutzungsangebote, die kostenfrei sind, z.B. die Nutzung des Spielplatzes, der Jugendclubs oder der Skaterbahn. Auch Veranstaltungen, wie z.B. den Summer Slam Contest oder das Nachbarschaftsfest konnten die Gäste unentgeltlich besuchen. Dann gibt es einen großen Teil an Angeboten, wie Kurse für Kinder und Jugendliche, Partys oder kleine Konzerte, die sich in der Preisstruktur im niedrigschwelligem Bereich von 2 bis 5 Euro bewegen. Workshops und Kurse gestalten sich preislich unterschiedlich, je nachdem wie lange ein Workshop dauert oder wie hoch anfallende Materialkosten sind, gehen die Preise hier von 3 bis 5 über 20 bis 30 Euro.

Einige wenige Veranstaltungen für spezielle Zielgruppen, wie die Psychomania oder Passion de Buena Vista erheben deutlich höhere Eintrittspreise von 25 bis 35 Euro, was aber auch damit zusammenhängt, dass hier musikalische Acts mit hohem Bekanntheitsgrad auf der Bühne stehen oder es sich um ein mehrtägiges Festival handelt. Außerdem ist hier eher die Zielgruppe der Erwachsenen angesprochen. Die größtenteils niedrigen Preise setzen die Hemmschwelle für einen Besuch des Zentrums herab und lassen nicht auf eine Gewinnorientierung schließen.

Speziell für die Leute in der Nachbarschaft des Lindenparks gibt es oft Ermäßigungen oder kostenfreien Eintritt bei besonderen Veranstaltungen durch so genannte Nachbarschaftskarten. Dadurch versucht der Lindenpark sich besser in sein lokales Umfeld zu integrieren, Nachbarn als Zielgruppe zu erreichen und sicher kann es auch als kleines Geschenk an diejenigen Nachbarn gewertet werden, die sich bei gewissen Veranstaltungen manchmal gestört fühlten, durch Lautstärke oder Müll. Dies ist eine gute Idee, um vor allem die Menschen aus dem unmittelbaren Umfeld des Zentrums als NutzerInnen oder BesucherInnen für sich zu gewinnen.

## **2.13 Kommunikation und Werbung**

Sowohl der Internetauftritt, als auch die Werbemittel für einzelne Veranstaltungen oder Reihen sind professionell, ästhetisch gut umgesetzt und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt. Das wird unter anderem an der Form der Sprache deutlich, die sich zum Beispiel bei jugendspezifischen Veranstaltungen auch am Jugend-Slang orientiert. Daneben ist der Lindenpark auch in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Studivz präsent. Die Homepage hat ein einheitliches Corporate Design. Die Darstellung des Programms und der Angebote sind übersichtlich und können nach speziellen Interessen wie „Konzerte“ oder „Workshops/Kurse“ abgerufen werden.

Wenn bestimmte Programmpunkte angeklickt werden, erscheint eine Beschreibung sowie die relevanten Informationen, wie Datum, Einlass, Beginn, Preis, ggf. die Zielgruppe bspw. bei Kursen, das Line-Up bei Konzerten und die Kooperationspartner, wenn vorhanden. Bei Angeboten und Kursen bzw. Workshops stehen zusätzlich die AnsprechpartnerInnen mit E-Mail-Adresse, an die man sich bei Fragen wenden oder bei denen man sich anmelden kann. Weiterhin sind auf der Seite „Kontakt“ unter „Ansprechpartner“ für jeden Bereich die Verantwortlichen mit Namen, Telefonnummer und E-Mail-Adresse zu finden, wodurch es leicht fällt, bei Fragen und Anregungen den entsprechenden Mitarbeiter zu kontaktieren.

Ebenfalls sehr gelungen ist die „FAQ-Liste“, die Fragen beantwortet, wie „Kann man den Lindenpark mieten?“, „Wie ist es mit Rauchen im Lindenpark?“ oder z.B. „Kann ich auf ein Konzert oder eine Party gehen, wenn ich erst 16 bin?“. Hier finden Interessierte auch die Antwort auf die Frage nach der möglichen Einbringung eigener Veranstaltungsideen: *„Ich hätte da 'ne tolle Idee für 'ne Veranstaltung im Lindenpark! An wen kann ich mich da wenden? > Klar immer her mit den Ideen! Am besten, du schreibst eine Mail an [office@lindenpark.de](mailto:office@lindenpark.de) – die wird dann sofort an den zuständigen Mitarbeiter weitergeleitet, der sich dann wiederum mit Dir in Kontakt setzt, um zu schauen, wie man Deine Idee umsetzen kann.“*<sup>76</sup>

Der Lindenpark führt eine gelungene Kommunikation und suggeriert, dass es hier Möglichkeiten und Unterstützung für Projekte gibt und man generell für Ideen von außen offen ist. Durch die Verwendung der 2. Person Singular in der Anrede, fühlt sich der Leser direkter angesprochen und die Botschaft scheint mehr an Jugendliche und junge Erwachsene adressiert zu sein. Dies findet sich darüber hinaus schon auf der ersten Seite der Rubrik „Lindenpark“, wo es heißt *„Egal ob ihr Besucher seid eine Veranstaltung oder ein Projekt machen wollt, wir sind OPEN - für Euch!!!“*<sup>77</sup>

## **2.14 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum Lindenpark**

Der Lindenpark kann seine, im Konzept formulierten Ziele in allen Bereichen weitestgehend erfüllen. Der Großteil der Angebote ist auf die Kernzielgruppe Jugendliche, Kinder und Familien abgestimmt und kann diese auch erreichen. In den Monaten Mai bis Juli, die etwas mehr als den Untersuchungszeitraum wiedergeben, konnte der Lindenpark, inklusive j.w.d. mit seinen Angeboten rund 16.800 BesucherInnen erreichen. Davon waren rund ein Viertel der Besuche im Bereich

---

<sup>76</sup> <http://www.lindenpark.de/kontakt/faqs>

<sup>77</sup> <http://www.lindenpark.de/lindenpark-1>

Familie und Kinder, ein Viertel im j.w.d. und der Rest im Bereich Konzerte/Festivals, Kulturveranstaltungen und Party zu verorten.

Die folgenden Grafiken (Abbildung 3 und 4) geben Auskunft über die Anzahl der Veranstaltungen in den jeweiligen Bereichen und zeigen die Gewichtung der Bereiche. Abbildung 3 zeigt diese Übersicht für den Untersuchungszeitraum. Um eine größere Repräsentativität zu erhalten wurden in Abbildung 4 ebenfalls alle Veranstaltungen und Angebote des Jahres 2011 herangezogen. Es wird sichtbar, dass Veranstaltungen und Angebote für Kinder und Familien mit einem Anteil von 35 % im gesamten Jahr zahlenmäßig den größten Bereich ausmachen. Danach kommen die Bereiche Konzerte/ Festivals und Workshops/ Kurse, die mit jeweils rund 22 % gleichwertig vertreten sind. Die Bereiche Party, Theater/ Kultur sowie Veranstaltungen für SkaterInnen sind mit einem Anteil von 4 bis 9 % im gesamten Jahr 2011 wesentlich geringer vertreten. Zusätzlich muss bei diesen Grafiken mitgedacht werden, dass die regulären Öffnungszeiten und somit die tägliche Nutzung von Skaterrampe, Spielplatz sowie der beiden Jugendklubs in diesen Übersichten nicht als Veranstaltungspunkt vorkommt und somit nicht in die Gewichtung mit einbezogen wurde.

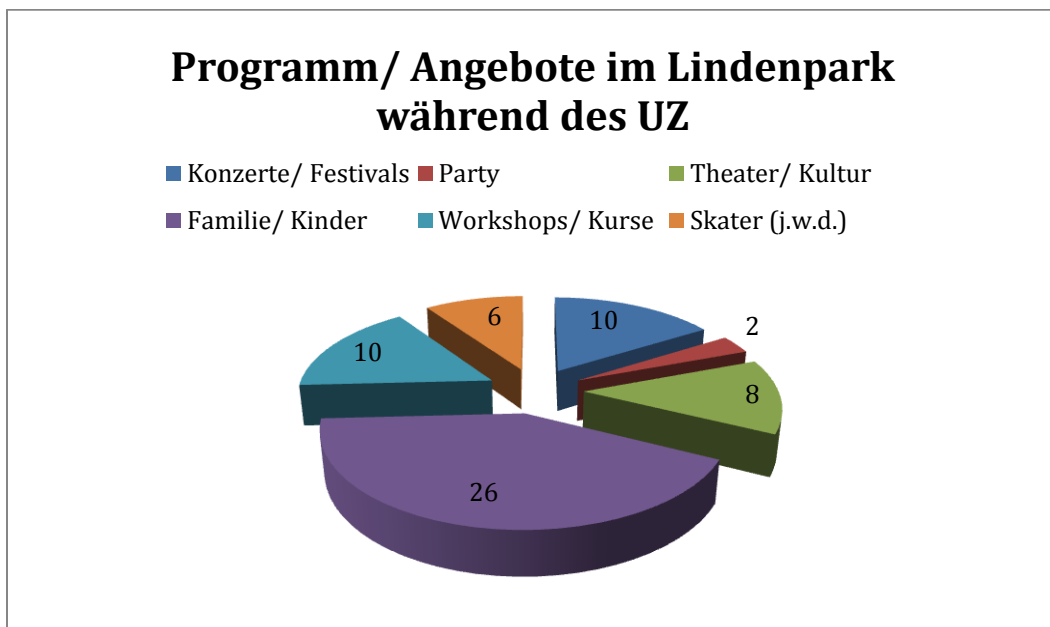


Abb. 3

**Anmerkung:** Zeitraum vom 13.05.2011 bis 28.07.2011. Quelle ist hierbei die Übersicht der Veranstaltungen inklusive der Besucherzahlen der Monate Mai bis Juli 2011.



## Programm/ Angebote im Lindenpark 2011

■ Konzerte/ Festivals    ■ Party    ■ Theater/ Kultur  
■ Familie/ Kinder    ■ Workshops/ Kurse    ■ Skater (j.w.d.)

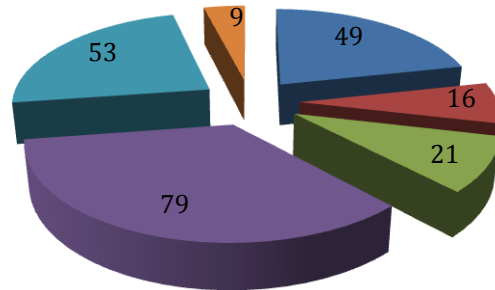


Abb. 4

**Anmerkung:** Quellen sind die Programmübersicht auf der Homepage des Lindenparks sowie die vom Lindenpark zur Verfügung gestellte Übersicht der Veranstaltungen vom 01.05.2011 bis 31.12.2011. Dabei können Veranstaltungen zum Ende des Jahres hinzukommen, die bei der derzeitigen Planung noch nicht feststanden. Weiterhin sind hier Projekte und Aktionen nicht mit aufgeführt, die in der Veranstaltungsübersicht nicht vorkamen. Darüber hinaus sind ca. 10 % der Veranstaltungen Kooperationen mit Partnern, die nicht auf den üblichen Kanälen kommuniziert werden und somit hier nicht aufgeführt sind.

Die drei großen Bereiche, in denen der Lindenpark besonders präsent und aktiv ist, sind einmal der Musikbereich, sowohl durch rezeptive, als auch partizipative Angebote, der Bereich Jugendkultur und kulturelle Bildung, besonders durch Workshops und Kurse sowie der Bereich Kinder und Familien. Das im Leitbild formulierte Ziel, Räume zur Selbstentfaltung zu schaffen, kann für die Zielgruppe Kinder, Jugendliche und Familien erreicht werden. Für Kinder gibt es ein breit gefächertes Spiel- und Kursangebot, für Jugendliche die Jugendtreffs, die Skaterbahn sowie Angebote im Bereich musikalischer Nachwuchsförderung sowie Party und Konzerte. Familien werden im Lindenpark - neben den Angeboten für Kinder - besonders durch das Spielplatzangebot, das Familiencafé, die Kindertagesbetreuung und Familien- und Nachbarschaftsfeste angesprochen.

Die im Konzept genannte Einrichtung eines Jugendmedienzentrums erfolgte nicht, da die Medienwerkstatt in Potsdam schon das offizielle JIM (Jugendinformationszentrum) ist und es darüber hinaus kein weiteres in der Stadt geben darf. Der Lindenpark ist jedoch Mitglied in der LAG Multimedia und führt Kooperationen mit der Medienwerkstatt durch.

Die im Konzept betonten Allianzen, die man zur Erreichung seiner Zielsetzungen schließen müsse, sind im Lindenpark vorhanden. Es gibt eine Vielzahl von Partnern und Kooperationen mit anderen Institutionen in Potsdam, vor allem im Kultur- und Bildungsbereich, was zeigt, dass der Lindenpark hier bestrebt ist, sein Netzwerk zu pflegen und auszubauen.

An anderer Stelle wurde im Konzept formuliert, dass man bestrebt sei, sich an landesweit bedeutenden Kulturveranstaltungen zu beteiligen und dabei die Menschen aus der Region und dem näheren Umfeld des Lindenparks mit einzubeziehen. Stadtteil- und Partnerveranstaltungen wie das Nachbarschaftsfest oder die Saisonöffnungsparty vom SV Babelsberg 03 kamen während des Untersuchungszeitraumes vor. Ebenso beteiligte sich der Lindenpark am Potsdamer Filmjahr 2011.

Insgesamt präsentiert sich der Lindenpark als soziokulturelles Zentrum, das offen für Impulse und Ideen von außen ist und ein kulturell vielfältiges Programm anbietet, wodurch viele verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. Das Haus fördert, wie im Konzept erdacht, eine Kultur des „Mitmachens und der Kreativität“, denn ein großer Teil der Angebote zielen auf die eigene Kreativität der NutzerInnen und geben ihnen Möglichkeiten, diese zu entfalten. Viele Projekte sind darüber hinaus auf das Engagement der NutzerInnen angewiesen, fordern zum Mitmachen auf und lassen diese so an den Vorhaben partizipieren.

Das der Stadt vorgelegte Konzept für den Lindenpark sollte, aufgrund der veralteten Aussagen, überarbeitet werden und die jetzt gültigen Arbeitsschwerpunkte genauer definieren. Die neue Kurzfassung gibt zwar einen Überblick über die aktuellen Zielsetzungen in der Arbeit des Lindenparks, sollte jedoch noch ausformuliert werden. Dabei muss auf eine sinnvolle Strukturierung geachtet werden. Ebenso wäre es für den Leser besser nachvollziehbar, wenn im Konzept die einzelnen Bereiche und die dazugehörigen Veranstaltungsformate konkreter beschrieben werden würden.

## 3. Archiv e.V.

### 3.1 Geschichte und Selbstverständnis

*„Das Archiv ist immer das, was daraus gemacht wird“<sup>78</sup>*

Das Archiv entstand nach der Wendezeit in Potsdam. 1994 wurde der Sitz des Archivs in der Leipziger Straße 60 besetzt, um das Haus als Wohnsitz und Veranstaltungsort für eine Alternative Szene zu nutzen. Mit regelmäßig stattfindenden Konzerten, einer Kneipe und täglichen Angeboten soll es einen Anlaufpunkt für die Szenekultur darstellen. 1997 gründete sich der Verein Archiv e.V. um als rechtmäßiger Träger den Erhalt des Projektes sichern zu können. Bis heute ist die Mietsituation des besetzten Hauses problematisch. Der Verein möchte gerne die vertragliche Mietsituation optimieren, um auch längerfristig das Projekt und den Betrieb des Veranstaltungsortes am Laufen zu halten.

Der Archiv e.V. formuliert fünf Grundannahmen des eigenen Verständnisses in seinem Konzept.<sup>79</sup> Das Projekt möchte unabhängig von der öffentlichen Hand bleiben. Ausschließlich die Instandsetzung des Gebäudes soll mit Unterstützung durch öffentliche Mittel gefördert werden, nicht personelle oder inhaltliche Bedarfe. Der Betrieb wird durch ehrenamtliche und unentgeltliche Arbeit, Spenden und freiwillige Unterstützung jeglicher Art (auch Sachspenden) ermöglicht.

Die zum Teil bereits stattfindenden Angebote und diejenigen Veranstaltungen, welche sich noch in der Planung befinden, sollen laut Konzept maßgeblich von den BewohnerInnen und NutzerInnen des Hauses ermöglicht werden.<sup>80</sup>

Einen Schwerpunkt legt das Archiv-Projekt auf die inhaltliche Arbeit. Vorrangig stellt sich das Haus gegen Rechtsradikalismus und Neo-Faschismus. *„Nationalismus, Rassismus, Sexismus und verschiedene Erscheinungsformen des inhumanen Handelns und Denkens widersprechen dem Selbstverständnis des Hauses.“<sup>81</sup>* Darüber hinaus ist bei der Arbeit des Vereins der wirtschaftliche Aspekt nur insofern von Bedeutung, als dass die Kosten für den laufenden Betrieb aufgebracht werden können. Die Erzielung eines Gewinns aus den Einnahmen die über die Deckung der Betriebskosten hinausgeht, würde zugunsten eines Projektes innerhalb des Archivs (z.B. Material für das Atelier) verwendet werden und nicht an Personen ausgezahlt.

---

<sup>78</sup> Konzept des Archiv e.V. 3. Selbstverständnis

<sup>79</sup> a.a.O.

<sup>80</sup> a.a.O., 6. Projekte

<sup>81</sup> a.a.O., 3. Selbstverständnis

Eine weitere Grundannahme stellt das offene und aktive Haus dar. Den NutzerInnen wird Raum und Unterstützung zur Verfügung gestellt, um selber kreativ zu werden und eigene Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Angegliedert an den Unabhängigkeitsgedanken des Projektes, hat der Verein laut Konzept ein solidarisches Grundverständnis. Um Veranstaltungen kostengünstig anbieten zu können, werden Fix- und Veranstaltungskosten so gering wie möglich gehalten. Alle anfallenden Arbeitsschritte werden im Archiv von ehrenamtlichen MitarbeiterInnen geleistet. Die entstehenden Kosten werden nur durch Spenden, Eintritts- und Getränkepreise ausgeglichen.

Die fünfte Grundannahme besagt, dass das Archiv „[...] MacherInnen und NutzerInnen unabhängig von Herkunft, sozialem Status, amtlichen Diagnosen oder materieller Ausstattung soziokulturellen, subkulturellen Rahmen und Raum[...]“<sup>82</sup> bereit stellt. Die Stärkung von Autonomie und (kulturelle) Selbstorganisation, das selbstbestimmte Handeln und die Verwirklichung eigener Bedürfnisse (Stichwort „Empowerment“<sup>83</sup>) sollen beim Archiv im Vordergrund stehen.

### **3.2 Zielgruppe**

Das Archiv richtet sich generell an alle PotsdamerInnen. NutzerInnen sollen jedoch dem Ideal des Hauses gegen Sexismus, Nationalismus, Rassismus und inhumanen Handeln und Denken, dem Selbstverständnis des Archives entsprechen. Speziell tendiert das Archiv auf die Zielgruppe der 14 bis 30 jährigen Personen.

### **3.3 Projekte und Angebote**

Für die Mitarbeit im Archiv bzw. die Realisierung von Projekten gilt der Leitsatz: „Das Archiv ist immer das, was daraus gemacht wird“<sup>84</sup>. Das Archiv möchte Partizipation und eigenkreative Projektentwicklung fördern.

In dem regelmäßigen Kneipen- und Cafébetrieb ist die kostenlose Bereitstellung von Kicker und Billard sowie Karten- und Brettspielen vorgesehen. Die Räume sollen als Ort für Kommunikation, Austausch und Geselligkeit mit Getränken zu geringen Preisen, entgegen den kommerziellen Ausrichtungen anderer Betriebe in Potsdam, dienen. Im benachbarten Gewölbe soll ein Ort für Theater- und Tanzgruppen sowie Film- und Videoveranstaltungen entstehen. Für Musikworkshops und andere

---

82 a.a.O.

83 a.a.O. „Empowerment ist also als ein Prozess zu betrachten, in dem Menschen, Organisationen und Gemeinschaften ihren ökologischen und sozialen Lebensraum gestalten und so mit eingeschränkten Bedingungen und problematischen Situationen kreativ und ihren Bedürfnissen gemäß umzugehen lernen“

84 a.a.O., 1. Einleitung

Veranstaltungen steht im Gewölbe unter anderem ein DJ-Pult zur Verfügung. In den Räumlichkeiten sollen bereits stattfindende Tanz- und Discoververanstaltungen mit zum Teil bekannten DJs weitergeführt werden.

Einen weiteren Ort für Veranstaltungen stellt die Sporthalle dar, in der hauptsächlich verschiedene sportliche Aktivitäten wie Samba- und Kinderspielgruppen, aber auch Kraft- und Fitnesssport veranstaltet werden sollen.

Zukünftig sind Bandproberäume im Archiv vorgesehen. 15 bis 20 Bands sollen in den Räumen des Hauses musikalische Kooperationen eingehen können und den Austausch pflegen. Auch eine Bühne bzw. eine Auftrittsmöglichkeit sollen für die Musikschaffenden zur Verfügung stehen.

Des Weiteren sind regelmäßige Angebote wie Fahrradwerkstatt, Kinderkochen und Computerkurse geplant. In der Fahrradwerkstatt sollen selbstständige Reparaturen auf dem Hof ermöglicht werden, das Kinderkochen möchte die gesunde und bewusste Ernährung fördern und in Kursen soll neben dem frei zugänglichen WLAN, der Umgang mit dem Computer vermittelt werden.

Im Atelier der ehemaligen Fotowerkstatt, welche zu einer Tiefdruckwerkstatt ausgebaut werden soll, befindet sich eine Siebdruckwerkstatt. Angedacht sind wöchentliche Kurse bei denen mit dem Siebdruckverfahren gemeinsam Plakate, T-Shirts oder Ähnliches hergestellt werden können. Außerdem befindet sich im Atelier eine Rollenspielerwerkstatt, unter anderem zur Herstellung der Kostüme für die geplanten LifeActionRolePlay (LARP) Veranstaltungen.

Der Schwerpunkt des Ateliers liegt auf der Malerei und dem Zeichnen, doch das Angebot variiert auch in diesem Bereich je nach den Bedürfnissen der NutzerInnen. Angedacht sind jährliche Kunstreisen mit den TeilnehmerInnen des Ateliers, um den Austausch und das Gruppengefühl zu stärken.

### **3.4 Erkenntnisse**

Das Archiv präsentiert sich im Konzept als stark partizipatorischer Verein. Unabhängig von der öffentlichen Hand, möchte der Verein die Eigenverantwortlichkeit seiner NutzerInnen fördern, die Autonomie und Selbstbestimmung stärken und darüber hinaus mit verschiedenen Angeboten und Veranstaltungen politische, soziale und gesellschaftliche Netzwerke schaffen. Zur Umsetzung dieser Ziele stehen die Räumlichkeiten des Hauses, wie das Café, die Kneipe und das Atelier zur Verfügung.

### 3.4.1 Empowerment und Partizipation

Innerhalb des Untersuchungszeitraumes konnte ein Einblick in die Arbeit des Archivs gewonnen werden. Auffallend ist das starke Engagement und Einsatz der beteiligten Personen an dem Projekt. Dabei basiert die Arbeit auf ehrenamtlicher und freiwilliger Basis. Die Selbstorganisation, wird in der demokratischen Struktur des Vereins als auch im Engagement der Freiwilligen und Hausbewohner praktiziert. Die Programmgestaltung des Archivs hängt maßgeblich von diesem Engagement ab.

Der Anspruch möglichst viele Menschen an den Aktionen zu beteiligen, wird nur sehr eingeschränkt kommuniziert. Es wird zwar auf der Startseite der offiziellen Homepage um Hilfe bei den Umbaumaßnahmen gebeten<sup>85</sup>, doch wird nicht offensiv kommuniziert, dass im Archiv die Möglichkeit besteht, eigene Ideen zu verwirklichen oder Kurse anzubieten. Hinweise, auf welche Weise der/die Interessierte sich einbringen, wer kontaktiert werden kann und wie die Umsetzung einer solchen selbstorganisierten Verwirklichung der eigenen Idee oder Veranstaltung verlaufen könnte, werden der Öffentlichkeit nicht vermittelt. Und dass, obwohl laut Konzept diese Angebote einen maßgeblichen Anteil am Programm des Archivs darstellen sollen. Dies ist aber eine bewußte Haltung des Vereins. Im Gespräch zu dem Zwischenbericht stellte sich heraus, dass sich das Archiv explizit entschieden hat einige Veranstaltungen nicht durch Flyer und Presse zu bewerben, sondern Termine und Angebote überwiegend mündlich zu vermitteln. Aufgrund vorausgegangener Erfahrungen mit rechtsradikalen Gruppen, hat sich das Archiv entschieden die Zugangsschwellen hochzusetzen. Dem Archiv ist es wichtig, dass sich gleichgesinnte Menschen zusammen finden und die Besucher sich aktiv auf die Einrichtung einlassen.

Gesteuert wird der partizipatorische Ansatz, welcher im Konzept unter anderem mit dem Satz „*Das Archiv ist immer das, was daraus gemacht wird*“<sup>86</sup> beschrieben wird, durch das Plenum. Das Plenum des Vereins entscheidet basisdemokratisch über alle Belange des Hauses. Veranstaltungsideen können im Plenum vorgestellt werden bzw. werden dort besprochen und geplant. Das Plenum entscheidet dann, ob der vorgestellte Kurs oder die geplante Veranstaltung in den Räumen des Hauses stattfinden kann oder nicht. Das Plenum setzt sich aus einem Kreis von Jugendlichen ab 15 Jahren bis hin zu erwachsenen Personen über 30 Jahren zusammen. Viele von ihnen engagieren sich bereits seit der Besetzung des Hauses vor 17 Jahren ehrenamtlich für das Projekt. Neuen Input gibt es aber auch durch eine „*neue, junge Generation*“ Ehrenamtlicher, welche sich seit einigen Jahren engagieren. Zu den

---

85 [www.archiv-potsdam.de](http://www.archiv-potsdam.de) (Stand 14.10.2011)

86 Konzept des Archiv e.V., 1. Einleitung

wöchentlichen Plenen kommen, laut Aussage des Pressesprechers des Archivs Kay-Uwe Kärsten, zwischen 30 und 40 Personen.

Was dem Archiv im Gespräch wichtig war zu erwähnen, ist die Definierung der Zielgruppe. Das Archiv ist nicht nur für Potsdamer Bürgerinnen und Bürger offen. Das Archiv sieht sich als Haus für alle Menschen, über die Grenzen Potsdams hinweg, welche sich mit der Philosophie des Vereines identifizieren können. Im Gespräch hieß es weiter, dass das Projekt „*nicht total offen für alle*“ sei, vielmehr betreibt es eine „*weiche Ausgeschlossenheit*“ von konsumorientierten und nicht-gleichgesinnten Personen. Hinzu kommt die scheinbare Geschlossenheit der Gruppe und der BewohnerInnen des Archivs, welche nach außen wirkt und eine gewisse Hemmschwelle produziert.

Im Gespräch hieß es, ein konsumausgerichtetes Klientel, ist bei Veranstaltungen des Vereines „*nicht unbedingt erwünscht*“. Diese Aussagen warfen beim Untersuchungsteam Fragen auf: Wie definiert das Archiv ein „konsumausgerichtetes Klientel“? Menschen die auf die Archiv-Veranstaltungen kommen, dort Eintritt zahlen und Getränke konsumieren, werden wahrscheinlich nicht gemeint sein. Ohne diese Menschen wäre die Deckung der Betriebskosten und damit der Erhalt des Archivs undenkbar. Ein nicht zu klärender Widerspruch steckt für die Untersuchungsgruppe in der Formulierung der Zielgruppe. Die zwei Aussagen „*offen für alle zu sein*“ und „*doch nicht total offen für alle*“ zu sein, widersprechen sich. Welche Ausschlussprinzipien wendet das Archiv hier an? Die Einschluss- und Ausschlusskriterien sind nicht transparent. Sexistische, gewalttolerante, nationalistische, rassistische und inhumane Personen sollten in jedem kulturellen Zentrum selbstverständlich nicht willkommen sein.

### **3.4.2 Atelier**

Im Atelier des Archivs werden regelmäßig Kurse und offene Angebote praktiziert und wahrgenommen. Das freiwillige Engagement der Kursanbieterin und die Nutzung dieser Angebote, machen das Atelier zu einem Beispiel für das Gelingen des Grundverständnisses aus dem Konzept. Die Kurse finden seit mehreren Jahren wöchentlich statt. Die Hemmschwelle sich einzubringen, wird durch das kostenfreie Angebot und die freundliche Atmosphäre sehr niedrig gehalten. Der Raum ist vielseitig nutzbar und wandelbar. Darin steht ein großer Tisch, der zum gemeinsamen Zeichnen und Malen genutzt wird. Die Arbeitsmaterialien sind nebenan in einem Lagerraum untergebracht. In einem weiteren separaten Raum können InteressentInnen Kleider und Kostüme für LifeActionRolePlay herstellen. Bücher über Arbeitstechniken und Kunststile werden neben Arbeitsmaterialien unterschiedlichster Art, zur Verfügung gestellt. So entsteht der Eindruck, dass

BesucherInnen ihren kreativen Bedürfnissen hier ohne Einschränkung nachgehen können.

Diese künstlerischen Angebote werden von verschiedenen NutzerInnen angenommen, doch muss auch hier ein Defizit in der Kommunikation festgestellt werden. Das offene Atelier ist in der Öffentlichkeit, außerhalb des Vereins nicht wahrzunehmen oder bekannt. Die Resonanz auf dieses Angebot könnte durch Bekanntmachung wesentlich größer ausfallen und viel Zuspruch erhalten. Nicht nur wegen der kostenfreien Teilnahme, auch auf Grund seiner Atmosphäre und des offenen Zugangs kann in den Räumlichkeiten Potenzial für verschiedenste Nutzergruppen festgestellt werden. Optimiert werden, könnte das Angebot mit besseren Heizmöglichkeiten zu kalten Jahreszeiten, denn diese sind in den Räumen nicht vorhanden.

### **3.4.3 Das Haus und seine Angebote**

Doch nicht nur die Heizsituation des Hauses hat sich als problematisch erwiesen. Aufgrund der Sanierung und Baumaßnahmen wirken das Gelände und das Haus nicht sehr einladend.

Der mangelhafte Zustand der Sanitäranlagen und die nicht vorhandene Heizmöglichkeiten sind für das Archiv kein wesentliches Problem. In erster Linie möchte das Haus Räumlichkeiten bereitstellen. Auf Luxus möchten sie zu Gunsten der niedrigen Preise und günstigen Nebenkosten bewusst verzichten. Das Ambiente der 1994er Besetzung möchte man bewusst erhalten.

Der schwer zugängliche Weg auf das Gelände ohne Beschilderung und ausreichend Licht, bis hin zu den baufälligen Sanitäranlagen, befinden sich in einem sehr verbesserungsfähigen Zustand. Eine Verbesserung dieser genannten Misstände würde eine deutliche Steigerung der Nutzbarkeit und der Aufenthaltsqualität zur Folge haben. Dieser Einschätzung konnte sich die Vertretung des Archivs im Gespräch nicht anschließen. Die Zugangsbarriere auf das Gelände des Archivs sowie die mit Brettern vernagelten Fenster des Hauses dienen nicht nur dem Schutz vor gewaltsamen Übergriffen, sondern sollen auch eine Art Zugangsbarriere sein. Wie auch auf die Kommunikation bezogen, möchte der Verein bewusst eine bestimmte Zielgruppe erreichen. *„Wer das Archiv finden will, wird es finden“*, so der Verein.

Trotz der großen Optimierungsmöglichkeiten des Hauses wird der alltägliche Betrieb gut angenommen. Nicht nur die Tanz- und Partyveranstaltungen wie die Archiv-Nacht oder die monatlich stattfindende 80er-Jahre Party, werden gut angenommen. Der offene Treff, das Café und die Kneipe mit Billardtisch, Kicker und



anderen Spielen, sowie die Gelegenheit sich bei einem Getränk zu unterhalten, werden gut von Jugendlichen und jungen bis älteren Erwachsenen genutzt.

Das konzeptionelle Ziel, einen Ort für Konzert- und Tanzveranstaltungen zu schaffen wird durch regelmäßige Angebote erfüllt. Der offene Treff bietet einen Raum zum Aufenthalt, für Diskussionsgruppen und den Austausch unter den NutzerInnen. Diese Möglichkeit wird von Jugendlichen und jungen Erwachsenen angenommen. Nicht zuletzt wegen der kostengünstigen Preise der Getränke, der Möglichkeit kostenfrei zu Kickern oder Billard zu spielen. Es herrschte auf den besuchten Veranstaltungen eine entspannte Atmosphäre. Durch den lockeren Umgang miteinander, kommen die BesucherInnen schnell ins Gespräch.

## **Besuchte Veranstaltungen**

### **80er Jahre-Party**

Am 11.06.2011 und am 09.07.2011 besuchte die Untersuchungsgruppe die „80er Jahre-Party“ im Archiv. Diese Veranstaltung beginnt um 22.00 Uhr und geht bis in die frühen Morgenstunden. Dieses Party-Format findet monatlich in der Kneipe statt, wobei auch das so genannte Gewölbe und das Café zugänglich sind und die Möglichkeit bieten, sich in entspannter Atmosphäre hinzusetzen und sich zu unterhalten. Die Auslastung an beiden Abenden war mit 80-100% sehr gut, die geschätzten 200 BesucherInnen waren junge und mittlere Erwachsene, die leger und trendy gekleidet waren. Eine Einlasskontrolle gab es nicht. Der Eintritt an der Abendkasse war mit 2 Euro sehr gering, später so gegen 02.00 Uhr zahlten die BesucherInnen gar keinen Eintritt mehr. Auch die Getränkepreise sind außerordentlich günstig, ein Bier kann schon ab einem Euro erworben werden. Die Stimmung an diesem Abend kann als locker, kommunikativ und entspannt bezeichnet werden. Die Stimmung auf der Tanzfläche war ebenfalls sehr gut und ausgelassen. Beim zweiten Besuch wurden einige BesucherInnen erkannt, die auch beim letzten Mal schon dabei waren. Insgesamt entstand der Eindruck, dass dieses Party-Format von sehr unterschiedlichen Zielgruppen wahrgenommen wird.

### **Lesung Schementhemen**

Am 25.06.2011 um 20.00 Uhr besuchte die Untersuchungsgruppe im Archiv eine Lesung in der Reihe „Schementhemen“, die ungefähr im vierteljährlichen Rhythmus im Archiv veranstaltet wird. Diese fand im so genannten Café statt. Hier finden die BesucherInnen eine Bar mit Tresen vor, sowie verschiedene Tische und bequeme Sitzgelegenheiten. An diesem Abend wurden kleine Stuhlreihen aufgebaut. Mit rund

30 BesucherInnen, die sich aus jungen und mittleren Erwachsenen zusammensetzten und leger sowie in schwarz gekleidet waren, war das Café gut ausgelastet. Mit einem Eintrittspreis von 3 Euro und den günstigen Getränkepreisen, kann hier von einem niedrighschwelligem Angebot gesprochen werden.

Die humorvoll-skurrielen Texte wurden von Myk Jung und Klaus Märkert vorgetragen, die eher aus der musikalischen Rock/Gothic-Szene bekannt sind. Es war also keine „normale“ Lesung, wo ein Buch vorgestellt wurde, sondern die beiden trugen kurze, sehr verschiedene Texte vor, die sehr viel schwarzen Humor in sich trugen. Dies kam beim Publikum gut an, es wurde gelacht und die Stimmung war ausgelassen und locker. Zwischen den Leseblöcken gab es kurze Gesangseinlagen einer Sängerin, die ebenfalls dem Gothic-Metier zuzuordnen sein müsste. Das Ganze ging zwei Stunden und beinhaltete eine kurze Pause. Es war eine sehr interessante Veranstaltung, die den TeilnehmerInnen offensichtlich gefallen hat.

#### **3.4.4 Projekte und Kurse**

Doch während einzelne Projekte, wie das Atelier und der offene Treff gut laufen und angenommen werden, musste festgestellt werden, dass viele der erdachten Kurse und Projekte momentan nicht durchgeführt werden. Die im Konzept formulierten Angebote wie Fahrradwerkstatt, Aktivitäten in der Turnhalle, Bandproberäume, Computerkurse, Kinderkochen sowie Veranstaltungen im LifeActionRolePlay fanden während des Untersuchungszeitraumes nicht statt. Auf Nachfrage wurden als Gründe dafür die baufälligen Orte und Räume, sowie die in Baumaßnahmen befindliche Turnhalle, aber auch die Einbindung aller Kräfte und personellen Kapazitäten in die Sanierung, genannt. Es bleibt offen, ob nach Abschluss der Baumaßnahmen die Vielfalt der Angebote realisierbar ist.

#### **3.4.5 NutzerInnen**

Im Konzept wird das Selbstverständnis des Archivs, als Gruppe gegen Rechtsradikalismus und Neo-Faschismus sowie gegen inhumanes Denken und Handeln formuliert. In der Stadt hat sich die Ansicht etabliert, dass die BewohnerInnen, die Zielgruppe bzw. die Partizipierenden des Hauses, ausschließlich Punks und Autonome ausmachen. Während der Untersuchung konnte diese Ansicht nicht nachvollzogen werden. An Nachmittagen und Abenden halten sich vermehrt Jugendliche zwischen 16 und 20 Jahren in der Kneipe und in dem Café auf. Die Veranstaltungen, wie Lesungen- und Discobesuche wiesen eine breite Publikums- und Altersstruktur auf. So war das Publikum überwiegend leger und neutral gekleidet und fielen weder vom Handeln noch vom Erscheinungsbild

besonders auf. Ähnlich verhält es sich mit der Altersstruktur der Nutzergruppen des Vereins. Auf den Tanzveranstaltungen ist eine breite Altersvielfalt zu finden. Das Programm spricht Besucher von 17 bis 50 Jahren an und bietet somit ein gemischtes Publikum, welches gemeinsam in guter Atmosphäre zusammen kommt.

Auf Grund der Tatsache, dass das Archiv weder die Besucherzahlen seiner Veranstaltungen auflistet, noch über eine Übersicht des Jahresprogrammes verfügt, konnte die Forschungsgruppe keinen Abgleich mit den Veranstaltungen des Jahres 2011 vornehmen. Auf Grund des Internetauftrittes kann lediglich festgestellt werden, dass regelmäßige Veranstaltungen wie das wöchentliche Tischtennis sowie das Offene Atelier und die monatliche 80er Jahre Party „back to the 80s“ ergänzt durch einzelne Konzerte und Info- und Diskussionsveranstaltungen, durchgeführt werden. Bemerkenswert bleibt, dass der Verein es seit 14 Jahren schafft, trotz viel öffentlicher Kritik und problematischen Situationen, wie den Auflagen der Brandschutzbestimmungen, ihre Idee und das Leben vor Ort zu realisieren.

## 4. freiLand

### 4.1 Geschichte und Selbstverständnis

freiLand ist der Name des Geländes in der Friedrich-Engels-Strasse 22, dass von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in einem langen Diskussionsprozess von der Landeshauptstadt Potsdam erkämpft wurde. Engagierte Jugendliche von verschiedenen Einrichtungen wie zum Beispiel dem Jugendclub S 13 (heute Klub Innenstadt), dem Spartacus e.V., sowie Bands und Sprayer, schlossen sich im Herbst 2008 zu einer Arbeitsgruppe zusammen, der AJKP (Arbeitsgruppe Alternative Jugendkultur Potsdam) zusammen. Sie erarbeiteten zusammen mit weiteren VertreterInnen aus dem Archiv, dem besetzten Haus la datscha, aus dem studentischen Kulturzentrum KuZe und weiteren Protagonisten der Jugendkultur in Potsdam, einen 10+ Punkte-Plan mit Forderungen. Ein wesentlicher Punkt dieses Planes war der Wunsch nach Räumlichkeiten und Flächen zur freien Gestaltung und Verwirklichung von Ideen der jungen Erwachsenen. Dazu gehören unter Anderem Probenräume für Bands, legale Flächen für Sprayer und ein neues Vereinsheim für den S13 und für den Spartacus e.V., der keine Vereinsstätte mehr hatte. Nach ungefähr zwei Jahren der stetigen Verhandlung zwischen AJKP und der Landeshauptstadt Potsdam wurde den Jugendlichen das Gelände an der Friedrich-Engels-Strasse 22 von den Stadtwerken Potsdam unentgeltlich als Veranstaltungs- bzw. Gestaltungsort zugesprochen.

Für den Modellzeitraum von drei Jahren ist die dafür gegründete CULTUS UG, mit den zwei Gesellschaftern Dirk Harder und Achim Trautvetter, die Betreibergesellschaft. Trautvetter und Harder sind beides Personen mit langjähriger Erfahrung in den Bereichen Projektarbeit, Soziokultur und Jugendarbeit in der Stadt Potsdam. Die CULTUS UG verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke und hat die Zielsetzung Kunst und Kultur, politische Bildung und Kinder- und Jugendhilfe zu fördern. Die CULTUS UG möchte der Zielgruppe von Kindern und Jugendlichen bis 27 Jahren das freiLand *"[...] als Raum für eine selbstbestimmte und -organisierte Jugendkultur [...]"*<sup>87</sup> zur Verfügung stellen. "Das freiLand soll sich in den kommenden 3 Jahren zu einem barrierefreien, pulsierenden, lebendigen Ort entwickeln, welcher von Jugendlichen als Experimentier- und Freiraum zur Verwirklichung ihrer Ideen und Bedarfe angenommen wird."<sup>88</sup> Es soll ein Ort sein *„[...] der offen für alle Jugendliche ist, insofern sie nicht andere Menschen durch rassistisches, gewalttätiges, homophobes, sexistisches oder anderweitig*

---

87 Betriebskonzept freiLand, 3. Zielgruppen, S. 8

88 a.a.O., 4. Ziele, S. 9

*diskriminierendes Verhalten einschränken.*<sup>89</sup>, so die Grundsätze aus dem Betreiberkonzept. Ein Raum *"[...] in dem Jugendliche inhaltlich autonom agieren, ihre programmatischen Inhalte flexibel und kreativ gestalten und diese in Abwesenheit von Leistungskontrollen und Konkurrenz realisieren können."*<sup>90</sup>

Die CULTUS UG möchte außerdem *"Wege der Mittelbeschaffung aufzeigen und bei Bedarf Hilfestellung bei der Projektrealisation [...]"*<sup>91</sup> anbieten. *"Gegenstand, Ziel und Größe des Projektes finden, planen und realisieren die Kinder und Jugendlichen nach diesem Ansatz selbst"*<sup>92</sup>. Das bedeutet, dass alle stattfindenden Aktionen und Events, also alle Inhalte, nur von außen von den jungen Erwachsenen kommen können und sollen, die bei der Realisation ihrer Ziele von der CULTUS UG unterstützt werden. Die NutzerInnen des freiLand sind der Spartacus e.V., der Klub Innenstadt (= S13), Bands und Sprayer sowie allgemein Kinder und junge Erwachsene. Das freiLand soll innerhalb der nächsten drei Jahre in zwei verschiedenen Phasen auf- und ausgebaut, zu einem Jugendsoziokulturprojekt entwickeln werden. In der ersten Phase steht die Umsetzung der Ziele<sup>93</sup> aus dem Konzept an, deren Inhalte maßgeblich vom 10+Punkte-Plan der AJKP begründet wurden.

## **4.2 Ziele Phase 1**

- 1) Betreuung, Koordinierung und Begleitung der zukünftigen freiLand-NutzerInnen (Spartacus e.V., Klub Innenstadt, Bands, Sprayer)
- 2) Aufbau einer Beteiligungsstruktur (partizipativen NutzerInnenstruktur)
- 3) Begleitung und Koordinierung der Eigenleistungen der künftigen NutzerInnen im Bezug auf die Erschließung der jeweils von ihnen genutzten Räume
- 4) Begleitung der Bautätigkeiten auf dem Gelände
- 5) Unterstützung des Spartacus e.V. im Neuanfang des Veranstaltungsbetriebes (z. B. Hilfe bei Anschaffung der Veranstaltungslogistik)

---

89 a.a.O. 2. Ausgangslage und aktuelle Situation, S. 7

90 a.a.O. 4. Ziele, S. 9

91 a.a.O., S. 7

92 a.a.O.

93 a.a.O., 5. Inhalte, S. 11

- 6) unterstützende Vernetzung der Projekte untereinander, um Synergien und Kooperationen zu fokussieren und entstehen zu lassen
- 7) Bindung der Sprayer-Szene an das Gesamtprojekt und künstlerisch-konzeptionelle Entwicklung der Wandflächen mit den ProtagonistInnen der Sprayer-Szene
- 8) Veranstaltungen auf dem freiLand-Gelände, die alle NutzerInnengruppen und AnwohnerInnen einbinden
- 9) Aufbau eines nach außen gerichteten Kommunikationskonzeptes in Abstimmung mit den NutzerInnengruppen, welches alle bevorzugten Medien (wie facebook, myspace, blogs, etc) einschließt
- 10) Entwicklung eines gemeinsamen Corporate Designs mit interessierten NutzerInnen (daraus kann dann z.B. ein freiLand-Webauftritt und ein monatlicher Flyer für das Gesamtprojekt entstehen)
- 11) notwendige Regelungsvorschläge (z.B. Hausordnung) im Plenum mit den vorhandenen NutzerInnengruppen besprechen, um diese gleichberechtigt zu entwickeln und zu entscheiden. (Hier sieht sich die CULTUS UG in der Position, vor allem Regelungsinhalte zu kommunizieren und zu vertreten, die eine rechtliche Notwendigkeit darstellen)

In der zweiten Phase geht es der CULTUS UG um „[...] eine Gesamterschließung des Geländes [...]“<sup>94</sup> und um die „[...] Weiterentwicklung der Potentiale des freiLand-Areals [...]“<sup>95</sup>.

### **4.3 Ziele Phase 2**

- 1) Begleitung und Koordinierung der (Bau-)Eigenleitungen der künftigen NutzerInnen im Bezug auf die sukzessive Gesamterschließung des Geländes
- 2) Öffnung von Büros, Ateliers und Werkstätten mit den jeweiligen NutzerInnen
- 3) Ausbau eines Übernachtungsbereiches mit dem Spartacus e.V. und den Seminarbereichverantwortlichen für die Unterbringung von KünstlerInnen und SeminarteilnehmerInnen

---

94 a.a.O.

95 a.a.O.

- 4) gemeinsamer Aufbau eines Cafébetriebs als ganztägiger Begegnungsraum auf dem freiLand-Gelände
- 5) Entwicklung eines Seminarbereichs für externe Vermietungen, wie auch für eigene kulturelle und politische Projekte

#### **4.4 Erkenntnisse**

Am 13. Mai 2011 wurde das freiLand mit einem dreitägigen Veranstaltungsprogramm offiziell eröffnet. Die engagierten Jugendlichen vor Ort haben zusammen mit der CULTUS UG bis zum heutigen Tag alle in Phase 1 genannten Ziele erreicht bzw. sind aktiv mit ihrer Umsetzung beschäftigt. Auch die Ziele der Phase 2, konkret die Punkte eins und zwei, konnte teilweise erreicht werden.

Aufgrund des erst kurzen Zeitraumes seit der Geländeübergabe und -erschließung sind noch nicht alle Ziele erreicht bzw. ist der Veranstaltungsbetrieb erst teilweise aufgenommen worden.

Die Instandsetzung des Geländes und seiner Räumlichkeiten ist Voraussetzung, um das Ziel, jungen Erwachsenen Raum für ihre Ideen und deren Umsetzung zu geben, zu realisieren. Im Juli 2010 haben freiwillige HelferInnen und UnterstützerInnen des freiLand-Projektes, Jugendliche aus dem Spartacus, Klub Innenstadt sowie SprayerInnen und andere Engagierte, mit den Bauarbeiten begonnen. Damit wurden wesentliche Punkte aus Phase 1 des Betreiberkonzeptes umgesetzt (Pkt. 2, 3, 4, 5). Insgesamt ist das freiLand durch die Bereitstellung der Räumlichkeiten und die Kompetenzen der CULTUS UG zum heutigen Zeitpunkt bereits ein Zentrum, selbstbestimmter und -organisierter Jugendkultur geworden. Wie im Konzept angekündigt, haben der Spartacus und der Klub Innenstadt Räumlichkeiten auf dem Gelände bezogen und den Veranstaltungsbetrieb aufgenommen.

#### **Besuchte Veranstaltung**

Das HipHop´N Youth Culture Festival wurde von einer Gruppe Jugendlicher und StudentInnen konzipiert, organisiert und realisiert. An drei Veranstaltungstagen vom 15. Bis 17. Juli 2011 fand das Festival täglich ab 14 Uhr auf dem gesamten freiLand-Gelände statt. Das Event war für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene konzipiert, was sich entsprechend im Programm widerspiegelte. Von Kinderschminken, Geschichtenerzählen, Bauchtanzeinlagen und Leselounge über nationale und internationale Freestyle HipHop-Beiträgen auf der großen Bühne, Live

Percussion bis hin zu Bandauftritten im Bandraum des Klub Innenstadt. Ein Tagesticket kostete 6 Euro, ermäßigt 4 Euro, ein Festivalticket für alle 3 Tage 15 Euro, ermäßigt 10 Euro. Die Eintrittspreise sind, gemessen am gebotenen Programm, somit günstig und im niedrigschwelligem Bereich. Auf Nachfrage wurde auch ein „Sonderrabatt“ für BesucherInnen mit nicht ausreichendem Budget eingeräumt.

Interaktive Angebote, welche maßgeblich von der Partizipation der Jugendlichen abhängig sind, machten einen großen Teil des bisherigen Programmes aus. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes und darüber hinaus, fanden viele weitere Veranstaltungen im freiLand statt, welche die im Konzept benannte Zielgruppe der 12- bis 27-Jährigen ansprachen. Dazu zählen Live-Konzerte, Partys, Diskussionen, vielfältige Workshops bzw. Freizeitangebote wie zum Beispiel: Siebdruck, Kunst-Flohmarkt, Hörspiel- und Filmzelt, Bauchtanz, Capoeira, Tischtennisturnier und Graffiti- Aktionen.

Die NutzerInnen kreieren und entwickeln alle Angebote im freiLand selbst und erhalten im Rahmen dessens, die Möglichkeit zur kreativen Selbstentfaltung. Sie schaffen ein Programm am Puls ihrer eigenen Zeit und Vorstellung. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes wurde dieses Programm in Workshops der dreitägigen Eröffnungsveranstaltung oder auf dem HipHop-Festival im Juli 2011 sichtbar. Rezeptive Angebote wie Partys, Konzerte und Workshops fanden ebenfalls innerhalb des Untersuchungszeitraumes statt. Zum Beispiel die Partyreihe der elektronischer Musik „I've Lost My Identity“, oder der Workshop „Marionetas Moviendohilos, Frühstück und Recycle-Puppenworkshop“. Neben den jungen Erwachsenen, bieten auch engagierte Erwachsene der Potsdamer Kunst- und Kulturszene ihre Hilfe an. So geschehen zum Beispiel bei der künstlerischen Gestaltung des Eingangstors des freiLands.

Durch die Unterbringung des Spartacus und des Klub Innenstadt auf dem freiLand-Gelände, haben diese zwei Institutionen wieder eine Heim- und Wirkungsstätte erhalten. Die Jugendlichen, welche sich im Klub Innenstadt und Spartacus engagieren, haben einen Raum um ihre eigenen Ideen für Veranstaltungen aller Art zu entwickeln und durchzuführen. Von vereinsinternen bis standortweiten Projekten sind ihrer Kreativität und Selbstverwirklichung keine Grenzen gesetzt (Ph.1, Pkt. 8). Alle Aktionen und geplanten Veranstaltungen werden vereinsintern bzw. je nach Größe und Charakter des Projektes auch standortweit im Plenum besprochen. Hier steht die CULTUS UG den NutzerInnen beratend zur Seite. Im freiLand gibt es viele Plenen. Eingeteilt in verschiedene Bereiche bzw. nach Institutionen auf dem Gelände, existiert ein Spartacus-Plenum, ein Soundplenum für



Musikschaffende, ein Sportraum-Plenum, ein Theater-Plenum, ein Bildungsplenum (für die außerschulischen Bildungsangebote in Kooperation mit dem Wissenschaftsladen auf dem Gelände) u.s.w. Hinzu kommt ein Gesamt-Plenum in dem alle Bereiche des freiLand-Geländes zusammen kommen. Manchmal ist der Diskussionsprozess langwierig, so Dirk Harder, denn um eine Entscheidung zu fällen, müssen alle zustimmen. Das sei eine große Hürde, denn es zwingt die Beteiligten, Stellung zu beziehen. Dieses Vorgehen sei von allen NutzerInnen akzeptiert und funktioniere.

Wie angekündigt erhielten Potsdamer SprayerInnen im freiLand neue und legale Graffitiflächen. Über 800 qm stehen zur kreativen Gestaltung zur Verfügung und wurden im Rahmen der Eröffnungs- und anderen Veranstaltungen großflächig besprüht (Ph.1, Pkt. 7). Probenräume stehen bisher noch nicht zur Verfügung. Von der CULTUS UG hieß es dazu: *„Wir fahren mit angezogener Bremse.“* Dirk Harder führte weiter aus, dass die Pläne für den Bau der Probenräume von Seiten des freiLands fertig seien, aber noch das OK seitens der Stadtwerken Potsdam zum Einreißen der Wände fehle. Man hoffe, so Harder, dass die Probenräume voraussichtlich 2012 fertig gestellt werden.

Zum jetzigen Zeitpunkt sind schon viele Ziele erreicht, die im Konzept beschrieben werden. Die CULTUS UG ist gemeinsam mit den Geländeaktiven momentan auf der Suche nach Spenden für den Sport- und Atelierraum. Es gibt immer wieder Bauaktionen in den Häusern, um weitere Bereiche des Geländes nutzbar zu machen. Mittlerweile haben neben dem Spartacus und dem Klub Innenstadt auch weitere Initiativen Räumlichkeiten auf dem Gelände bezogen. Im Haus 1 des freiLands hat der Wissenschaftsladen Potsdam e.V. sein Büro. Dieser Verein hat sich die unabhängige Wissensvermittlung verschiedener Natur-, Umwelt-, Kommunikations- und Geisteswissenschaften zur Aufgabe gemacht. Die politische Kinder- und Jugendorganisation „Die Falken“ sind am 12. September 2011 in das Haus 1 eingezogen. Als weiterer Mieter gesellt sich das Laboratorium (früher „unartich“-Gruppe) hinzu, eine Gruppe von KünstlerInnen, die eine freie Werkstatt betreiben und in den Bereichen Malerei, Grafik, Design, Bildhauerkunst, Musik und Multimedialkunst aktiv ist. Weitere Mietparteien im freiLand sind der Chill out e.V., der Bildung für Galanka e.V., die Foodcoop Nahrungskette Potsdam, die Regenbogen PA Medientechnik und weitere einzelne MieterInnen aus den Bereichen Medien, Design und Tanz. Diese im freiLand ansässigen Mieter verschaffen dem Gelände nicht nur Einnahmen, die wiederum in die Umsetzung von Baumaßnahmen und Projekte investiert werden, sondern bereichern das freiLand um Freizeitangebote und Informationen für die Nutzergruppen.

## 5. Fazit zur Untersuchung

Der vorliegende Schlussbericht gibt eine Übersicht über das Programm der soziokulturellen Zentren WASCHHAUS, Lindenpark, Archiv und freiLand für das Jahr 2011 sowie einen Einblick in die Umsetzung der hauseigenen Zielstellungen der Zentren. Während des Untersuchungszeitraumes und in den Gesprächen mit VertreterInnen der Häuser wurde versucht, einen möglichst konkreten Eindruck über die Arbeit der einzelnen Häuser zu erhalten.

2008 gingen aktive PotsdamerInnen auf die Straße, um für mehr kulturelle Freiräume und Akzeptanz für jugendliche Belange zu protestieren. Dabei richtete sich die Kritik gegen die Schließungen von Häusern wie dem Spartacus, dem Archiv sowie der Insolvenz von WASCHHAUS und Lindenpark. Diese Ereignisse hatten den Wegfall von Bandproberäumen, Graffitiflächen und Räumen für Projekte und Entfaltung von Jugendlichen zur Folge. Der Protest zeugte von dem Willen einiger Potsdamer Jugendlicher nach eigenen Räumen, die sie selbstbestimmt gestalten und in denen sie sich abgegrenzt von Erwachsenen entwickeln und ausprobieren können.

Während der Untersuchung wurde deutlich, dass es eine starke Nachfrage nach partizipatorischen Angeboten gibt. Bandproberäumen, freie Graffitiflächen und Auftritts- bzw. Gestaltungsmöglichkeiten wurden in den Anfragen an die einzelnen Institutionen am häufigsten erwähnt. Auch belegt wiederum die Wahrnehmung von partizipatorischen Angeboten durch die NutzerInnen den Bedarf solcher Veranstaltungen.

Die vier untersuchten Häuser bieten ein breites Angebot an partizipatorischen und rezeptiven Angeboten für Kinder, Jugendliche, junge, mittlere und ältere Erwachsene. Die jeweiligen Einrichtungen haben verschiedene Schwerpunkte und sind damit für die unterschiedlichen Nutzergruppen attraktiv. Im Folgenden wird das Profil der untersuchten soziokulturellen Einrichtungen bzw. der besondere Beitrag zum soziokulturellen Angebot in Potsdam noch einmal kurz dargestellt.

Der Lindenpark bietet ein verstärktes Familien- und Konzertangebot. Die Institution fokussiert vor allem Familien und Kinder als Zielgruppe. Workshops und kulturelle Bildungsangebote, aber auch Jugendkultur und Aktionen für die Skater- und Graffitiszene werden bedient. Darüber hinaus macht der Bereich Musik und die Nachwuchsförderung in diesem Bereich einen wesentlichen Teil aus. Die offensive Kommunikation der Teilhabe und auffordernde Elemente verleihen dem Lindenpark einen bestärkenden und offenen Charakter.

Das WASCHHAUS konzentriert sich auf konsumtive Party- und Musikveranstaltungen und rezeptive Angebote im Bereich Bildende Kunst. Nur im Tanzbereich ist die Aktivierung der TeilnehmerInnen zentral. Mit seinem Programm spricht das WASCHHAUS Jugendliche und junge bis hin zu älteren Erwachsenen an. Um die Chance und das Ziel generationsübergreifender, aktivierender Arbeit wahrnehmen zu können, müsste zunächst die anvisierten Zielgruppen näher bestimmt werden, um dann auf sie zugehen zu können. Wenn dazu eine Verbesserung bzw. Belebung der internen Kommunikation und die Nutzung der kooperativen Möglichkeiten des Standortes gelingen würde, dann könnte sich das WASCHHAUS neu positionieren.

Das Archiv ist Teil einer gewissen Szene, welche sich am ehesten über die Musikstile definieren lässt. Der Verein und das Haus an sich wirken aus Sicht des Besuchers sehr frei und ungezwungen. „Das man das machen kann, was man möchte und nicht nur das, was gerade angeboten wird“. Das Archiv spricht spezielle Gruppen von Menschen mit besonderer lebensweltlicher und politischer Ausrichtung an. Das ist den InitiatorInnen besonders wichtig. Damit ist das Haus weniger offen. Diese Einschränkung lässt sich legitimieren solange das Archiv keine öffentliche Förderung bekommt.

Das freiLand Projekt bietet Raum zur kreativen Entfaltung, vor allem durch Projekte, welche von außen eingebracht werden können. freiLand ist der Raum, in dem Jugendliche eine eigene Idee oder Projektkonzepte selbstständig umsetzen und nach Bedarf dabei fachkompetente Unterstützung erhalten. Die entstehenden Angebote im freiLand sprechen die Zielgruppe von Jugendlichen bis hin zu älteren Erwachsenen an.

Im Anhang befinden sich erklärende Materialien zur Untersuchung: SWOT-Analysen zu den einzelnen Häusern, die Auflistung der besuchten Veranstaltungen während des Untersuchungszeitraumes, die Erläuterung der von der Gruppe intern definierten Begrifflichkeiten sowie die Auswertungsbögen, welche bei den Veranstaltungen ausgefüllt wurden.

## 6. Quellen

Gesamtkonzept **WASCHHAUS** 2008

Jahresplan WASCHHAUS 2011 (alle Veranstaltungen des Waschhauses in 2011)

Übersicht Führungen Bildende Kunst Waschhaus 2011

Homepage des Waschhauses: <http://www.waschhaus.de/>

Drucksachen vom WASCHHAUS (Programmhefte, Flyer etc.) von Mai bis Juli 2011

Gesamtkonzept **Lindenpark** 2008

Lindenpark-Konzept aktualisierte Kurzfassung

Homepage des Lindenparks: <http://www.lindenpark.de/>

Übersicht der Veranstaltungen mit Besucherzahlen Monate Mai-Juli 2011

Übersicht der Veranstaltungen Monate August-Dezember 2011

Projektliste 2011

Think Big-Projektliste

Drucksachen des Lindenparks (Programmhefte, Flyer etc.) von Mai bis Juli 2011

Konzept des **Archiv e.V.**

Homepage des Archives: <http://www.archiv-potsdam.de/joomla4/>

Drucksachen des Archiv e.V. (Flyer, Plakate) von Mai bis Juli 2011

Betreiberkonzept CULTUS UG 2010 (**freiLand**)

Homepage des freiLand: <http://88.198.250.210/cms/freiland/>

Drucksachen vom freiLand (Programmhefte, Flyer etc.) von Mai bis Juli 2011

### Gesprächsprotokolle zu den Gesprächen mit:

WASCHHAUS Geschäftsführer Wilfried Peinke

WASCHHAUS Programmchef Tilo Schönbeck

WASCHHAUS Bereichsleiterin Bildenden Kunst Katja Dietrich-Kröck

WASCHHAUS Bereichsleiterin Tanz Anja Kozik

Lindenpark Geschäftsführer Andreas von Essen und die Bereichsleiter des Hauses

freiLand Gesellschafter Dirk Harder

Archiv-Sprecher Kay-Uwe Kärsten (+ 2 weitere Vereinsmitglieder)

## 7. Anhang

### 7.1 SWOT-Analysen

#### SWOT-Analyse WASCHHAUS

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Vielzahl etablierter Veranstaltungen in allen Sparten</li><li>- breit gefächerte Besucherstruktur</li><li>- dem WASCHHAUS stehen viele Räumlichkeiten zur Verfügung</li><li>- Geschichte und Tradition in Potsdam – war 1. Soziokulturelles Zentrum in Potsdam</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Synergien der Sparten werden nicht ausreichend genutzt</li><li>- Mangelnde interne Kommunikation und schlechtes Betriebsklima</li><li>- kein Verantwortlicher für Marketing</li><li>- unterschiedliche Auffassungen und Kommunikation der Marke WASCHHAUS,</li><li>- teilweise unzureichendes Marketing im Bereich Tanz und Bildende Kunst</li><li>- große Anzahl an rezeptiven Veranstaltungen, wenige Partizipationsmöglichkeiten</li></ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Kooperationen mit Hochschulen und Kultureinrichtungen in allen Sparten</li><li>- Potenzial des Standortes Schiffbauergasse</li><li>-</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aktuell schlechter Ruf in der Fachöffentlichkeit</li><li>- Spannungsverhältnis zwischen Qualitätsansprüchen und Eigeneinnahmen</li></ul>

### SWOT-Analyse Lindenpark

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- gut vernetzt, viele Partner und Kooperationen in der Stadt</li> <li>- spricht als einziges soziokulturelles Zentrum speziell die Zielgruppe Familie und Kinder an</li> <li>- verbindet Kultur- und Sozialarbeit</li> <li>- stark im Bereich Musik und musikalischer Nachwuchsförderung</li> <li>- Gelände als täglicher Anlaufpunkt geöffnet</li> <li>- spricht speziell Skater- und Graffiti-Szene an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- einige Konzerte sind nicht so gut ausgelastet</li> <li>- ungenaue Formulierungen im Konzept</li> <li>- starke Konzentration auf den Stadtteil und die unmittelbare Umgebung</li> <li>- schlechte Anbindung an den ÖPNV</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- viele Familien in Babelsberg</li> <li>- Bedeutung von kultureller Bildung rückt zunehmend ins öffentliche Bewusstsein</li> <li>- durch verstärkte Ansprache von Kindern und Jugendlichen könne diese als zukünftige Zielgruppe an das Haus gebunden werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kaum Laufpublikum, da das Haus in der Stahnsdorfer Straße etwas versteckt liegt</li> <li>- Toleranzgrenze der Nachbarschaft bezüglich des zum Teil entstehenden Lärms und Müll bei einzelnen Veranstaltungen</li> </ul>

## SWOT-Analyse Archiv

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- fester Publikumsstamm</li> <li>- großes, persönliches Engagement der Beteiligten seit 1994</li> <li>- sehr niedrige Preise / unkommerziell</li> <li>- prinzipiell großer Handlungsspielraum und Flexibilität in der programmatischen Gestaltung</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wenig Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Gebäude befindet sich in schlechtem Zustand</li> <li>- von außen kaum erkennbar, dass es sich um ein kulturelles Zentrum handelt</li> <li>- starke Fokussierung auf die scheinbar in sich geschlossene Gruppe der Aktiven im Archiv</li> <li>- starre Haltung bezüglich der eigenen Prinzipien, wenig Kompromissbereitschaft</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interesse von außen besteht, neue Engagierte kommen hinzu</li> <li>- gute Verkehrslage durch Anbindung an den Hauptbahnhof Potsdam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuell stattfindende Baumaßnahmen</li> <li>- durch die Förderung der Stadt entsteht eine größere Abhängigkeit und eventuell eine Einschränkung der Freiheit</li> <li>- der Ausbau der Speicherstadt mit Wohnungen in unmittelbarer Nachbarschaft, gefährdet die Akzeptanz für den Verein</li> <li>- kritische Stimmen in der Öffentlichkeit und Politik</li> <li>- allgemeine Vorurteile gegenüber dem Archiv</li> </ul>

### SWOT-Analyse freiLand

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- starke ehrenamtliche und institutionelle Unterstützung</li> <li>- erfüllt die meisten Punkte des „10 Punkte Plus“ Planes der AJKP</li> <li>- vielfältige Angebote und großer Zuspruch von einem breiten Publikum durch unterschiedliche Projekte und durch Beheimatung des Vereins Spartacus und dem Klub Innenstadt auf dem Gelände</li> <li>- Kommunikation, Internetauftritt und Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Weiträumigkeit des Geländes</li> <li>- zum Teil sanierungsbedürftige Gebäude</li> <li>- Viele Plenen und Aktive erschweren schnelle Entscheidungsprozesse</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- günstige Lage in der Nähe des Hauptbahnhofes</li> <li>- Experimentierraum für unterschiedlichste Akteure und Interessenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projekt und Bespielung des Geländes ist vom Engagement der Jugendlichen abhängig</li> <li>- das Gelände ist zunächst befristet auf drei Jahre vergeben</li> <li>- kritische Stimmen in der Öffentlichkeit und Politik</li> <li>- Abhängigkeit von öffentlicher Förderung und Spenden</li> <li>- Abhängigkeit von Verwaltungs- und Entscheidungsprozessen der Stadtwerke Potsdam</li> </ul>



## 7.2 - Auswertungsfragebogen zu den soziokulturellen Zentren in Potsdam - WASCHHAUS

Veranstaltung: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_

offizieller Beginn: \_\_\_\_\_ Ende: \_\_\_\_\_ Besuchszeitraum : \_\_\_\_\_

### ① Veranstaltungstyp:

- Konzert  Lesung  Ausstellung  Party  Filmveranstaltung  Wettbewerb  
 Diskussion/Künstlergespräche  Festival

### ② Veranstaltungsformat:

- Einzelveranstaltung (nur 1 Genre)  
 Reihe:  wöchentlich  monatlich  vierteljährlich  halbjährlich  jährlich  
 übergreifende Veranstaltung (Kombination mehrerer Genre)  
 neues Format: \_\_\_\_\_

- Saal  Club  Kesselhaus  Open-Air-Bereich  Arena  
 Saal + Club + Kesselhaus + Open-Air-Bereich  Saal + Club + Kesselhaus + Open-Air-Bereich + Arena

③ Besucherzahl: \_\_\_\_\_

④ Auslastung:  0-20%  20-40%  40-60%  60-80%  80-100%

Anmerkungen (z.B. Parallelveranstaltungen): \_\_\_\_\_

### ⑤ Wie ist die Altersstruktur der Besucher der Veranstaltung?

- Kinder (0-13 Jahre)  Jugendliche (14-17 Jahre)  junge Erwachsene (18-26 Jahre)  
 mittlere Erwachsene (27-49 Jahre)  ältere Erwachsene (ab 50 Jahre)

Hier sind Kennziffern bei den vorhandenen Kategorien je nach Anteil zu vergeben:

1 = dominante Altersgruppe(n) vor Ort, 2 = kaum/wenig vorhandene Altersgruppe

Anmerkungen: \_\_\_\_\_

### ⑥ Preisstruktur der Veranstaltung:

Eintritt VVK: \_\_\_\_\_ € Abendkasse: \_\_\_\_\_ € Spätkasse: \_\_\_\_\_ € ermäßigt: \_\_\_\_\_ €  Kein Eintritt

Anmerkungen (Anmerkungen z.B. HappyHour): \_\_\_\_\_

### ⑦ Mit welchen Mitteln wird die Veranstaltung beworben?

- Flyer, Postkarte  Plakate  Homepage  Facebook lokale Medien:  Events  Friedrich  PNN  MAZ

Anmerkungen (z.B. illegale Plakatierung; nationale oder internationale Acts mit größerem PR-Aufwand):

---

**⑧ Welchen Charakter hat die Veranstaltung?**

- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Kinderarbeit (0-13 Jahre)
- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Jugendarbeit (14-17 Jahre)
- Einbeziehung von:  Sozialelementen  Umweltelementen  Bildungselementen  
 gesellschaftlich relevante Themen
- Partizipationsmöglichkeiten, beteiligungsorientierte Kulturpraxis
- Schwerpunktbildung in Bezug auf politische Bildung und demokratische Praxis
- Förderung kreativer Eigentätigkeit und Vermittlung zwischen professioneller und selbst organisierter Kunstproduktionen und kulturellem Schaffen
- niedrighschwelliges Angebot: ■ Preis: \_\_\_\_\_  
■ räumliche Barrieren (Zugang zur VA): \_\_\_\_\_  
■ sozial-psychologische Barriere: \_\_\_\_\_
- Unterhaltung  Avantgarde/experimentell/elitär  Nischenkultur/Fachleute
- Einnahmeaspekt steht im Vordergrund

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑨ Wie präsentieren sich die Besucher? (Selbstdarstellung)**

Gewichtung mit 1=dominant und 2= kaum vertreten

- leger  trendy  elegant  punk  fetisch

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑩ Wie lässt sich die Stimmung auf der Veranstaltung beschreiben?**

- Sehr gute, ausgelassene Stimmung  gute Stimmung  teils, teils  schlechte Stimmung
- teilweise aggressive Stimmung

**Eindruck der kommunikativen Atmosphäre** (kommunikativ, aufgeladen, jeder für sich etc.)

---

**11. Wie ist die Einlasspolitik des Hauses (Einlasspersonal/Security)?**

- strenge Kontrolle (Abtasten von Körper und Taschen)  Taschenkontrolle  Ausweiskontrolle
- keine Einlasskontrolle ■ Atmosphäre am Eingang/Freundlichkeit: \_\_\_\_\_

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**12. Wie ist die Kundenfreundlichkeit des Personals? (Höflichkeit, Bedienung, Service allgemein)**

- (sehr) höflich  mittelmäßig  eher unhöflich |  schnelle Bedienung  mittelmäßig  eher langsam |  (sehr) serviceorientiert  mittelmäßig  eher nicht serviceorientiert

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**- Auswertungsfragebogen zu den soziokulturellen Zentren in Potsdam -  
LINDENPARK**

**Veranstaltung:** \_\_\_\_\_ **Datum:** \_\_\_\_\_

**offizieller Beginn:** \_\_\_\_\_ **Ende:** \_\_\_\_\_ **Besuchszeitraum :** \_\_\_\_\_

**① Veranstaltungstyp:**

- Konzert  Lesung  Ausstellung  Party  Filmveranstaltung  Wettbewerb  
 Diskussion/Künstlergespräche  Festival

**② Veranstaltungsformat:**

- Einzelveranstaltung (nur 1 Genre)  
 Reihe:  wöchentlich  monatlich  vierteljährlich  halbjährlich  jährlich  
 übergreifende Veranstaltung (Kombination mehrerer Genre)  
 neues Format: \_\_\_\_\_

- Saal  Salon  Keller  Open-Air  Skatepark  Spielplatz

**③ Besucherzahl:** \_\_\_\_\_

**④ Auslastung:**  0-20%  20-40%  40-60%  60-80%  80-100%

**Anmerkungen** (z.B. Parallelveranstaltungen): \_\_\_\_\_

**⑤ Wie ist die Altersstruktur der Besucher der Veranstaltung?**

- Kinder (0-13 Jahre)  Jugendliche (14-17 Jahre)  junge Erwachsene (18-26 Jahre)  
 mittlere Erwachsene (27-49 Jahre)  ältere Erwachsene (ab 50 Jahre)

Hier sind Kennziffern bei den vorhandenen Kategorien je nach Anteil zu vergeben:

1 = dominante Altersgruppe(n) vor Ort, 2 = kaum/wenig vorhandene Altersgruppe

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑥ Preisstruktur der Veranstaltung:**

Eintritt VVK: \_\_\_\_\_ € Abendkasse: \_\_\_\_\_ € Spätkasse: \_\_\_\_\_ € ermäßigt: \_\_\_\_\_ €  Kein Eintritt

**Anmerkungen** ( Anmerkungen z.B. HappyHour): \_\_\_\_\_

**⑦ Mit welchen Mitteln wird die Veranstaltung beworben?**

- Flyer, Postkarte  Plakate  Homepage  Facebook lokale Medien:  Events  Friedrich  PNN  MAZ

**Anmerkungen** (z.B. illegale Plakatierung; nationale oder internationale Acts mit größerem PR-Aufwand):

---

**⑧ Welchen Charakter hat die Veranstaltung?**

- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Kinderarbeit (0-13 Jahre)
- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Jugendarbeit (14-17 Jahre)
- Einbeziehung von:  Sozialelementen  Umweltelementen  Bildungselementen  
 gesellschaftlich relevante Themen
- Partizipationsmöglichkeiten, beteiligungsorientierte Kulturpraxis
- Schwerpunktbildung in Bezug auf politische Bildung und demokratische Praxis
- Förderung kreativer Eigentätigkeit und Vermittlung zwischen professioneller und selbst organisierter Kunstproduktionen und kulturellem Schaffen
- niedrigschwelliges Angebot: ■ Preis: \_\_\_\_\_  
■ räumliche Barrieren (Zugang zur VA): \_\_\_\_\_  
■ sozial-psychologische Barriere: \_\_\_\_\_
- Unterhaltung  Avantgarde/experimentell/elitär  Nischenkultur/Fachleute
- Einnahmeaspekt steht im Vordergrund

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑨ Wie präsentieren sich die Besucher? (Selbstdarstellung)**

Gewichtung mit 1=dominant und 2= kaum vertreten

- leger  trendy  elegant  punk  fetisch

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑩ Wie lässt sich die Stimmung auf der Veranstaltung beschreiben?**

- Sehr gute, ausgelassene Stimmung  gute Stimmung  teils, teils  schlechte Stimmung
- teilweise aggressive Stimmung

**Eindruck der kommunikativen Atmosphäre** (kommunikativ, aufgeladen, jeder für sich etc.)

---

**11. Wie ist die Einlasspolitik des Hauses (Einlasspersonal/Security)?**

- strenge Kontrolle (Abtasten von Körper und Taschen)  Taschenkontrolle  Ausweiskontrolle
- keine Einlasskontrolle ■ Atmosphäre am Eingang/Freundlichkeit: \_\_\_\_\_

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**12. Wie ist die Kundenfreundlichkeit des Personals? (Höflichkeit, Bedienung, Service allgemein)**

(sehr) höflich  mittelmäßig  eher unhöflich |  schnelle Bedienung  mittelmäßig  eher langsam |  (sehr) serviceorientiert  mittelmäßig  eher nicht serviceorientiert

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

## **7.3 Besuchte Veranstaltungen**

### **Archiv**

#### Freizeitangebote:

B-Day Party: Offener Treff (Billard, Kicker, Kneipe, Bar, Kartenspielende) am 21. Mai 2011

Offenes Atelier am 20. Juni 2011

#### Lesungen:

Schementhemen am 25. Juni 2011

#### Party/Disco:

80er Jahre Party, am 11. Juni und 09. Juli 2011

Archiv-Nacht am 02. Juli 2011

### **freiLand**

#### Eröffnungsveranstaltung:

Besucht am 15. Mai und 16. Mai 2011

#### Festivals:

HipHop'n Youth Culture Festival 15. Juli 2011

### **Lindenpark**

#### Events/Festivals:

„Außenbeobachtung/Eindrücke“ Psychomania am 11. Juni 2011

#### Für Kids:

Spielplatzbeobachtung am 25. Juni 2011 (Eindrücke gesammelt)

#### Skater:

Summer Slam Skatercontest am 25. Juni 2011

#### Konzerte:

Dusk plays Radionhead unplugged am 17. Juni 2011

Götz Widmann am 23. Juli 2011

Music Supercup 2011 am 18. Juni 2011

Nur die Harten komm' in Park am 27.Mai 2011

Sonstiges:

Public Viewing: Frauenfußball WM am 26. Juni 2011

Workshops/Kurse:

FeZ Phantasiereisen am 27.Juli 2011

FeZ (Flitze)Bogen am 27.Juli 2011

**Waschhaus**

Kino:

Der Auftragslover am 11. Juli 2011

Kunst:

Red Wall Ausstellungseröffnung am 5. Juli 2011

Lesungen:

Peter Zudeick „Ich bejahe die Frage mit Ja“ am 16. Juni 2011

David Vann „Im Schatten des Vaters“ am 08. Juni 2011

Unerkannt durchs Freundesland 4. Mai 2011

Oxymoron:

Work out am Montag (11.Juli 2011) 20.30Uhr

Partys:

Ruby's Weekend am 5. Juli 2011

Bad Taste am 1. Juni 2011

Firestarter am 4. Juni 2011

Rubys:

Konzert:

Kim Nixon am 21. Juni 2011

Beckmaakon am 24. Mai 2011

Open Rubys am 28. Juni

Club:

24. Mai 2011

21. Juni 2011

9. Juli 2011

Sonstiges:

Stadt für eine Nacht am 9. und 10. Juli 2011

Zum weißen Rössl (Musical) am 21.Mai 2011

## Tanz:

Oxymoron, Work out am Montag (11.Juli 2011) 20.30Uhr

### **7.4 Begriffe**

#### **Avantgarde:**

- Künstlerische Entwicklungen, welche nicht Mainstream sind werden präsentiert
- Starke Orientierung an Fortschrittlichen, heben sich vom Vorherrschenden Normen ab
- Musik: "Als Avantgarde wird Musik bezeichnet, die sich so weit vom Mainstream entfernt, dass sie in ihrer Andersartigkeit als experimentell empfunden wird." Oder "Die avantgardistische Kunst tritt vor allem als antibürgerliche, bewusst provokante, betont innovative sowie stark selbstreflexiv orientierte Kunst auf."
- die Aufgabe, im Dienste eines emphatischen Fortschrittsglaubens Neue Ideen unter den Menschen zu verbreiten.
  - bei den Futuristen: Künstler wollen damit ihr "vorgeschobenes" Bewusstsein, eine informelle Zusammengehörigkeit und ein spezifisches Kunstwollen definieren, welches sich gegen die Macht der Traditionen und einen selbstgenügsamen Ästhetizismus wendet
- A. gilt heute als Sammelbegriff, der für unterschiedliche Künstlergruppen und Kunstrichtungen, die eine programmatisch fixierte Kunstabsicht und die Frontstellung gegen den etablierten Kulturberieb verbindet. Gegen Kommerzialisierung, agiert Publikums- und Marktverachtend und Rücksichtslos gegenüber dem gängigen Geschmack. Die A. ist heute kommerzialisiert und akademisiert. Avantgardistische Kunstwerke sind sind längst Aktivposten des Kunstmarktes und Glanzstücke der Museen.

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

#### **Gesellschaftlich relevante Themen:**

- Aktuelle Themen und Diskussionen, welche für alle Bürger oder eine bestimmt Gruppe wichtig scheinen, werden abgehandelt
- Bezug zu Allgemeine Interessen

#### **Kommerz:**

- Die Unterordnung von ideellen, kulturellen Werten unter ökonomische Interessen
- massenwirksame Inszenierungen, internationale Starsysteme oder Versuche, so etwas wie künstlerische oder "kulturelle" Marken zu prägen, treten in den Vordergrund

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

#### **niedrigschwelliges Angebot:**

Zugang zu Kunst und Kultur erleichtern

- Räumliche Barrieren: Erreichbarkeit, Ambiente, einladender Eingangsbereich
- soziale-psychische Hürden: Zwischenmenschliche Beziehungen, wie wird der Besucher aufgenommen, Freundlichkeit, Kleidung
- preisliche Gestaltung: Eintritt, Preise für Speisen und Getränke

#### **Nischenkultur** (Subkultur):

- Abgrenzung von der „herrschenden“ Hochkultur
- Die Ausgrenzung zu dominant gesetzten Kulturen (bürgerliche Hochkultur vs. Bohème, Hochkultur vs. Alltagskultur/Arbeiterkultur/Massenkultur). S.en negieren somit jene gesamtgesellschaftlichen Normen die durch Establishment und kompakte Majoritäten bestimmt und z.B. durch Schule vermittelt werden. S.en setzen die Entstehung sozialer Gruppen voraus, die sich gegenüber anderer Gruppen abgrenzen, und ein eigenes Selbstbewusstsein (gemeinsame Wertvorstellungen, soziale Beziehungen, gemeinsame Praktiken) entwickelt haben.

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

#### **Partizipationsmöglichkeiten:**

- eigene Interesse mit einbringen (gemeinsame Treffen, Programmmitgestaltung, Angebote auf Nachfrage)
- direkte Mitgestaltung und Beteiligung der Veranstaltung durch Besucher und Bürger der Stadt
- gestalterische Selbsttätigkeit möglichst vieler Bürger fördern

#### **reine Unterhaltung:**

- mehrdimensionaler begrifflicher Komplex, der mit Vergnügen, Genuss, Spaß, Spiel und dem Gegenteil von Langeweile in Verbindung steht. U. in einem



modernen Sinne ist gebunden an die Erscheinung der Massenkultur Ende des 19. Jh. und deren unmittelbare Verknüpfung mit Freizeitorientierung. Da U. auf Ablenkung, Entspannung und insgesamt auf angenehme Empfindungen abzielt und nicht auf kognitive Anstrengung, darf das U.s-Angebot dem Rezipienten nicht zu komplex erscheinen.

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

**Service:**

- Freundlichkeit des Personals(Lächeln, „Bitte“/“Danke“/ Begrüßung?), Schnelligkeit (evtl. in der Reihenfolge der Bedienung?) , Flexibilität und Extras (mit/ ohne Eis, Stift und Zettel zum Verleih, ...) Geduld

**Sozialelemente:**

- dauerhaft relevante Beziehungen und Alltagsfaktoren werden gestützt (Netzwerken, Austausch, Geselligkeit (Kinder zusammenbringen...)...)
- die alltägliche Lebenswelt einbezieht

**spartenübergreifend:**

- Veranstaltung in der zwei oder mehrere Genre (Bsp.: Lesung und Ausstellung, Konzert und Vernissage, Tanz mit Live-Musik) parallel oder in gegenseitiger Ergänzung statt findende



**Betreff:**  
**Konzept Waschhaus**

öffentlich

**bezüglich**  
**DS Nr.: 11/SVV/0329**

Erstellungsdatum	17.11.2011
Eingang 902:	17.11.2011

Einreicher: FB Kultur und Museum

**Beratungsfolge:**

Datum der Sitzung	Gremium
24.11.2011	Jugendhilfeausschuss
24.11.2011	Ausschuss für Kultur
30.11.2011	Hauptausschuss

**Inhalt der Mitteilung:**

Der Kulturausschuss, Jugendhilfeausschuss und Hauptausschuss nehmen zur Kenntnis:

Entsprechend des Auftrags der STVV vom 04.05.2011 wurde das Konzept der Waschhaus gGmbH (2008), das anlässlich eines Verfahrens zur Interessensbekundung von einer hierfür eingesetzten Jury zur Umsetzung empfohlen wurde, mit dem aktuellen Konzept (Antrag auf Gewährung einer Zuwendung für das Jahr 2011) der Einrichtung verglichen. Hierfür wurde eine Matrix angelegt, die die einzelnen Programminhalte nebeneinander darstellt (Anlage 1) und ggf. den Stand der Umsetzung kommentiert. Zudem wurde die Evaluation der soziokulturellen Zentren in Potsdam (Anlage 5) der Fachhochschule Potsdam – Studiengang Kulturarbeit in die Betrachtung einbezogen.

Die Finanzübersicht für beide Konzepte ist ebenfalls beigefügt (Anlage 2).

Die Waschhaus gGmbH hat der Ausreichung der Konzepte der Jahre 2008 (Anlage 3) und 2011 (Anlage 4) zugestimmt.

Fortsetzung ab Seite 3

**Beratungsergebnis**

Zur Kenntnis genommen:

Gremium:

Sitzung am:

zurückgestellt       zurückgezogen

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Büro der Stadtverordnetenversammlung

**Finanzielle Auswirkungen?**

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

Geschäftsbereich 4

- Anlagen
- Anlage 1, Programminhalte
- Anlage 2, Finanzübersicht
- Anlage 3, Konzept 2008
- Anlage 4, Wirtschaftplan 2011
- Anlage 5, Evaluation der soziokulturellen Zentren-neu

Aus dem Vergleich der beiden Konzepte (s. angefügte Matrix, Anlage 1) und der Berücksichtigung der *Evaluation der soziokulturellen Zentren in Potsdam* wird folgendes deutlich:

### 1. Finanzen

Die **Förderung durch öffentliche Gelder ist höher**, als in dem Ursprungskonzept von 2008 vorgesehen. In 2008 waren € 494.000 öffentliche Förderung geplant, das Waschhaus bekommt in 2011 € 506.990 Fördermittel von der Landeshauptstadt Potsdam und dem Land Brandenburg (MWFK) zugewendet. **Problematisch** stellt sich hingegen die **Erwirtschaftung von Eigenmitteln** dar. In dem Ursprungskonzept ist die Kategorie „Eintritt/Garderobe“ mit € 490.000 angegeben, für 2011 sind € 338.136 vorgeplant. Die in dem Konzept 2011 formulierte programmatische Ankündigung, durch NICHT-niederschwellige Angebote höhere Erlöse erzielen zu wollen, muss vor diesem Hintergrund kritisch hinterfragt werden. Die Gastronomieansätze sind nahezu in der Höhe, wie in dem Ursprungskonzept angegeben (2008: € 96.000, 2011: € 97.170). Hervorzuheben sind die durch die Bereichsleiterinnen Tanz und Bildende Kunst / Literatur eingeworbenen hohen Drittmittel (s. Anlage 2, 2.3 und 2.4).

### 2. Inhalt

In dem **Bewerbungskonzept von 2008** wird das Waschhaus, das mit seiner wechselvollen Geschichte zu den Pionierstätten an der Schiffbauergasse gehört, als Einrichtung begriffen, die Soziokultur weniger als konkrete Praxisform auffasst, sondern als programmatische Bezeichnung für **Inhalte** und **Diskurse**. *Bewegen, Gestaltung und Nutzen* werden als zentrale Elemente im Konzept benannt. Weiter wird im Konzept vertreten, dass das Waschhaus **keine konsumorientierte Veranstaltungspalette** generieren wolle, sondern sich zum Ziel gesetzt habe, auch und vor allem für heterogene und schwer erreichbare Zielgruppen Angebote zu schaffen. (s. beigefügte Matrix und Evaluation, S. 6. f)

Den Schwerpunkt der Arbeit des Waschhauses machen **derzeit** allerdings vor allem **rezeptive Angebote** aus. Auch im Evaluationsbericht wird festgestellt, dass aktuell eine Einbindung zum Beispiel Ehrenamtlicher zur Behebung von Defiziten in der Partizipation nur punktuell stattfindet, zudem würden die Möglichkeiten zur Partizipation nicht in der Öffentlichkeit kommuniziert (Evaluation, S. 29). Außerdem sei sowohl bei dem Programmchef „Musik“, als auch bei dem Geschäftsführer zu wenig Initiative zur Einbindung zum Beispiel der Zielgruppe „Studierende“, „Schüler“ oder junge Freiwillige erkennbar. In dem Evaluationsbericht heißt es: „Der Geschäftsführer und der Programmchef heben in diesem Zusammenhang die Schwierigkeiten hervor, es ist aber keine Phantasie und Energie erkennbar, auf diese Zielgruppen zuzugehen. Umso mehr käme es hier auf ein kontinuierliches Bemühen um Studierende und andere Freiwillige an.“ (Evaluation, S. 30)

Die partizipativen Angebote des Waschhaus wurden von der Geschäftsführung sukzessive ausgedünnt. Für die einzelnen Genres und zentrale Elemente des Waschhaus-Konzepts bedeutet dies:

**Konzerte** aus allen Genres populärer Musik und Partys stellen einen Großteil der Veranstaltungen im Waschhaus dar (s. Diagramm, Evaluation, S. 25).

**Experimentelle Angebote** und solche, die sich explizit vom Mainstream abheben, bilden dabei nicht den Schwerpunkt. Eine Ausnahme bilden die von ehemaligen Mitarbeitern initiierten Veranstaltungsformate *Rubys Tuesday* und *Rubys Weekend*.<sup>1</sup>

Die Förderung junger Bands findet im Rahmen der *Rubys-Formate* statt. Die Beurteilung im Evaluationsbericht lautet:

„Die Konzerte dieser Veranstaltungsreihe sind frisch, individuell und aktuell.“ (Evaluation, S. 14)  
Es wird festgehalten, dass das Format *Rubys Tuesday* einen „großen Beitrag“ für populäre Live-Musik in Potsdam leiste.

**Partys** stellen einen wesentlichen Programmteil des Waschhauses dar. Das Partyprogramm ist variationsreich, die partizipative Gestaltung allerdings beschränkt. Die im Konzept genannten Partyreihen sprechen unterschiedliche Zielgruppen, vor allem Jugendliche und junge Erwachsene, an. In ihrer Gesamtheit zielen sie auf ein breites Publikum ab. Mittlerweile sind die einzigen eigenen Partys des Waschhaus allerdings *3- die Party* und *Rubys Tuesday*. *Electronic Boogie*, *Feierstarter*, *Bad Taste* sind Vermietungen oder Kooperationen. Die Partys *Klub Color*,

---

<sup>1</sup> Schwer nachvollziehbar ist vor diesem Hintergrund, dass die Geschäftsleitung das Veranstaltungsformat „Rubys Weekend“ aus Kostengründen ab September einsparen will.

*Next Generation und Rubys Weekend* wurden abgesetzt. Die ursprüngliche Intention, die im Konzept 2008 mit der Sensibilisierung für Trends, aber auch in der Pflege musikalischer Nischen liegt, ist in Ansätzen erkennbar. Die Partyreihen, die in 2008 auch für Minderheitenkulturen konzipiert wurden (*Hightek Pressa, Schwarzwäsche oder RocknRoll Highschool*), sind weggefallen. Versuchsweise wurde eine neue Partyreihe („We are Animals“) vom Waschhaus gestartet, in der junge Erwachsene ein Electro-Event gestalten können (Evaluation, S. 13). Dies hat bislang zweimal stattgefunden. Außerdem wird bei 3 - *Die Party* unbekanntem DJs im Wechsel mit Profis Möglichkeiten zum Auftritt gegeben. Im Evaluationsbericht heißt es, dass der im Konzept formulierte Anspruch, Minderheitenkulturen anzusprechen, nur marginal eingelöst wurde: „Die verschiedenen Partyreihen und Musikstile sprechen größtenteils ein breites Publikum an.“ (Evaluation, S. 14) Allerdings sei derzeit ein Konzept im Entstehen, das eine Hip-Hop-Partyreihe vorsehe. (Evaluation, S. 14)

**Partizipation** und kreative Selbstentfaltung wird im Waschhaus vor allem im Bereich **Tanz** verfolgt. Das Oxymoron Tanzstudio bietet ein breites Angebot an Kursen an. Außerdem ist ein wichtiges Standbein des soziokulturellen Konzepts die Oxymoron Dance-Company, die zum Beispiel gemeinsam mit dem Hans Otto Theater „Romeo meets Julia“ als innovatives Crossover-Format im Sommer 2011 präsentierte. In Kooperation mit der fabrik wurde zudem in der Vergangenheit das Education-Projekt „Tanz in Schulen“ durchgeführt, das allerdings gegenwärtig nicht stattfindet. Der Grund hierfür sei lt. Geschäftsführer das mangelnde Interesse seitens der Schulen. (Evaluation, S. 19).

Problematisch ist auch der geringe Etat für den Tanz, der von dem Geschäftsführer den Fördermittelgebern gegenüber mit € 8000 bis € 10.000 angegeben wurde. Ein großer Teil der finanziellen Mittel für den Tanz wurde von der Bereichsleiterin Tanz über Drittmittel eingeworben. Fehlende Mittel sind es auch, die lt. Evaluationsbericht zum Ausfall der im Konzept des Waschhauses erwähnten Tanzcamps führen (Evaluation, S. 19). Zudem wird im Rahmen des Berichts bemängelt, dass die Öffentlichkeitsarbeit hinter ihren Möglichkeiten zurück bliebe (Evaluation, S. 19)

**Partizipative Angebote** für die Genres **Film** und **Literatur** sind nicht unmittelbar erkennbar. Auch hier sind die notwendigen Mittel im Haushalt des Waschhaus nicht zur Verfügung gestellt worden (vgl. Evaluation, S. 21). Der Open-Air-Kinosommer bildet den Schwerpunkt innerhalb des Genres „Film“ im Waschhaus. Das ursprünglich sehr breit angelegte Angebot für die Sparte Film findet im Waschhaus derzeit nicht statt. Auch hier werden vom Waschhaus vor allem der Mangel an finanziellen und personellen Ressourcen angeführt (Evaluation, S. 23). Für den im Konzept von 2008 formulierten Schwerpunkt **Labor** gilt, dass dieser in keiner Weise im Waschhaus umgesetzt wird. Das Labor, das eine „Spielwiese für ungewöhnliche und überraschende Aktivitäten“ sein und sich speziell an die Zielgruppe „Studierende“ wenden sollte, wird in keiner Weise kommuniziert. Aus diesem Grund wissen die Studierenden in Potsdam nichts von der Möglichkeit, Veranstaltungen oder Projekte im Waschhaus durchzuführen. (Evaluation, S. 24).

Die hochkarätige **Ausstellungsarbeit** im **Kunstraum** wird trotz des geringen Budgets durch Führungen und Vermittlungsangebote flankiert. Ein Freundeskreis existiert bislang nicht (Evaluation, S. 9). Im Bereich der Bildenden Kunst hat sich die Ausstellungsreihe *Red Wall* etabliert, die einen Beitrag zur Förderung der Eigentätigkeit darstellt (Evaluation, S. 10).

Der *KO-Kunstwettbewerb* findet wegen fehlender Mittel im Waschhaus-Haushalt nur noch zweijährig statt. Die Geschäftsführung gibt den Etat für den Kunstraum mit ca. € 8000,- an. Von der Leiterin des Bereichs „Kunst“ konnten erhebliche Drittmittel eingeworben werden, ohne die das hochwertige Angebot des Kunstraums nicht gewährleistet werden könnte.

Die Sparte **Comedy** wird im Waschhaus regelmäßig bedient. Zahlreiche bekannte Comedians treten dort auf, die Veranstaltungen richten sich an ein breites Publikum.<sup>2</sup>

Die **Zielgruppen** des Waschhauses werden in dem Konzept von 2011 nicht deutlich beschrieben und nicht differenziert. Die Erweiterung auf „erwachsenes Publikum“ ist nicht nachvollziehbar, zumal bei Vernissagen, ausgewählten Konzerten, Lesungen etc. auch in der Vergangenheit „älteres Publikum“ anwesend war. „Älteres Publikum“ ist in sich nicht homogen. Wenn eine stärkere Akzentuierung der Zielgruppe „Ältere“ stattfinden soll, empfiehlt sich zum Beispiel eine Orientierung an den *Sinus-Milieus*.

---

<sup>2</sup> Der Erfolg und die Ausstrahlung der Comedy-Reihe variiert sehr stark. So war der Auftritt von Olaf Schubert (01.07.2011) ein großer Erfolg, das Gastspiel von Fips Asmussen (02.09.2011) hingegen bewirkte einen starken Imageschaden beim Waschhaus.

Die bisherigen Open-Air-Veranstaltungen 2011, wie Ludovico Einaudi, Olaf Schubert und Unesco-Abend auf dem Veranstaltungsplatz / der Freilichtbühne richten sich an ein breites Publikum.

**Fazit:** Das Waschhaus muss sein Potenzial künftig stärker nutzen. Es konzentriert sich stark auf rezeptive Veranstaltungen und Angebote. Die Geschäftsleitung hat entschieden, die partizipativen Angebote und solche, die sich an Minderheitenkulturen wenden, gegenüber dem Konzept von 2008 zu reduzieren. Zudem werden die Synergien der Sparten nicht ausreichend genutzt, die interne Kommunikation weist Mängel auf und das Marketing des Hauses ist nicht optimal (Evaluation, S. 73). Positiv stehen dem eine Vielzahl etablierter Veranstaltungen in allen Sparten gegenüber, eine breit gefächerte Besucherstruktur, viele Räumlichkeiten und – geschichtlich begründet – ein positives Image (Evaluation, S. 73).

Trotz intensiver Gespräche, die zwischen Geschäftsleitung und den Fördermittelgebern LHP und Land Brandenburg stattfanden, wurde bislang die Akzentuierung und der Etat für die soziokulturellen, partizipativen Angebote nicht erhöht. Die LHP und das Land Brandenburg stellen fest, dass die derzeitige Linie des Waschhauses zwar hinsichtlich der tragenden „Säulen“ mit dem Konzept von 2008 überein stimmt, die soziokulturelle Komponente allerdings zu kurz kommt (Vgl. Evaluation, S. 71). Um das Waschhaus besser zu platzieren, seinen derzeit schlechten Ruf in der Fachöffentlichkeit (Evaluation, S. 73) zu kompensieren und die Elemente „Teilhabe“ und „Empowerment“ besser zu integrieren, sollten die Kooperationen mit Hochschulen und anderen Kultureinrichtungen verstärkt werden. Zudem müssen die Möglichkeiten des Standortes Schiffbauergasse in die Arbeit des Waschhaus integriert werden. (Vgl. Evaluation, S. 73) Die Gesellschafter der Waschhaus gGmbH werden daher von den Fördermittelgebern gebeten, eine Strategie zur Stärkung der soziokulturellen Komponente ausarbeiten zu lassen. Dazu werden die Fördermittelgeber die Gesellschafter noch 2011 zu einer gemeinsamen Sitzung einladen. Mit Ablauf der ersten Quartals des Jahres 2012 soll die Strategie zwischen den Parteien abgestimmt sein. Bis zur erfolgten Einigung wird die Zuwendung an das Waschhaus mit einer Zweckbestimmung für die soziokulturellen Bereiche ausgereicht.

## Anlage 1

Konzept Waschhaus bezüglich 11/SVV/0329, Beschluss vom 04.05.2011

Inhaltlich-konzeptioneller Bereich	Konzept Oktober 2008	Konzept Antrag 2011
<b>Selbstverständnis</b>	Offener genreübergreifender Kunst- und Kulturraum mit soziokultureller Organisationsform. Soziokultureller Ansatz wird programmatisch aufgefasst, partizipations- als auch rezeptionsorientierte Veranstaltungen sollen angeboten werden (S. 4).	In den einleitenden Bemerkungen der Geschäftsführung wird die Erwartungshaltung von Politik und Verwaltung, dass niederschwellige Angebote den Schwerpunkt bilden sollten, festgestellt; dies stehe im Konflikt zur Erzielung von hohen Erlösen. Das Veranstaltungsprogramm müsse ausgewogen sein. Es wird eine konzeptionelle Erweiterung von Veranstaltungsformen avisiert (S.1).
<b>Selbsttätigkeit/ Partizipation</b>	Personelle, räumliche und technische Infrastruktur zur Produktion und Präsentation der Kernzielgruppe zur Verwirklichung der eigenen Ideen sollen zur Verfügung gestellt werden (S.4).	Der partizipatorische Ansatz findet sich jeweils in den speziellen Genreangeboten wieder: Zum Beispiel <i>Next Generation</i> - Schülerdisko in Kooperation mit <i>Teens</i> , <i>Rubys Tuesday</i> (Unplugged-Bühne für unbekannte Bands aus der Region). <i>KO-Kunstwettbewerb</i> im Kunstraum Bemerkung zum Stand der Umsetzung: <i>Next Generation</i> entfällt ab Mai 2011. Für die Zielgruppe Schüler entfällt damit ein Veranstaltungsformat.
<b>Zielgruppen</b>	Kernzielgruppen: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, Angebote für heterogene und schwer erreichbare Zielgruppen (S. 4, 6).	Die Zielgruppe wird erweitert auf erwachsenes Publikum (S. 9).
<b>Bildende Kunst</b>	<p>Kunstraum Potsdam</p> <p>Junge zeitgenössische Kunst, internationale Orientierung, jenseits des kommerziellen Galeriebetriebes (S. 7).</p> <p>8-10 Ausstellungen Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen und Gastkuratoren (S. 7).</p> <p><i>KO-Kunstwettbewerb</i>, Brückenschlag zwischen Kunstwelt und Soziokultur (S. 7).</p> <p>Kulturvermittlung durch Kuratorenführungen bzw. Künstlergespräche, spezielle Führungen für Senioren, Abendführungen oder individuelle Veranstaltungen für Gruppen (S. 7-8).</p> <p>Schaffung eines Freundeskreises (S. 8)</p>	<p>Kunstraum Potsdam</p> <p>Konzeptioneller Ansatz hat sich dem Standort entsprechend entwickelt.</p> <p>7 Ausstellungen (S. 2-8) Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen und Gastkuratoren. Bemerkung zur Umsetzung: Die engagierte Arbeit der Leiterin des Bereichs Bildende Kunst machte die Realisierung hochkarätiger Ausstellungsprojekte möglich, es wurden entsprechende Drittmittel von ihr eingeworben.</p> <p>Künstlergespräche und Führungen fanden statt.</p>

		Außerhalb des Kunstraumes findet als neues Angebot eine Ausstellungsreihe <i>Red Wall</i> statt. Ein Projekt junger Kreativer mit enger Verbindung zum Waschhaus, die jenseits vom kommerziellen Galeriebetrieb experimentelle Kunst für ein breites Publikum präsentieren.
<b>Tanz</b>	<p>Wichtiges Standbein des soziokulturellen Konzeptansatzes, wird verwirklicht durch das <i>Offizze</i> (S. 11).</p> <p>Tanz bietet eine Plattform für Kinder und Jugendliche, sich auszuprobieren und sich im Tanz zu begegnen. Gemeinsame Projekte mit Partnern und jugendlichen Kursteilnehmern bieten einem jungem Publikum Identifikationsmöglichkeiten (S. 11-12).</p>	<p>Wichtiges Standbein des soziokulturellen Konzeptansatzes, wird verwirklicht durch <i>Oxymoron</i> (Weiterentwicklung von <i>Offizze</i>).</p> <p>Tanz bietet Plattform für Kinder und Jugendliche sich auszuprobieren und sich im Tanz zu begegnen. Gemeinsame Projekte mit Partnern und jugendlichen Kursteilnehmern bieten einem jungem Publikum Identifikationsmöglichkeiten (S.10). Bemerkung zur Umsetzung: Durch das Engagement der Leiterin des Bereichs Tanz konnten die Angebote auch zu Crossover-Formaten (z.B. mit dem HOT, u.a. auf der Seebühne) weiterentwickelt werden.</p>
<b>Musik</b>	<p>Wichtigste Säule im soziokulturellen Angebotskatalog. Schwerpunkt: Angebote jenseits des Mainstreams und partizipationsorientierte Aktionsformen (S. 9).</p> <p>Förderung junger Bands mit eigenen Veranstaltungsformaten. Nachwuchsförderung bzw. Förderung junger Talente durch die Schaffung von Auftrittsmöglichkeiten (S. 10).</p>	<p>Wichtigste Säule im soziokulturellen Angebotskatalog. Angebot für unterschiedliche Zielgruppen, verstärkte Ansprache der Zielgruppe erwachsenes Publikum (S. 9).</p> <p>Förderung junger Bands mit eigenen Veranstaltungsformaten. Wird im VA-Format <i>Rubys Tuesday</i> und <i>Rubys Weekend</i> umgesetzt.</p>
<b>Partys</b>	<p>Wesentlicher Bestandteil der Jugendkultur. Variationsreiches Partyangebot für die Kernzielgruppe, Partykultur ermöglicht regelmäßiges Treffen und Austausch der jugendlichen Zielgruppe (S. 10).</p> <p>Partizipationsprinzip, Möglichkeit für Jugendliche eigene Formate für Partys/Club Projekte zu entwickeln.</p>	<p>Wesentlicher Bestandteil der Jugendkultur. Variationsreiches Partyangebot für die Kernzielgruppe, Partykultur ermöglicht regelmäßiges Treffen. Es existiert ein vielfältiges Partyangebot (<i>Feierstarter</i>, <i>Boogie 3000</i>, <i>Rubys TuesdayClub</i>). Einführung des neuen Formates <i>3 – Die Party</i>, nahe am Mainstream, Partyreihen sollen sich finanziell selbst tragen (S. 7-8). Auch Partys sollen an der Marke Waschhaus ausgerichtet werden (S. 7).</p>
<b>Literatur</b>	<p>„Das Waschhaus versteht sich als Förderer der Buch- und Lesekunst und bietet eine breite Palette an Möglichkeiten der Begegnung mit Literatur sowie ihrer kritischen Rezeption“ an (Zitat, S. 13). Vielfältige, auf ein junges Publikum zugeschnittene Veranstaltungsformate werden beschrieben (<i>Hörlounge</i>, <i>Literaturfrühstück</i>, <i>Kinderbuchsonntag</i>, <i>Bilderstreit</i>) (S. 13).</p>	<p>2 Lesungen pro Monat, mit renommierten Autoren, die die Tendenzen der jüngeren nationalen und internationalen Literatur repräsentieren, sind geplant (S. 2).</p>
<b>Kabarett bzw. Comedy</b>	<p>In der Arena soll dem immens gestiegenen Interesse des Potsdamer und Berliner Publikums an Veranstaltungen mit jungen Comedians Rechnung getragen werden. Regelmäßig werden hier künftig bekannte Vertreter der deutschen Comedy-Szene zu Gast sein ( S. 13).</p>	<p>Im Bereich Kabarett gastieren zahlreiche Künstler, wie u. a. Markus Maria Profitlich, Olaf Schuber, Serdar Somucu (S. 9).</p>
<b>Film</b>	<p>Vielfältige Rezeptionsangebote: Open-Air-Kinosommer, Filmnächte, TV Festival TELE-mania, Amateur-Film Wettbewerb (S. 14)</p>	<p>Realisation des Schiffbauergasse Open-Air-Kinosommers in Kooperation mit dem Cinemastell e. V. (S. 6).</p>
<b>Labor</b>	<p>Aktions- und Gestaltungsplattform für 22-35-Jährige, insbesondere Studierende der Potsdamer Hochschulen (S. 15).</p>	<p>Ist im Programm 2011 nicht dezidiert ausgewiesen.</p>



Anlage 2				
<b>Mitteilungsvorlage zum Waschhaus</b>				
Betreff:	Konzept Waschhaus	DS 11/SVV/0329		
	<b>Konzept vom 15.10.2008 zum Interessenbekundungsverfahren</b>		<b>Stand August 2011 laut aktueller Finanzierungspläne</b>	
<b>Finanzierung</b>	<b>1. Eigenmittel</b>	<b>730.000 €</b>	<b>1. Eigenmittel</b>	<b>569.082 €</b>
	1.1 Spenden	3.000 €	1.1 Spenden	480 €
	1.2 Eintritt/Garderobe	490.000 €	1.2 Eintritt/Garderobe	338.136 €
	1.3 Teilnahmegebühren	36.000 €	1.3 Teilnahmegebühren	29.400 €
	1.4 Vermietungen	46.000 €	1.4 Vermietungen	78.320 €
	1.5 Dienstleistungen	24.000 €	1.5 Dienstleistungen	
	1.6 Sponsoring	35.000 €	1.6 Sponsoring	
	1.7 Erlöse Gastronomie (Umsatz und Betriebskosten)	96.000 €	1.7 Erlöse Gastronomie (Umsatz und Betriebskosten)	97.170 €
			1.8 Sonstige	25.576 €
	<b>2. Öffentliche Förderung</b>	<b>494.400 €</b>	<b>2. Öffentliche Förderung</b>	<b>506.990 €</b>
	2.1 MWFK	85.000 €	2.1. MWFK	110.000 €
	2.2 Landeshauptstadt Potsdam	235.000 €	2.2. Landeshauptstadt Potsdam	353.100 €
	2.3 zuzüglich erforderliche Grundförderung	114.400 €	davon:	
			ganzjährige Förderung	340.000 €
			Stadt für eine Nacht	3.100 €
			Tanzproduktion "Romeo meets Julia"	10.000 €
	<i>Zwischensumme 2.1-2.3</i>	434.400 €	<i>Zwischensumme 2.1-2.2</i>	463.100 €
	2.4 zuzüglich Projektförderung	42.000 €	2.3. Ministerium für Wirtschaft u. Europaangelegenheiten	27.790 €
	davon:		davon:	
	Kinder-Literaturprogramm	6.000 €	Tanzproduktion "Die Heimsucher und der Kosmopolit"	8.000 €
	Fernsehfestival	6.000 €	Ausstellung "High Speed Slow Motion"	14.000 €
	Amateurfilm-Wettbewerb	10.000 €	Ausstellung "Zelluloid"	5.790 €
	Oxymoron-Tanz-Company	20.000 €	2.4. Kulturland Brandenburg e.V.	14.000 €
			davon:	
			Ausstellung "Site"	8.000 €
			Ausstellung "Zelluloid"	6.000 €
	2.5. Bundeszivildienstamt	18.000 €	2.5. Bundeszivildienstamt	2.100 €
<b>Gesamt 1./2.</b>		<b>1.224.400 €</b>		<b>1.076.072 €</b>
Anmerkung:	Die Waschhaus gGmbH erhält von der Landeshauptstadt Potsdam zusätzlich zur baren Förderung eine unbare Förderung für die mietfreie Nutzung der Objekte in der Schiffbauergasse i.H.v.128.928 €/Jahr und darüber hinaus für die entgeltfreie Überlassung von Veranstaltungstechnik (Wert der Veranstaltungstechnik 485.000 €).			

Anlage 3

WASCHHAUS gemeinnützige GmbH

Potsdam, 15. Oktober 2008

## Inhaltsverzeichnis

Struktur	3
Selbstverständnis	4
Programminhalte	6
Bildende Kunst	7
Musik	9
Tanz	11
Literatur	13
Film	14
Labor	15
Stellenkonzept	16
Finanzplan	17
Anlagen	
Entwurf Gesellschaftsvertrag	A.1
Aufstellung der Gesellschafter	A.2
Aufstellung der Aufsichtsratsmitglieder	A.3
Organigramm	A.4
Referenzprojekte	A.5

## Struktur

Die zu gründende WASCHHAUS gemeinnützige GmbH ist eine Initiative von Partnern, Unterstützern und Mitarbeitern des „Waschhaus e.V.“

Ziel der Gesellschaft ist es, aufbauend auf den Erfahrungen der vergangenen 15 Jahre, einen genreübergreifenden und charakteristischen Kunst- und Kulturraum mit vielfältigen rezeptiven sowie partizipatorischen Angeboten zu formen und im Rahmen der Perspektiven für den gesamten Gewerbe- und Kulturstandort Schiffbauergasse ein attraktives Angebot für die Stadt, die Region und darüber hinaus zu entwickeln.

Um diese Arbeit auf eine breite Basis zu stellen, setzen sich die Gesellschafter der zu gründenden gemeinnützigen GmbH aus Vertretern von Kultur, Wirtschaft und Verbänden zusammen<sup>1</sup>. Die zentrale Stelle des Geschäftsführers wird ausgeschrieben und durch eine Person mit kaufmännischem und juristischem Hintergrund besetzt.

Die Überwachung und Beratung der Geschäftsführung wird durch einen Aufsichtsrat übernommen, dem Personen mit fachlich-inhaltlichen und ausgeprägten wirtschaftlichen Kenntnissen angehören<sup>2</sup>. Die Mitglieder des Aufsichtsrates dürfen nicht bei der Gesellschaft angestellt sein. Der Aufsichtsrat wirkt maßgeblich an der strategischen Planung mit, die von der Geschäftsführung vorbereitet und im Detail ausgearbeitet wird. Er ist von der Geschäftsführung laufend über die wirtschaftliche Entwicklung und wesentliche Vorkommnisse zu unterrichten. Durch Beschluss kann er jederzeit von der Geschäftsführung Auskünfte und Berichte in allen Angelegenheiten verlangen und Einsicht in die Bücher und Schriften der Gesellschaft nehmen<sup>3</sup>. Eine weitere obligatorische Kontrollinstanz stellt die jährliche Begutachtung der Geschäfte durch einen externen Wirtschaftsprüfer dar.

<sup>1</sup> Eine Aufstellung der Gesellschafter findet sich in Anlage 2.

<sup>2</sup> Eine Aufstellung der Aufsichtsratsmitglieder findet sich in Anlage 3.

<sup>3</sup> Der Entwurf des Gesellschaftervertrages findet sich in Anlage 1. Aus ihm sind alle Details bezüglich der Struktur der Gesellschaft sowie der Rechte und Pflichten von Geschäftsführung, Gesellschaftern und Aufsichtsrat zu entnehmen.

## Selbstverständnis

Das WASCHHAUS begreift sich als offener, genreübergreifender Kunst- und Kulturraum mit soziokultureller Organisationsform. Seit 1993 hat sich das WASCHHAUS als professioneller Kulturbetrieb insbesondere in den Bereichen Musik, Bildende Kunst, Film, Tanz und Literatur mit zukunftsweisenden sowie interdisziplinären und interkulturellen Projekten überregional etabliert. Eingebunden in kommunale, regionale, nationale und internationale Netzwerke wird das Haus als lebendiger Teil der Kunst- und Kulturszene wahrgenommen.

Soziokultur wird im WASCHHAUS weniger als konkrete Praxisform verstanden, sondern primär als Programmbegriff; als eine programmatische Bezeichnung für Diskurse, Inhalte, Praxis- und Organisationsformen, die einen erweiterten, d.h. nicht auf künstlerische Aspekte eingeeengten, Kulturbegriff proklamieren. Gesellschaftliches Leben und kultureller Ausdruck sollen hier in Beziehung gesetzt werden. Begegnen, Bewegen, Gestalten und Nutzen sind die signifikanten Elemente des „Programms Soziokultur“, die im WASCHHAUS ihren Ort finden. Diesem Ansatz folgend arbeitet das WASCHHAUS sowohl partizipations- als auch rezeptionsorientiert, indem es einerseits einen spannungsreichen Raum für professionelle Kunstproduktion, Kurse und Kreativangebote bietet, andererseits aber auch als Veranstalter auftritt. Experiment, Grenzüberschreitung und Brückenschlag – zwischen Sparten und Generationen, Ressorts und Kulturen – gehören dabei zu den wesentlichen Prinzipien des programmatischen Selbstverständnisses.

Als Ort und Zeitrahmen ästhetisch-symbolischer Produktion und Rezeption, sichert das WASCHHAUS für seine Kernzielgruppe Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene kulturelle Vielfalt in einer Welt zunehmender Uniformität. Den Jugendlichen werden rezeptive Angebote unterbreitet, die ihrem Lebensgefühl entsprechen, die ihnen Identifikationspunkte oder Orte, an denen sie sich einfach wohl fühlen, bieten. Darüber hinaus werden spezielle Angebote zur Selbsttätigkeit gemacht, wodurch die jungen Menschen ihre Leidenschaften kreativ ausprobieren können und ihnen zugleich Möglichkeiten der Orientierung, aber auch der Abgrenzung geboten werden.

Das junge Publikum, das über das WASCHHAUS den Weg zum Kulturstandort Schiffbauergasse findet, steht im Mittelpunkt des programmgestalterischen Interesses. Vor dem Hintergrund einer möglichst ganz tätigen Bespielung der Schiffbauergasse, aber auch der aktuellen demografischen Entwicklung, werden zudem für Familien, SeniorInnen, Migranten etc. interessante kulturelle Formate entwickelt.

Aufgabe des WASCHHAUSES ist es, programmatisch noch aktiver zu werden und der Vielfalt mehr Kontur zu geben, dabei die Menschen mitzunehmen und gegen alle Nivellierungstendenzen das notwendige Maß an Selbstbewusstsein, kultureller Identität und Bildung zu erhalten und auszubauen. Als Ort ästhetischer Produktion und Rezeption verlangt das WASCHHAUS nach einer weiteren Ausbildung prägnanter Profile und kontinuierlich gehaltener Qualitätsstandards. Gerade die „Erweiterung“ von Spielarten der Kultur mit ihren oft kurzen Halbwertzeiten erfordert neben einer permanenten Anpassung der Strukturen, Leistungs- und Arbeitsinhalte auch ein professionelles und spezialisiertes Personal. Neben der Forcierung der eigenen künstlerischen und organisatorischen Kompetenz gilt es zudem, personelle, räumliche und technische Infrastruktur bereitzustellen, die Werkstätten zur Produktion und Präsentation (sub-) kultureller Formate, mehr oder weniger professioneller (Laien-)Kunst und/oder innovativer (Kunst-) Experimente sind. Den sich weiter ausdifferenzierenden kulturellen Szenen wird hiermit die Möglichkeit eingeräumt, ihre jeweiligen spezifischen

Vorstellungen und Intentionen vom individuellen und gesellschaftlichen Leben mit künstlerischen Mitteln öffentlich zu machen. Das WASCHHAUS ist ihnen Forum, Treffpunkt und Bühne. Die kontinuierliche Einbindung der existierenden Szenekulturen in den Diskurs um kulturpolitische Perspektiven des WASCHHAUSES, des Standorts und der Soziokultur in der Kommune ist und bleibt Voraussetzung für deren Zukunftsfähigkeit.

Nicht zu unterschätzende Qualitätskriterien im Prozess der Profilierung des WASCHHAUSES sind zudem auch ein hoher Grad von Öffentlichkeit/Offenheit, ausgeprägte Besucherorientierung (Kulturmarketing), die Vernetzung/Kooperation (am Standort, mit anderen Kultur-, Jugend- und Bildungseinrichtungen der Stadt und Region), eine Organisationskultur als „lernende“ Kultureinrichtung, die Mehrdimensionalität der Finanzierung und ein Eigeninteresse an Evaluation. Ziel ist und bleibt es, akzeptierter Ort für viele Strömungen und ein breites Spektrum von Meinungen zu sein. Mit seinen Zielsetzungen und den vielfältigen Veranstaltungsformen trägt das WASCHHAUS aktiv zu einem positiven Image Potsdams als junger, attraktiver und wirtschaftlich florierender Stadt bei und wird so auch in Zukunft ein wichtiger Motor bei der Entwicklung, Umsetzung und Bewerbung kulturtouristischer Angebote an der Schiffbauergasse Potsdam sein.

Mittelfristig muss es gelingen, das Zentrum für Kunst und Soziokultur am Kultur- und Gewerbestandort Schiffbauergasse in Zusammenarbeit mit den hier agierenden freien Kulturträgern zu stärken. Gemeinsame Interessen müssen gebündelt, bereits vorhandene Kooperationen und Synergien ausgebaut und zusammen an einer effektiven Trägerstruktur gearbeitet werden. Das Hans-Otto-Theater und die ansässigen privaten Einrichtungen aus dem wirtschaftlichen Sektor sind wichtige Kooperationspartner bei diesem Vorhaben. Im Mittelpunkt steht der schnelle Aufbau einer funktionierenden Management- und Marketingstruktur, da ohne diese die Potentiale des gesamten Standorts nicht sinnvoll genutzt werden können. Darüber hinaus müssen Wege gefunden werden, die die Vorbereitung und Finanzierung herausragender, kulturtouristisch und kulturwirtschaftlich wichtiger Projekte sicherstellen.

Ein weiteres Ziel ist die Arbeit an den beiden stadträumlichen Schwerpunkten Open-Air-Platz und Schirrhof. Gerade bei letzterem bietet der Umstand, dass es sich hierbei um einen der sehr wenigen Plätze in Potsdam mit einer größtenteils historischen Bebauung handelt, die Möglichkeit, diesen neu gewonnenen Stadtraum durch eine attraktive Nutzung und Gestaltung als wichtigen Identifikationsort zu entwickeln.

Neben der Schwerpunktsetzung auf eine integrierte Entwicklung der neuen WASCHHAUS-Gesellschaft im Rahmen der Schiffbauergasse, ist es parallel dazu wichtig, zusammen mit dem zukünftigen Träger des Lindenparks verstärkt an einer arbeitsteiligen Kooperation beider Zentren zu arbeiten. Die unterschiedliche Prägung der programmatischen Grundausrichtung, hier der genreübergreifende Kunst- und Kulturraum mit soziokulturell gewachsener Organisationsform, dort die sozialraumbezogene Gemeinwesenarbeit, bietet bei großer Überschneidung der Zielgruppen eine Vielzahl von Möglichkeiten.

## Programminhalte

Das Programmangebot ist das profilbestimmende Kernstück soziokultureller Arbeit im WASCHAUS. In ihm sollen sich künstlerische und gesellschaftliche Fragen kreuzen, Widersprüche, Erfahrungen sowie Fragen des Alltags thematisiert werden, der ästhetische Genuss nicht zu kurz kommen und Eigeninitiative gefördert werden. Präferiert werden Vorhaben und Initiativen, die abseits der gesicherten Pfade des Kulturbetriebes Neues und Ungewohntes entwickeln und sich direkt zur gesellschaftlichen Wirklichkeit hinwenden. Vorrangig ist nicht die Bereitstellung des Gewünschten, sondern die Herausforderung des Besonderen, Neuen. Es geht nicht nur um einen sich gut verkaufenden Kulturort WASCHHAUS als Marke, sondern um die Vielfalt seiner Angebote, auch und gerade für heterogene und schwer erreichbare Zielgruppen.

Die Betonung der stilistischen und inhaltlichen Vielfalt der Programmangebote findet ihren Ausdruck schon in der Struktur des WASCHHAUSES als einem mehrspartigen Kunst- und Kulturraum. Auch innerhalb der einzelnen Sparten geht es nicht um die Favorisierung eines ästhetischen Ansatzes, sondern um das Ausloten unterschiedlichster Ausdrucksformen und Spielarten des jeweiligen Genres. Interdisziplinäre Projekte, Grenz- und Genreüberschreitungen stehen im Zentrum des programmgestalterischen Interesses. Der gemeinsame künstlerische Ansatz aller Projekt-Bereiche besteht in dem Bestreben, junge, dynamische und spannungsreiche Kunst zu präsentieren und zu fördern sowie die Auseinandersetzung mit ihr anzuregen. Um das vielschichtige Programm realisieren zu können, wurde im Kontext des Umbaus der WASCHHAUS-Gebäude eine Raumstruktur konzipiert, die dieses Ziel unterstützt.

In der Region Potsdam und Umgebung gibt es keine weitere Einrichtung, die sich über ein derartig vielfältiges und genreübergreifendes Programm definiert. Im Landes- und Bundesmaßstab ist insbesondere die Setzung des Schwerpunktes auf Bildende Kunst im Rahmen eines soziokulturellen Zentrums außergewöhnlich.

Im Einzelnen werden die folgenden Inhalte realisiert:

## Bildende Kunst

Das WASCHHAUS betreibt den „Kunstraum Potsdam“, der sich in der Ausrichtung seines Ausstellungsprogramms dezidiert als Präsentationsort junger, zeitgenössischer Kunst internationaler Orientierung jenseits des kommerziellen Galeriebetriebes versteht. Das Waschhaus bietet mit dem Kunstraum ein Forum aktueller Bildender Kunst und ihrer Grenzbereiche, das ästhetisch und gesellschaftlich wichtige Fragestellungen reflektiert und ein spannungsreiches Zusammenspiel von gegenwärtigen künstlerischen Positionen in diversen zeitgenössischen Medien, wie Malerei, Zeichnung, Fotografie, Objektkunst, Installation und Video vermittelt. Kommunikation und Austausch bilden dabei wichtige Faktoren.

Pro Jahr zeigt der Kunstraum Potsdam acht bis zehn Ausstellungen. Neben der schwerpunktmäßigen Zusammenarbeit mit herausragenden, national oder international bekannten Künstlern werden regelmäßig experimentelle künstlerische Ansätze junger, noch nicht etablierter Künstler, die Wagnisse jenseits gängiger Darstellungsideen eingehen, gefördert. Dies ist im Potsdamer Kunstkontext von besonderer Bedeutung, da hier jüngere künstlerische Positionen eher unterrepräsentiert sind. Eine spezielle Form der Nachwuchsförderung stellt der jährlich stattfindende „KO-Kunstwettbewerb“ dar. Sein Programm berührt alle Projektbereiche des WASCHHAUSES und führt innerhalb nur weniger Tage hunderte kunstinteressierte Jugendliche, ihre Eltern und Großeltern in die Schiffbauergasse. Dieser Wettbewerb zeigt beispielhaft, dass ein Brückenschlag zwischen der, sonst eher in sich geschlossenen, Kunstwelt und der Soziokultur sowie dem jungen Publikum des WASCHHAUSES erfolgreich möglich ist. Dieses produktive Spannungsfeld zwischen Kunstsystem und Jugendkultur soll auch künftig sinnvoll genutzt werden.

Ein wichtiges Moment in der Arbeit des „Kunstraum Potsdam“ bildet die Zusammenarbeit mit anderen kulturellen Institutionen und Gastkuratoren. Einmal jährlich werden beispielsweise so genannte „Gastspiele“ organisiert, in deren Rahmen sich regionale Künstler, Ausstellungsmacher oder Vereine präsentieren. Auf nationaler Ebene arbeitet der „Kunstraum Potsdam“ in Kooperation mit unterschiedlichen Galerien, Museen und Künstlerprojekten. Darüber hinaus bietet das Nebeneinander unterschiedlicher Kulturträger und wirtschaftlicher Unternehmen in der Schiffbauergasse ideale Voraussetzungen für künstlerisch reizvolle Synergien.

Das Potential des Standortes Schiffbauergasse ermöglicht es zudem, aus dem eigentlichen Raum der Galerie herauszutreten und in neu gewonnenen städtischen Räumen künstlerische Prozesse zu präsentieren. Aber auch bereits erschlossene und über Jahre genutzte Orte, wie die Arena, sollen bei größeren raumübergreifenden Kunstprojekten wieder mit in die Galerie-Arbeit einbezogen werden.

Der „Kunstraum Potsdam“ soll nicht nur als Ort der Bildenden Kunst verstanden werden, sondern ist vielmehr auch ein Podium für kulturelle Begegnungen aller Art. So werden neben Vorträgen, Diskussionen und Künstlergesprächen, auch thematisch angelehnte Lesungen, Konzerte und Filmveranstaltungen durchgeführt. Die fruchtbare übergreifende Arbeit mit den verschiedenen Veranstaltungsbereichen des WASCHHAUSES wird so sinnvoll genutzt und spielt insbesondere bei Großveranstaltungen eine bedeutsame Rolle.

Da die Vermittlung gegenwärtiger Kunst einen besonderen Stellenrang besitzt, bietet der „Kunstraum Potsdam“ diverse Formen der Zusammenarbeit mit den Besuchern an. Es finden monatliche Kuratorenführungen und Künstler-Round-Table statt, die die Möglichkeit eröffnen, mit den ausstellenden Kunstschaaffenden ins Gespräch zu



kommen. Des Weiteren sollen die Ausstellungen von einem differenzierten BesucherInnenservice für unterschiedliche Zielgruppen – Erwachsene und Schüler – begleitet werden. Beispielsweise werden spezielle Führungen für Senioren, Abendführungen und individuelle Veranstaltungen für Gruppen nach Terminabsprache angeboten. Für Schüler sind die Modelle Führung, Dialogführung und Kunstgespräch vorgesehen, die in Methode und zeitlicher Dauer differieren. Für die Vor- und Nachbereitung des Ausstellungsbesuches mit den Schulklassen erhalten die Lehrer einen „Reader“. Darüber hinaus wird angestrebt, beispielsweise in Kooperation mit der Kunstschule Potsdam, weitergehende interaktive Angebote zu unterbreiten, wie eine so genannte „Fälscher-Werkstatt“, in der die Kinder angeregt werden, klassische Kunstwerke, aber eben auch Arbeiten, die sie im Kunstraum präsentiert bekommen, mit eigenen Mitteln künstlerisch nachzuempfinden. Für die Unterstützung der Arbeit des Kunstraum Potsdam soll in naher Zukunft ein Freundeskreis gegründet werden.

## Musik

Jugendkultur ist zu einem großen Teil Musikkultur. Populäre Musik spielt hinsichtlich ihres sozialen Gebrauchs und ihrer Bildungsfähigkeit eine wichtige Rolle in der Phase des Erwachsenwerdens. Ihr Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung und die jeweilige Lebensorientierung ist für viele junge Menschen elementar. Als Sprachrohr sich wandelnder Jugendkulturen ist sie mit Blick auf die kulturelle Verfassung der Gesellschaft und deren Entwicklung wesentlicher Faktor. Nicht zuletzt aus diesem Grunde nimmt der Bereich Musik im Programm des WASCHHAUSES einen wesentlichen Stellenrang ein. Er ermöglicht einen niedrighschwelligem Zugang zu rezeptiven, aber auch musikpraktischen Angeboten. Der Bereich Musik öffnet Räume für Experimente, Identitätsfindung sowie die Entfaltung innovativer Potentiale und fördert die Pluralität kultureller und sozialer Milieus.

Das musikalische Programmangebot, das sich in der Regel jenseits des Mainstreams bewegt und oft Minderheitenkulturen bedient, spiegelt die Diversität der Stile und Ausdrucksoptionen des Musikmarktes wider. Die Aufgabe der Veranstaltertätigkeit in diesem Bereich liegt insbesondere in der Sensibilisierung für Trends, aber auch in der Pflege musikalischer Nischen. Darüber hinaus wird es künftig auch verstärkt darum gehen, Konzepte zu entwickeln, die Musik in partizipationsorientierte Aktionsformen integrieren.

### Konzerte

Das WASCHHAUS ist die „erste Adresse“ für populäre Livemusik in der Stadt und der Region Potsdam. Im WASCHHAUS, in der Arena sowie auf dem Veranstaltungsplatz mit der Open-Air-Bühne werden, insbesondere im Zusammenwirken mit den anderen Nutzern des Standortes Schiffbauergasse, regelmäßig Konzerte über alle Genres populärer Musik hinweg veranstaltet. Diese sind im weitesten Sinne im Bereich der Indie- und Alternative-Musik, der Weltmusik und teilweise auch der Avantgarde angesiedelt. Sie spiegeln die jeweiligen Szenekulturen sowie die aktuellen und zukünftigen Trends stilprägender Musik.

Die vielfältige räumliche Struktur bietet hervorragende Voraussetzungen für herausragende Konzertereignisse verschiedenster Dimensionen. Sie ermöglicht die Förderung des Speziellen und Marginalen, ebenso wie die Präsentation renommierter Musik-Größen, die in ihrer kulturtouristischen Wirkung, aber vor allem auch im Hinblick auf das ökonomische Gesamtkonstrukt des Hauses von immenser Bedeutung ist.

Das WASCHHAUS versteht sich als Sprungbrett, das Trends und Akteure mit Zukunft erkennt und dem die kontinuierliche Förderung junger Talente besonders wichtig ist. Junge, noch unbekannte Musiker erhalten im Rahmen von Wettbewerben (z.B. „f6 music award) und Konzertereignissen, die häufig mit Partys verknüpft werden, regelmäßig Auftrittsmöglichkeiten. Diese Podien eröffnen ihnen Möglichkeiten zum Experimentieren und eigenständigen Erproben. Zudem finden sie hier, über ihr musikalisches Interesse hinaus, Begegnung und Kommunikation. In diesem Aufgabenfeld ist die Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Partnern besonders bedeutsam. Beispielgebend seien hier die LAG Soziokultur des Landes Brandenburg, die in Zusammenarbeit mit dem WASCHHAUS bereits zwei Mal die Messe „t.b.a.“ für junge Musiker und Musikinteressierte durchgeführt hat, und die regionale Musikinitiative „Church of Noise“ genannt. Dieser wird ein Mal im Monat die Gelegenheit geboten, in weitgehend selbst organisierten Veranstaltungen regionale Newcomer zu präsentieren.

Darüber hinaus findet eine enge Kooperation mit den anderen Trägern des Standortes Schiffbauergasse statt, die sich beispielsweise in der Organisation von ergänzenden

Konzerten im Rahmen der jeweiligen Saisonhöhepunkte und Festivals (z.B. Unidram, Standortfest, Lange Nächte) niederschlägt. Durch die Neuansiedlung des Landesverbandes der Musikschulen in der Schiffbauergasse werden sich perspektivisch zahlreiche Anknüpfungspunkte für gemeinsame musikalische Projekte entwickeln. Hier sind beispielsweise Open-Air-Konzerte angedacht. Auch die Zusammenarbeit mit dem Hans-Otto-Theater wird nach dem Intendantenwechsel im Bereich Jugend- und Musikkultur intensiviert werden.

Außerhalb des Standortes ist das WASCHHAUS weiterhin ein stabiler Partner für die Konzeption und Realisierung stadtübergreifender Projekte und Festivals, wie dem Potsdamer Jazzfestival.

### Partys

Partys sind ein entscheidender Bestandteil der Jugendkultur und ein wesentliches Moment für die Identitätsfindung der Jugendlichen. Sie entsprechen dem großen Bedarf der jungen Erwachsenen, sich regelmäßig zu treffen, auszutauschen und ihre musikalischen Vorlieben auszuleben. Das WASCHHAUS kommt diesem Bedürfnis mit einem stilistisch variationsreichen, anspruchsvollen und originärem Party-Programm entgegen, das vor allem für Minderheitenkulturen, aber auch, nicht zuletzt aus wirtschaftlichen Gründen, ein großes Publikum konzipiert ist. Das musikalische Spektrum der einzelnen Reihen, die sich in der kleinteiligen Raumstruktur des WASCHHAUSES hervorragend abbilden lassen, ist weit gefächert und reicht von Drum'n'Bass (z.B. „Hightek Presha“), über Dark Wave (z.B. „Schwarzwäsche“) bis hin zu Alternative- und Indie-Rock (z.B. „Rock'n'Roll Highschool“).

Die Partys sind auch für die Partizipation Jugendlicher ein wichtiges Podium. Ihnen wird hier die Möglichkeit offeriert, eigene Partys und Klub-Projekte zu entwerfen und durchzuführen, Netzwerke zu entwickeln und sich als DJs zu erproben. Ein gelungenes Beispiel für die Partizipation von Kindern und Jugendlichen ist die monatlich stattfindende „Underage-Party“, die von Jugendlichen angeregt wurde und deren Organisation und Durchführung zunehmend durch sie übernommen werden soll. Diese Reihe ist auch deshalb so erfolgreich, weil hier Schüler für Schüler auf der Bühne stehen und jeweils genre-übergreifende Performances präsentieren (Musik, Tanz etc.).

### Open-Air-Konzerte/Festivals

Die gerade fertig gestellte Open-Air-Bühne mit Veranstaltungsplatz bietet gute Voraussetzungen für größere Open-Air-Konzerte und inhaltlich besonders profilierte Festivals, deren Reichweite deutlich über Potsdams Grenzen hinausgeht. Das WASCHHAUS plant, die Bühne mindestens fünf Mal im Jahr mit herausragenden musikalischen Projekten zu bespielen. Die Konzertangebote sollen nicht nur für jugendliche Zuhörer konzipiert werden, sondern vielmehr ein möglichst breites, generationsübergreifendes Publikum erreichen. Diese Vorhaben werden, nicht zuletzt aus finanziellen Gründen, häufig in Kooperation mit starken Partnern zu realisieren sein.

## Tanz

Der Bereich Tanz zählt neben der Bildenden Kunst und dem Bereich Musik zu den wesentlichen Standbeinen des WASCHHAUSES. Das Tanzstudio „Offizze“ versteht sich als Kompetenzzentrum für Tanzkunst, dessen besonderes Merkmal die Entwicklung von Tanzarbeit und Tanzperformances aus soziokultureller Beschäftigung und der aktiven Beteiligung von Kindern und Jugendlichen sowie jungen Künstlern ist. Wichtige Partner für das „Offizze“ sind die fabrik Potsdam, das Junge Theater Potsdam, das Projekttheater Dresden, das Dock 11 Berlin und das T-Werk. Diese und neue Partnerschaften werden auch künftig vertieft und weiter ausgebaut.

### Kursprogramm

Das Tanzstudio „Offizze“ bietet ein äußerst abwechslungsreiches und sehr gut frequentiertes Kursprogramm. Mit wöchentlich ca. 30 Kursen in den Bereichen Kindertanz, Modern Dance, Break Dance, Street Dance, Flamenco und Jazz Dance finden sich Angebote für jeden Geschmack und alle Altersgruppen. Neben der regelmäßigen Kursarbeit besteht die Möglichkeit, an unterschiedlichsten Workshops und Bühnenprojekten teilzunehmen oder auch mit professionellen Choreografen eigene Stücke zu erarbeiten.

Der Schwerpunkt des „Offizze“ liegt in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Sie erhalten hier eine Plattform, um sich auszuprobieren und dem Tanz zu begegnen. Diese Begegnung soll als Bereicherung erlebt werden, sie erweitert den Blickwinkel und den Horizont der Kinder und Jugendlichen.

Die Anbindung an das WASCHHAUS bietet dem „Offizze“ die Möglichkeit, die Kurse, zum Beispiel den Break Dance Kurs aus der sonst üblichen Kurs- und Gebührenstruktur herauszulösen. Die Jugendlichen können das Studio nutzen und kostenfrei trainieren. Diese Maßnahme ist von besonderer Bedeutung, da sich gerade in diesen Kursen junge Menschen einfinden, denen die finanziellen Möglichkeiten fehlen, Kurse in einem kommerziellen Tanzstudio zu besuchen.

Für die Realisierung des Kursprogramms werden u. a. gemeinsam mit der fabrik Potsdam die Räume des „Studiohaus“ genutzt.

### Offizze-Produktionen

Das „Offizze“ ist weit mehr als nur ein Ort, an dem Kurse besucht werden können. Gemeinsam mit dem Team der Kursleiter wird über die tänzerisch künstlerische Arbeit hinaus, eine Atmosphäre geschaffen, die es Kindern und Jugendlichen möglich macht, sich wohl und „dazugehörig“ zu fühlen – zum Tanz, zu den Tanzlehrern und zum Studio. Auf dieser Basis ist es möglich, die Kinder und Jugendlichen unter professioneller Anleitung aktiv in künstlerische Prozesse einzubeziehen. Dies geschieht beispielsweise in den jährlich neu entwickelten und öffentlich äußerst erfolgreich aufgeführten „Offizze-Produktionen“, an denen alle Kursteilnehmer und -lehrer kursübergreifend beteiligt sind. Die Themen der künstlerischen Auseinandersetzung liefern dabei immer die Kursteilnehmer. Im Tanz spiegeln sie ihre Bedürfnisse, Spannungen und gesellschaftliche Stimmungen. Diese werden im künstlerischen Prozess aufgefangen, aufgelöst und es werden Fragen neu formuliert. Der Einzelne lernt, Gemeinschaft, aber auch Unterschiedlichkeit wahrzunehmen, zu respektieren und diese als positive Ergänzung zu eigenen Stärken und Schwächen zu begreifen. Für die Erarbeitung der Stücke werden zusätzliche Proben, Workshopcamps und Wochenendproben eingerichtet. Diese sind nicht nur für die ästhetische Qualität der

Produktionen bedeutsam, sondern auch für die Motivation und den Zusammenhalt der Beteiligten.

#### Festivals/Sommercamps

Das „Offizze“ wird künftig auch wieder Tanz-Sommercamps für Schüler durchführen. Dies war in den vergangenen Jahren aufgrund der Bauarbeiten in der Schiffbauergasse nicht mehr möglich. Im Rahmen der Sommercamps haben die Teilnehmer die Möglichkeit, sich intensiv mit Tanz auseinanderzusetzen und sich zugleich mit Jugendlichen anderer Regionen und Länder auszutauschen.

Darüber hinaus wird ein jährlich stattfindendes „Festival für jungen Tanz“ entwickelt, das die Bereiche Tanz und Musik zusammenführt und von den jungen Tänzern weitgehend eigenständig organisiert wird. Sie werden in der Vorbereitung bzw. Durchführung unterstützt und lernen die Abläufe sowie notwendigen Infrastrukturen kennen. Im Zentrum des Festivals geht es neben der eigentlichen tänzerischen Aktivität vor allem auch um die Begegnung und den Erfahrungsaustausch junger ausgebildeter Tänzer. Netzwerke können hier entwickelt oder weiter ausgebaut werden. Das Programm wird durch Weiterbildungen, Workshops und Symposien für junge Tänzer bestimmt. So werden beispielsweise etablierte Choreografen eingeladen, die Einblicke in ihre Arbeit geben.

Am Ende des Festivals steht ein großes, öffentliches Abschlussfest mit entsprechenden Arbeitspräsentationen, die ein tanzinteressiertes Publikum aus Potsdam und Berlin in die Schiffbauergasse führen.

#### Tanz-Company

Die noch junge Tanzcompany „oxymoron“ produziert jährlich ein bis zwei Tanzstücke, die auch im internationalen Rahmen sehr erfolgreich zur Aufführung gelangen und im Kontext der freien Theaterszene Brandenburgs einmalig sind. Die Company versteht sich als multimediales Labor auf den Ebenen Tanz, Musik und Video. Es treffen unterschiedlichste Genres des Tanzes wie Ballett, Modern Dance, Flamenco, Break- und Street Dance aufeinander. Interessant und neu ist diese Arbeit vor allem, da die jungen Darsteller in der Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Themen ganz persönlich gefordert sind. Es ist die Suche nach einem neuen ganz persönlichen Ausdruck – ein Spiel, ein Kampf. Jeder bewegt sich in seinem vertrauten Genre, um dann Grenzen zu überschreiten, in und mit neuen Formen zu spielen, sich abzugrenzen und anzunähern. Tragend ist die Idee, Prozesse und Stile nicht eingengt zu betrachten, sich der Vielfalt der Formen, dem Spiel mit ihnen hinzugeben. Gesellschaftliche Einflüsse spiegeln sich im Tanz, im Prozess der Auseinandersetzung, dem Suchen nach neuen Wegen und Formen.

Die Tänzer der Company sind als Tanzlehrer in die Gesamtstruktur des Hauses eingebettet. Sie unterrichten im Studio und arbeiten an den Stücken für und mit den Kursteilnehmern. Darüber hinaus sind sie in dem Projekt „Tanz in Schulen“ aktiv, an dem sich das „Offizze“ maßgeblich beteiligt.

## Literatur

Das WASCHHAUS versteht sich als Förderer der Buch- und Lesekultur und bietet eine breite Palette an Möglichkeiten zur Begegnung mit Literatur sowie zu ihrer kritischen Rezeption. Jährlich werden mehr als dreißig Lesungen, Matinees, Gesprächsrunden oder literarische Abende veranstaltet. Hinzu kommen regelmäßige Veranstaltungsreihen, wie zum Beispiel die szenischen Lesungen der „Hörlounge“, das Diskussionsforum „Bilderstreit“, das sich vor allem mit Fragen der Bildenden Kunst auseinandersetzt, die Reihe „Lese-Zeichen!“, in der gesellschaftliche und politische Themen im Vordergrund stehen oder auch ein monatlich stattfindendes „Literatur-Frühstück“.

Bei der Auswahl der Programminhalte stehen die Tendenzen der jüngeren nationalen und internationalen Literatur, ihre Trends und prägenden Themen im Mittelpunkt des Interesses. Als Literaturvermittler werden neben Schriftstellern auch Kritiker, Wissenschaftler, Übersetzer oder Schauspieler eingeladen.

Besonderes Augenmerk gilt der Förderung noch nicht etablierter literarischer Talente. Diese finden in wöchentlichen Leseforen (z. B. „Lesebühne-Papierpiloten“, Poetry Slam) eine Plattform zur Präsentation ihrer Arbeiten.

Auch Nachwuchslesern wird auf unterschiedlichsten Wegen Literatur vermittelt. Kinder und Jugendliche sollen das Buch als künstlerisches Medium und das Schreiben als kreativen Ausdruck erleben können. Dies geschieht beispielsweise in Autorenprojekten, die gezielt für Schulklassen entwickelt werden, oder auch am ein Mal im Monat stattfindenden „Kinderbuchsonntag“, bei dem es Geschichten, Märchen oder auch Kinder-Krimis zu entdecken gibt. Darüber hinaus stellen regelmäßig bekannte Kinderbuch-Autoren und Illustratoren ihre aktuellen Bücher vor.

In Abhängigkeit von der Popularität des Literaten bzw. des jeweiligen Themas finden die Lesungen in der WASCHHAUS Arena oder im Saal bzw. Klub des WASCHHAUSes statt. Beispielsweise kann in der Arena auch dem immens gestiegenen Interesse des Potsdamer und Berliner Publikums an Veranstaltungen mit jungen Comedians Rechnung getragen werden. Regelmäßig werden hier künftig bekannte Vertreter der deutschen „Comedy-Szene“ zu Gast sein. Aber auch der Kunstraum dient als Veranstaltungsort für Lesungen und Gespräche. Insbesondere dann, wenn sie in einer inhaltlichen Relation zu den aktuell präsentierten Ausstellungen stehen.

Für die Realisierung des Programms des Bereiches Literatur kann das WASCHHAUS auf Kooperationen mit verschiedensten Partnern zurückgreifen. Hierzu zählen der Literaturladen Wist, das Brandenburgische Literaturbüro, das T-Werk sowie zahlreiche Verlage und Medienpartner.

## Film

### Open-Air-Kino

Das Engagement für den Erhalt der Filmkunst steht im Mittelpunkt der Arbeit des Bereiches Film. In diesem Kontext werden unterschiedliche Rezeptionsangebote gemacht, deren Höhepunkt der jährlich in den Sommermonaten Juni bis August, in Zusammenarbeit mit dem cinemastall e.V., stattfindende Open-Air-Kinosommer darstellt. Dieser bildet einen zentralen Moment der Sommerbespielung der Schiffbauergasse und zieht neben vielen Berliner Gästen auch zahlreiche Touristen an den Standort. Der Reiz des Programms liegt in dem für andere Freilicht-Kinos ungewöhnlichen, breiten Film-Spektrum, das sich zwischen Klassikern der Filmgeschichte, populärem Hollywoodkino, großen Kino-Dokumentarfilmen und herausragenden Filmen des internationalen Independent-Kinos bewegt. Einen besonderen Schwerpunkt bildet die Präsentation deutscher Filmproduktionen, wobei preisgekrönte Kassenerfolge, ebenso wie ambitionierte Filme junger deutscher Regisseure zur Vorführung gelangen. In Abgrenzung zu anderen Open-Air-Kinos in Potsdam wird auch künftig eine weitere Profilierung des Programms angestrebt.

### Filmnächte

Im Saal und Kesselhaus des WASCHHAUSES werden thematische Filmnächte und anschließende Filmdiskussionen stattfinden. Auch hier werden vor allem jene Filme präsentiert, die sich jenseits des amerikanischen Mainstream-Kinos orientieren und in anderen Filmtheatern selten bzw. gar nicht auf dem Programm stehen. Bei der thematischen Ausrichtung der Filmnächte stehen gegenwartsnahe Probleme sowie die unmittelbaren Interessen des jungen WASCHHAUS-Publikums im Zentrum. Zudem wird den Zuschauern in regelmäßigen Abständen die Möglichkeit geboten, in Filmgesprächen direkt mit Filmemachern in Kontakt zu treten. Hier bietet sich eine intensive Zusammenarbeit mit dem Studio Babelsberg, das zunehmend kontinuierlich auch mit internationalen Regie- und Schauspielstars zusammenarbeitet, an.

### TV-Festival

Darüber hinaus wird angestrebt, wieder das jährliche Fernsehfestival „TELEmania“ durchzuführen. Dieses Festival hat das Ziel, einem breiten Publikum anspruchsvolle TV-Produktionen näher zubringen und in diesem Zusammenhang höchst unterschiedlichen ästhetisch sowie inhaltlich interessanten und richtungweisenden Fernsehfilmen ein Forum zu bieten. Die neuen Räume, mit Saal, Klub und Kesselhaus bieten für Vorführung, Diskussion und Festival-Lounge ideale Voraussetzungen. Dieses Festival wird mit zahlreichen Partnern, wie der HFF und den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern, realisiert.

### Film-Wettbewerb

Zudem wird beabsichtigt, alle zwei Jahre einen Amateurfilm-Wettbewerb zu realisieren. Dieser steht unter einer jeweils wechselnden thematischen Überschrift und lädt die Bürgerinnen und Bürger aus Potsdam und Umgebung dazu ein, ihr kreatives Potential unter Beweis zu stellen. Der Wettbewerb wird von mehreren Workshops begleitet, die von Potsdamer Filmschaffenden betreut werden. Die WASCHHAUS-Programmgestalter können in diesem Segment auf wertvolle Erfahrungen zurückgreifen, die sie bei der äußerst erfolgreichen Organisation und Durchführung des Wettbewerbs „Vision Possible“ für die Kulturhauptstadt Potsdam 2010 GmbH im Jahr 2005 sammeln konnten.

### Labor

Das WASCHHAUS bietet einen idealen Möglichkeitsraum für Experimente und interdisziplinäre Projekte. Das *Labor* des WASCHHAUSES soll künftig eine Spielwiese für ungewöhnliche und überraschende Aktivitäten sein, die das sonstige, primär an Formaten und Zielgruppen orientierte, Programm sinnvoll ergänzen. Es richtet sich insbesondere an die Studierenden der Potsdamer Hochschulen, die bisher, u.a. durch eine starke Berlinorientierung, in den Kultureinrichtungen Potsdams kaum präsent sind. Es muss künftig noch besser und nachhaltiger gelingen, diese Gruppe der 22 bis 35-Jährigen, die ein wichtiges Bindeglied zwischen den Theaterbesuchern, den Mitarbeitern der in der Schiffbauergasse ansässigen Firmen etc. und den Jugendlichen des Waschhauses darstellt, an das Zentrum für Kunst und Soziokultur zu binden.

In einer kontinuierlichen Kooperation mit dem Studiengang Kulturarbeit der FHP wird ein Rahmen für kreative Interventionen dieser jungen Generation kreiert. Studierende der Musik, der Literatur, des Design, der Medien und anderer Fachrichtungen sowie andere junge Menschen können in der so geschaffenen Projektzone ihre Ideen einbringen und damit dem Standort neue, spannende Impulse geben.



## Stellenkonzept

Die *Geschäftsführung* ist für die Führung der laufenden Geschäfte verantwortlich und wirkt an der strategischen Planung mit. Diese zentrale Stelle soll ausgeschrieben und durch eine Person mit kaufmännischem und juristischem Hintergrund besetzt werden. Der Leitung des Hauses angegliedert sind die *Buchhaltung* und die *Assistenz der Geschäftsführung*.

Die inhaltliche Arbeit wird maßgeblich durch die *LeiterInnen* der Schwerpunktbereiche *Musik, Tanz und Bildende Kunst/Film/Literatur* geprägt. Darüber hinaus muss mit der *Programm- und Veranstaltungskoordination* eine neue Stelle geschaffen werden. Die durch die Sanierung und den Umbau geschaffene vielfach nutzbare Raumstruktur erlaubt es, verschiedenste Programmformate parallel zu veranstalten, was wiederum mit einem hohen logistischen Aufwand verbunden ist. Die Aufgabe des Koordinators besteht darin, den erweiterten Veranstaltungsrahmen und insbesondere auch die bereichsübergreifenden Projekte sinnvoll abzustimmen. Er ist zugleich der Ansprechpartner für den wirtschaftlich wichtigen Bereich der Vermietungen und für Projektinitiativen, die sich inhaltlich durch eigene oder in Kooperation mit dem Waschhaus entwickelte Konzepte in das Waschhaus einbringen wollen.

Die *Bereichsleitung Medien/Kommunikation* zeichnet für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, inklusive der Erstellung sämtlicher Druckerzeugnisse verantwortlich. Die infrastrukturelle Grundlage jeder Veranstaltung wird durch die Bereiche *Bühnen- und Haustechnik* bereitgestellt<sup>4</sup>.

Die für das Funktionieren einer solchen Einrichtung eminent wichtige Veranstaltungsgastronomie soll ausgeschrieben und in einer separaten wirtschaftlichen Struktur betrieben werden.

<sup>4</sup> Ein Organigramm findet sich in Anlage 4.

# Anlage 4

Waschhaus Potsdam gemeinnützige GmbH  
Schiffbauergasse 6  
14467 Potsdam

## Wirtschaftsplan 2011

Die Waschhaus gemeinnützige GmbH wird im Wirtschaftsjahr 2011 die weitere Konsolidierung der Geschäftstätigkeit vorantreiben. Die Kosten- und Erlössituation wurde und wird einer Überprüfung vor allem hinsichtlich der Kostensenkung unterzogen. Die Waschhaus Potsdam gemeinnützige GmbH hat bereits 2009 Aufträge zur Behebung baulicher Mängel und nutzungsspezifischer Genehmigungen in Auftrag geben müssen und die Kosten zu Lasten der Gesellschaft vorverauslagt. Die Forderungen in Höhe von 3.320,00 € liegt beim Kommunalen Immobilienservice, dem Sanierungsträger und der Kulturverwaltung vor. Die Gesellschaft geht von einer Erfüllung der Forderung aus. Eine von der Gesellschaft seit Übernahme erbetene verbindliche Abstimmung zwischen der Kulturverwaltung, dem Sanierungsträger, dem Kommunalen Immobilienservice und dem Nutzer zur Überprüfung der kurz- mittel- und langfristigen Lösungswege zur Beseitigung der veranstaltungsbezogenen bauseitigen Hemmnisse und der damit verbundenen Kosten muss nun endlich im ersten Quartal 2011 stattfinden.

Die Erwartungshaltung von Politik und Verwaltung gegenüber dem „Waschhaus Potsdam“ liegen zu einem großen Teil bei niederschweligen Angeboten. Die Waschhaus Potsdam gemeinnützige GmbH steht aufgrund der Kostensituation aber vor einer Erzielung von hohen Erlösen. So ziemlich alle anderen ähnlichen Veranstalter lösen dies über die Gastronomieumsätze. Die Herausforderung besteht darin ein ausgewogenes und akzeptiertes Angebot zu unterbreiten.

Für einige Ausstellungsprojekte liegen gesonderte Projektanträge vor, diese sind noch nicht bestätigt. Sollten Projektanträge nicht bestätigt werden, wird entweder eine Veränderung des jeweiligen Ausstellungsprojektes notwendig sein oder die Möglichkeit der Verringerung des Aufwandes überprüft.

Für 2011 wird die Erweiterung der Open Air Veranstaltungen überprüft. Für neue Veranstaltungsformen zu gesellschaftlich relevanten Themen und vor allem zur Aufarbeitung unserer jüngeren Vergangenheit werden Kooperationen mit der Landeszentrale für politische Bildung und der Beauftragten des Landes Brandenburg zur Aufarbeitung der Folgen der kommunistischen Diktatur vorbereitet.

Partys, Konzerte, Lesungen, Comedy, Ausstellungen, Freilichtkino, Tanzkurse, Produktionen der Oxymoron Dance Company, KO-Kunstwettbewerb, Kooperationen und Vermietungen werden in bewährter und auch neuer Form unterschiedliche Ziele und Altersgruppen ansprechen.

Die Marke ‚Waschhaus Potsdam‘ wird bei allen Veranstaltungen zukünftig präsenter sein.

## Literatur

Im Bereich Literatur sind durchschnittlich zwei Lesungen pro Monat mit renommierten Autoren, die die Tendenzen der jüngeren nationalen und internationalen Literatur repräsentieren, geplant. Die genaue Planung orientiert sich an den Neuerscheinungen der einzelnen Verlage, die im Kontext der verschiedenen Buchmessen veröffentlicht werden. Eine konkrete Benennung der Literaten ist daher derzeit noch nicht möglich. Im Rahmen der Bespielung der Open-Air-Fläche wird im Juni und Juli das im vergangenen Jahr erfolgreich gestartete Hörspiel-Kino fortgesetzt. Ein Mal wöchentlich sind dann auf dem Open-Air-Gelände herausragende Hörspielproduktionen unter freiem Himmel zu erleben.

## Bildende Kunst

**Januar / Februar:**

### **„Spüren & Sehen“ (Arbeitstitel) – Gruppenausstellung zum Thema Raum/Architektur**

In dem Aufsatz „Atmosphären als Gegenstand der Architektur“ stellt Gernot Böhm „Spüren“ und „Sehen“ als Wahrnehmungsformen für Architektur gegeneinander und fragt nach der genuinen Form, Gebautes aufzunehmen. Spüren wir einen Raum oder sehen wir ihn als eine eher zweidimensionale Projektion, eine Abbildung? Seit sich mit der Moderne die Baukunst durch ihre Formen- und Oberflächensprache von den Empfindungen der meisten Menschen entfernt hat, scheint der Aspekt des Sehens vermehrt in den Vordergrund zu rücken. Fotos, Zeichnungen und seit einiger Zeit Computerdarstellungen prägen die Wahrnehmung zeitgenössischer Architektur. Die atmosphärische Gestaltung von Räumen und Flächen war viele Jahre geradezu verpönt. Eher selten wurden hier durch die Zusammenarbeit von Architekten und Künstlern oder durch von Künstlern inspirierte Architekten andere Wege gegangen. Die Entwürfe der Architekten Herzog & de Meuron für zwei Bibliotheken der Université de Jussieu in Paris, in denen sie mit Motiven aus Gerhard Richters „Atlas“ experimentieren, sind hierfür ein besonderes Beispiel. Aber auch in verschiedenen anderen zeitgenössischen Bauten sind Versuche zu finden, mit neuen Formen der Gestaltung von Räumen und Materialien zu arbeiten, die wieder zu mehr „Atmosphäre“ führen. Die Formen und Strukturen, die dabei zur Anwendung kommen und das viel gescholtene Ornament an der Wand sowie die klassische Skulptur auf dem Gesims ersetzen, sind teilweise unbewusst, oft aber auch ganz gezielt anderen künstlerisch gestalteten Bereichen des täglichen Lebens wie Medien, Werbung oder eben der bildenden Kunst entlehnt. Der Blick auf die Inspirationen aus der bildenden Kunst hilft, derartige Gestaltungswege aktueller Baukunst besser zu verstehen. So lässt die Rezeption verschiedenster Arbeiten von Künstlern wie Maya Lin, Rémy Zaugg oder Thomas Ruff heutige Bauten in einem anderen Licht erscheinen.

In Potsdam, einem Ort wo intensiv und oft sehr emotional über das „Spüren“ und die Suche nach einer verlorenen Atmosphäre debattiert wird, ist die Schiffbauergasse ein Teil der Stadt, der derzeit noch ohne eigene Atmosphäre auskommen muss. Es existiert hier noch keine

dem Stadtraum eingeschriebene Geschichte, die die Wahrnehmung unterstützt. Dafür gibt es eine Häufung neuer Gebäude mit unterschiedlicher gestalterischer Qualität und eine vielfältige kulturelle Nutzung. Für eine Untersuchung der Beziehungen zwischen Kunst und Architektur – und deren Wahrnehmung – scheint dieser Ort daher prädestiniert.

In Kooperation mit der Bundesstiftung Baukultur, die im Januar 2011 ihren Stiftungssitz in der Schiffbauergasse einweihen wird, will der Kunstraum Potsdam in der Ausstellung „Sehen und Spüren“ (Arbeitstitel!) Arbeiten von Künstlern zeigen, die über ihre bildkünstlerische Sprache Ausdrucksformen heutiger Architekturen inspirieren bzw. beeinflussen. Atmosphärische Spannungen von Räumen, Architektur und Landschaften werden in unterschiedlichen künstlerischen Medien aufgegriffen. Ob in den großformatigen Malereien der Berliner Künstlerin Katrin Günther, den sensiblen Zeichnungen des Architekten und Künstlers Konrad Wohlhage, den Objekten von Stefan Huber oder den raumgreifenden Installationen des im internationalen Kunstkontext agierenden Künstlers Tilman Wendland – es geht um die Eröffnung neuer Bildräume durch ungewöhnliche Blickwinkel, durch die Vermischung von Alltäglichem und Unbekanntem, durch die Korrespondenz zwischen künstlerischer Raumutopie und real gebautem Raum.

Parallel zu der Präsentation im Kunstraum soll durch mindestens eine Intervention im Stadtraum der Schiffbauergasse, wie z.B. einem Lichtobjekt über dem Schirrhof, ein bleibendes Stück dieser Geschichte am Ort errichtet werden und auch nach Ausstellungsende erhalten bleiben.

### **März - Mai:**

#### **Eye on Eternity – Michael Ruetz (Fotografie)**

Ein friedliches Panorama - das Angesicht der Berge. Sie sind beständige und faszinierende Orte. Mehr als 20 Jahre photographiert Ruetz die gleiche Szenerie von ein und demselben Standpunkt aus. Im Frühling, am Neujahrstag, in der Dämmerung, im Nebel, während Gewittern, bei verdunkeltem Himmel, bei schönstem Sonnenschein und in sternenklaren Nächten. Die sich augenscheinlich nie verändernde Landschaft zeigt dabei viele Gesichter. Ruetz beobachtet geduldig ein einzelnes Subjekt, statt in kurzer Folge oberflächliche Aufnahmen zu machen. Der Grundsatz seiner Arbeit, die „unveränderte“ Wiederkehr, legt den Kern des Subjektes frei. Eingefangen in einer Aufnahme lädt „Eye on Infinity“ zum Verweilen des Blickes ein.

Michael Ruetz zählt zu den renommiertesten Fotografen Deutschlands. Bekannt wurde er Ende der 60er Jahre durch seine Bilder der westdeutschen Studentenbewegung. In den 1960er und 1970er Jahren bereiste er im Auftrag des Stern die DDR, u.a. während der Weltfestspiele der Jugend 1973 und des 1. Mai 1974. Ebenso fotografierte Michael Ruetz die Akteure und Liquidatoren des Prager Frühlings. In weiteren Reportagen zeigte er

Griechenland zur Zeit der Militärdiktatur, Chile nach dem Wahlsieg Salvador Allendes und Guinea-Bissau im Unabhängigkeitskrieg. Aus der Zeit um 1970 stammen Porträts von François Mitterrand, Helmut Kohl und anderen europäischen Politikern. Neuere Projekte setzen sich mit den Möglichkeiten der Visualisierung von Zeit bzw. Vergänglichkeit auseinander. *Der zweite Blick*, *Timescape* und *Der unverwandte Blick* dokumentieren den Wandel der „sichtbaren Umwelt“ im Verlauf der Zeit. Unter dem Titel *Eye on Time* widmet sich Michael Ruetz in größeren Zeitabständen demselben Objekt und Thema und hält so Veränderungen und Entwicklungen desselben Ortes über Jahre fest.

**Mai / Juni:**

### **Young Chinese Artists**

Die Ausstellung YOUNG CHINESE ARTISTS zeigt Arbeiten von acht Künstlern, die alle nach 1975 geboren wurden. Diese Generation wurde in den Zeiten der „Ein-Kind-Politik“ geboren und erlebte beim Aufwachsen Chinas spektakulären Wandel zu einer marktwirtschaftlichen Gesellschaft und extreme gesellschaftliche Veränderungen. So unterschiedlich wie die Künstler selbst, sind auch die künstlerischen Ansätze, die hier eine Vielfalt gegenwärtiger Tendenzen in Malerei und Skulptur aufblättern. Von Zitaten altmeisterlicher Positionen bis hin zu Verschmelzungen von Technik und Tradition, sollen die Vielfalt und geballte Kraft der jungen chinesischen Kunst beweisen.

**Juli / August**

### **„Zelluloid“ ein Ausstellungsprojekt von Steffen Mühle, mit Unterstützung des Filmmuseums Potsdam (Fotokunst)**

Aus Anlass des Jubiläums „100 Jahre Filmstadt Potsdam“ plant der Kunstraum Potsdam für den Sommer 2010 ein Ausstellungsprojekt mit Steffen Mühle. Die Ausstellung, die den Titel „Zelluloid 2010“ tragen wird, präsentiert in enger Zusammenarbeit mit dem Potsdamer Filmmuseum neue Arbeiten des Potsdamer Fotokünstlers.

Mühle, der die Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig als Meisterschüler absolviert hat, gilt als einer der innovativsten Vertreter der aktuellen Fotokunst und kann auf zahlreiche Ausstellungen im internationalen Kunstkontext, wie beispielsweise im Rahmen der Rohkunstbau, in der Villa Massimo in Rom oder in Kiew im Museum of Contemporary Art, verweisen.

Mühle überschreitet in seinen äußerst fantasiereichen Arbeiten die Grenzen des Mediums und zerstört die Illusion der realistischen Abbildung in der Fotografie. Er entwickelt sich zunehmend zum Grenzgänger zwischen Fotografie und Malerei. Mit Witz und Spiellust kombiniert er Blümchenmuster mit fotografischen Fundstücken und erschafft so für das Bild neue Existenzweisen. Die oft entstehende vermeintliche Idylle, die ornamentale Dekoration bilden dabei nur die Fassade, die Oberfläche für eine tiefsinnig-ironische Ambivalenz, die es lohnt, ergründet zu werden.

Durch die Kooperation mit dem Filmmuseum erhält Mühle die Möglichkeit, das umfangreiche Fotoarchiv des Museums zu sichten und als Rohstoff für seine künstlerischen Arbeiten zu verwenden. Dies ist vor dem Hintergrund, dass große Teile der fotografischen Sammlung der allgemeinen Öffentlichkeit nicht zugänglich bzw. unbekannt sind, besonders reizvoll.

Mühle interessieren dabei weniger die Fotos der Stars im Rampenlicht, die meistens durch ihre optische Präsenz an der Oberfläche bleiben und keine tiefere Sicht zulassen. Für seine Arbeit stehen jene Aufnahmen im Vordergrund, die Einblicke hinter die Kulissen gewähren und eine Welt hinter der Kamera widerspiegeln, die oft skurril und geheimnisvoll erscheint. Diese Bilder werden von Mühle aufgegriffen und neu erschaffen. Es entstehen Arbeiten, die ihren historischen Ursprung nicht verleugnen und zugleich unerklärlich und rätselhaft sind. So gelingt es, den Betrachter auf eine Reise in die Welt der eigenen Phantasie zu schicken und sich intensiv mit dem ausgestellten Werk auseinanderzusetzen.

### **September / Oktober:**

#### **"Alias Yederbeck" – Frank Geßner (Multimedia, Malerei)**

Multimedia-Projekt in Kooperation mit der HFF „Konrad Wolf“

Für ein Panorama-Kino auf 12 Leinwänden erforscht der Künstler Frank Geßner mit seinem Team spezifische Schnittstellen von Film und Kunst. Die kinematographische Installation kreist um den Künstler **YEDERBECK** und gibt einen experimentellen Einblick in die Möglichkeiten eines erweiterten hybriden Kinos, das auf dem Areal der Schiffbauergasse und im Kunstraum inszeniert werden wird.

### **Oktober:**

#### **KO-Kunstwettbewerb**

Eine spezielle Form der Nachwuchsförderung stellt der „KO-Kunstwettbewerb“ dar, der in diesem Jahr zum fünften Mal und in Kooperation mit einer Studentengruppe der FH Potsdam stattfinden wird. Sein Programm berührt alle Projektbereiche des WASCHHAUSES und führt innerhalb nur weniger Tage hunderte kunstinteressierte Jugendliche, ihre Eltern und Großeltern in die Schiffbauergasse. Dieser Wettbewerb zeigt beispielhaft, dass ein Brückenschlag zwischen der, sonst eher in sich geschlossenen, Kunstwelt und der Soziokultur sowie dem jungen Publikum des WASCHHAUSES erfolgreich möglich ist. Dieses produktive Spannungsfeld zwischen Kunstsystem und Jugendkultur wird so sinnvoll genutzt.

### **November / Dezember:**

#### **„Von der Muse doppelt geküßt“ – in Kooperation mit „Kunstkontor“**

Die Ausstellung zeigt Arbeiten von Künstlern wie Armin Müller Stahl, Anna Thalbach und Strawalde, die neben ihrer hohen Begabung als Filmschaffende auch auf dem Gebiet der bildenden Kunst u./o. der Literatur seit Jahren erfolgreich tätig sind.

Diese so genannte Doppelbegabung ist zentrales Thema der Ausstellung und des begleitenden Rahmenprogramms. Neben Filmen, die ständig in der laufenden Ausstellung gezeigt werden, finden Sonderveranstaltungen, Lesungen und Gesprächsrunden mit den Künstlern statt.

## **Film**

In den Sommermonaten Juni bis August wird in Zusammenarbeit mit dem cinemastall e.V., der Open-Air-Kinosommer auf dem Freigelände des Waschhauses realisiert. Jeweils montags, freitags und samstags werden unterschiedlichste Filme gezeigt, deren Spektrum sich zwischen Klassikern der Filmgeschichte, populärem Hollywoodkino, großen Kino-Dokumentarfilmen und herausragenden Filmen des internationalen Independent-Kinos bewegt. Einen besonderen Schwerpunkt bildet die Präsentation deutscher Filmproduktionen, wobei preisgekrönte Kassenerfolge, ebenso wie ambitionierte Filme junger deutscher Regisseure zur Vorführung gelangen.

## **Musik**

Das Waschhaus bietet auch im Jahr 2011 eine Fülle von verschiedensten Partys an. Schwerpunkt wird es sein, das Alleinstellungsmerkmal des Waschhauses zu stärken und die Partyreihen danach auszurichten. Diese Strategie soll es ermöglichen, dass sich das Partyprogramm finanziell selbst trägt.

### **Rubys Tuesday**

Mit der wöchentlich stattfindenden Veranstaltung „Rubys Tuesday“ schafft das Waschhaus ein Podium für die Förderung junger Bands. Die Unplugged-Bühne im Klub bietet jungen Künstlern aus der Region die Chance sich vor großem Publikum in intimer Atmosphäre zu präsentieren. Im Anschluss an das Konzert darf zu wöchentlich wechselnden DJs im Bereich Indie, Alternative und Rock getanzt werden.

Die Veranstaltungsreihe erfreut sich einem stetig wachsenden Publikum und vereint junge studentische sowie ältere Zielgruppen gleichermaßen.

### **Rubys Weekend**

Das Waschhaus versteht sich als Unterstützer junger Bands / Künstler und schafft mit dem „Rubys Tuesday“ eine Auftrittsmöglichkeit sich vor breitem Publikum zu präsentieren. Bands, die bereits über die Unplugged-Bühne hinausgewachsen sind, aber noch nicht über den Bekanntheitskreis verfügen, um einen Konzertsaal ohne die Marke ‚Waschhaus Potsdam‘ zu füllen, bieten wir seit September 2010 mit „Rubys Weekend“ jeden ersten Freitag im Monat diesen Bands eine Auftrittsmöglichkeit auf der großen Bühne im Waschhaus Saal. Im Anschluss an das Konzert findet im Rahmen des Indie, Alternative, Electro und Rock auf zwei Ebenen eine Party statt.

### **Feierstarter – Die 90er Jahre Party**

Das letzte prägende Musikjahrzehnt wird in all seinen Facetten zelebriert. Die beste Gelegenheit in Erinnerungen zu schwelgen, endlich mal zu den Songs zu tanzen, die man früher verabscheut hat. Von Eurodance bis Grunge, von Techno bis Hip-Hop. Hier wird alles geboten was die 90er zu bieten hatten. Feierstarter konnte sich im Jahr 2010 zu einer stabilen und gut besuchten Veranstaltung, gerade für die Altersgruppe ab 25 entwickeln. Als Highlight zählte wohl der Live-Auftritt von „Oli. P“ im August 2010. Um dem Besucher auch 2011 die Veranstaltung so attraktiv wie möglich zu machen, sind weitere Live-Auftritte mit Künstlern aus den 90ern geplant.

### **3 – Die Party**

Mit dieser Veranstaltung möchte das Waschhaus eine möglichst breit gefächerte Zielgruppe erreichen. „3“ Steht hierbei für drei Musikausrichtungen auf drei Tanzflächen und drei Jahrzehnten in der Musikgeschichte. Die Veranstaltung bewegt sich nahe dem Mainstream und soll möglichst neues Publikum in unsere Räumlichkeiten bringen um dieses dann für unser weiteres kulturelles Programm zu begeistern. Seit November 2010 gehört diese Partyreihe zum Programm und erfreut sich steigender Besucherzahlen.



### **God Bless The Freakz**

Mit dieser Veranstaltung setzt das Waschhaus einen neuen Maßstab für Techno-/ Elektroveranstaltungen in Potsdam. Da der organisatorische Aufwand und das finanzielle Risiko dieser Veranstaltung bedeutend höher ist, als bei anderen Partyreihen, sind hierfür lediglich zwei Termine pro Jahr angedacht. Internationale, nationale und regionale Künstler der Szene werden zum Gelingen der Veranstaltung beitragen. In ihrer Größe und in ihrem Umfang gleicht die Veranstaltung einem kleinen Festival. Mit diesem Angebot füllt das Waschhaus einen weiteren Teil auf dem weiten Musikfeld aus und lockt somit mehr Zielgruppen zum kulturellen Programm des Waschhauses.

### **Bad Taste Party**

Unregelmäßig, aber doch bis zu fünf mal im Jahr heißt es:

Ausgekleidung im Schrank lassen und in Jogginghose in die Disko! Einmal alles raus kramen was wegen nichtgefallen tief im Schrank liegt und lange nicht gewaschen werden musste. Passend zum schrägen Outfit darf auf 3 Floors ausgelassen getanzt werden, wozu wohl kaum jemand auf einer anderen Party tanzen würde.

### **Next Generation**

Das ist die Schülerdisko für Potsdam und die frisch überarbeitete Fortsetzung der seit über drei Jahren erfolgreichen „Echt Cool Papa“ - Veranstaltung. Die Party richtet sich explizit an alle Schüler zwischen zwölf und fünfzehn Jahren. In Kooperation mit dem Diakonischen Werk Potsdam e.V. möchten wir aber mehr als nur eine Party für alle „Teens“ bieten, die gern in die abendliche Disko gehen würden, es aber aus verschiedenen Gründen nicht können oder dürfen. Vielmehr soll die Veranstaltungsreihe auch eine Plattform für junge Kunst und Kultur bieten und die Schüler daran auch selbst beteiligen. So hat es bereits Konzerte, Auftritte und Performances gegeben – auch ein Schülerband-Contest ist geplant. „Next Generation“ startete im Oktober 2010

### **Klub Color**

Jeden Mittwoch in den Schulferien haben Jugendliche ab 16 Jahren die Möglichkeit ausgelassen zu aktuellen Hits zu tanzen. Sollten die Besucher noch nicht volljährig sein, haben sie aber die Möglichkeit bis 24 Uhr am Veranstaltungsabend zu bleiben.

Mit dem Klub Color sollte vor allem dem jungen Publikum das kulturelle Programm vom Waschhaus näher gebracht werden. Nach einem massiven Rückgang der Besucherzahlen um fast neunzig Prozent drohte das Aus für diese Reihe. Mit dem Sommerprogramm und der Verlegung von der Arena in das Waschhaus gelang es dann aber die Besucherzahlen zu steigern. Seit den Sommerferien 2010 gibt es auch bei dieser Reihe Live-Auftritte von Künstlern aus der Indie oder Electro-Szene. Im Jahr 2011 wird am Konzept und vor allem am Image vom Klub Color weiter gefeilt um die Besucherzahlen weiter zu steigern.

## **Konzerte, Kabarett, Aufführungen**

Das Jahr 2011 wird sich musikalisch an den stattfindenden Partys anlehnen, um die zur Party kommende Zielgruppe für unsere Konzerte zu begeistern. Indie, Pop und Rock werden hierbei den Schwerpunkt bilden. Kleine Konzerte werden mit den stattfindenden Partys kombiniert, da sich das Konzertverhalten der Jugendlichen spürbar gewandelt hat. Bis zu 80 Konzerte sind geplant. So wird beispielsweise die Gothic-Rockband „ASP“ ihren Tourauftakt wieder in der Waschhaus Arena ausrichten. Für die erste Jahreshälfte sind Bands wie „Wir Sind Helden“ oder „Christina Stürmer“ im Programm vorgesehen. Im Bereich Kabarett werden unter anderem Künstler wie Josef Hader, Grissemann & Stermann und Markus Maria Profittlich, Olaf Schubert und Serdar Somuncu im Waschhaus gastieren. Da wir auch ein „erwachsenes“ Publikum erreichen und diese Zielgruppe auch verstärkt ansprechen möchten, gibt es konzeptionelle Überlegungen zu weiteren Veranstaltungsformen. So wird sich beispielsweise die erfolgreiche Produktion „Zum weißen Rößl“ des Brandenburger Eventtheaters, eines Mitglieds unseres Landesverbandes Soziokultur bei uns präsentieren.

## **Open Air Bühne**

Es ist zu prüfen unter welchen Voraussetzungen die Open Air Bühne im Jahr 2011 genutzt werden kann. Bereits jetzt lässt sich sagen, dass hohe Investitionen nötig sein werden um die Bühne in einen gebrauchstüblichen Zustand zu bringen. Da die Bühne gemäß der Genehmigungen nur für vier Konzerte pro Jahr vorgesehen ist, ist abzuwägen ob die wirtschaftliche Nutzung überhaupt möglich ist. Es ist jedoch unser Ziel, die Open Air Bühne im Jahr 2011 in unserem finanziellen Rahmen zu nutzen.

Als erstes Wagnis ist die Show mit Olaf Schubert im Juli 2011 vorgesehen.

## **Tanz**

### **Kursprogramm**

Das Tanzstudio der „Oxymoron Dance Company“ versteht sich als Kompetenzzentrum für Tanzkunst. Hierbei steht besonders die Entwicklung von Tanzarbeit und Tanzperformances unter aktiver Beteiligung von Kindern, Jugendlichen und jungen Künstlern im Vordergrund. Auch die Weiterentwicklung des Kursprogramms ist in 2011 planerisches Ziel. Das Studio bietet ein abwechslungsreiches Programm mit Kursen der klassischen Genre – kreativer Kindertanz, Ballett für Groß und Klein, Modern Dance, Street Dance, Break Dance Flamenco und weitere. Diese Angebote sprechen eine große Zielgruppe an, die vom jungen Publikum bis hin zu älteren Zielgruppe 40+ reicht.

Im Tanz liegen unendliche Schätze verborgen, die für die Bildung und Erziehung unserer Kinder von hohem Wert sind. Gerade den Kindern und Jugendlichen den Tanz nahe zu bringen ist Hauptaugenmerk der Kursarbeit. Das Studio der „Oxymoron Dance Company“ bietet die Plattform sich auszuprobieren, dem „Tanz“ zu begegnen. Diese Begegnung sollte als Bereicherung wahrgenommen werden, sie erweitert den Blickwinkel und den Horizont der Kinder. Der Tradition folgend wird es im kommenden Kursjahr 2010 / 2011 mit den Kursteilnehmern eine große gemeinsame Produktion geben. Darüber hinaus sind innerhalb einzelner Kurse vier kleine Produktionen / Arbeiten geplant. In diesem Kontext wird es eine Zusammenarbeit mit dem Jugendklub des Hans Otto Theaters in Vorbereitung.

### **„Oxymoron Dance Company“**

Die junge „Oxymoron Dance Company“ versteht sich als multimediales Labor auf den Ebenen Tanz, Musik und Video. Hier treffen unterschiedlichste Genres des Tanzes wie Ballett, Modern Dance, Flamenco, Break- und Street Dance aufeinander. Jährlich produziert die Company ein bis zwei Tanzstücke. 2011 arbeitet sie an einer neuen Produktion mit dem Titel „Die Heimsucher und der Kosmopolit“. Beeinflusst durch die im Jahr 2009 erstmals aufgeführte Produktion „I Wanna Die For You“ wagt sich die „Oxymoron Dance Company“ mit dem neuen Stück einen Schritt nach „draußen“. Dies ist im wörtlichen Sinne zu verstehen. Angeregt von den Arbeiten des Fotografen Marek Kucera, der 2009 im Rahmen der Ausstellung „Temporary Art Zone I“ fotografierte, beschäftigte sich vor allem mit der Frage wie viel Architektur der Mensch verträgt. Auch die Begegnung mit der Künstlerin Birgit Ramsauer die sich durch unterschiedliche Genre der Kunst bewegt, Stimmungen an unterschiedlichen Orten der Welt aufgreift, Objekte zu Subjekten der Geschichte werden lässt und Dinge auf den Kopf stellt, lassen einige Fragen laut werden. Sie ist Kosmopolitin, fühlt sich scheinbar überall zu haus. Dieses scheinbar ist die Frage, der in der neuen Produktion nachgegangen wird. Wie viel Heimat vertragen, suchen wir. Können wir als staatenlose Weltbürger existieren – wo liegt die Synthese aus partikularistischer und universeller Motivation? Gerade die Veränderungen auf dem vertrauten Gelände, das plötzlich unnahbar und riesig erscheint, geben Anstoß für die aufgeworfene Frage. Auf der Suche nach einer darstellbaren Essenz werden Tänzer,

Musiker, Frau Ramsauer unter der Regie von Anja Kozik nach eigenen Wegen suchen, einander beobachten und hinterfragen, um dann aus der Phase des kreativen Belauerns heraus in den in den Dialog der verschiedenen Ausdrucksformen zu treten. Es ist ein Experiment mit offenem Ausgang.

### **Produktionen „I Wanna Die For You“, „Revolte“ und „Tanz mit mir“**

Auch die bisher produzierten Stücke der „Oxymoron Dance Company“ werden im Jahr 2011 erneut aufgeführt.

#### **„Tanz mit mir“ (2010)**

Tänzer der Oxymoron Dance Company und Schauspieler des Hans Otto Theaters begeben sich auf eine spielerische Zeitreise. Die Wände eines Tanzpalastes, könnten sie reden, hätten sie unzählige Geschichten zu erzählen. Menschen treten auf mit diesen Geschichten im Gepäck, mit dem Zeitgeist unterschiedlicher Epochen. Lust, Verzweiflung und Hoffnung stehen im Zwiespalt zum Streben nach Perfektion und der Begierde nach Stärke. Doch bleibt noch Zeit zu träumen, zu lernen aus der Vergangenheit und die Gegenwart zu nutzen – alles zu ändern. Allen gemeinsam ist die Sehnsucht und die Vergänglichkeit einer durchtanzten Nacht.

*Leitung: Anja Kozik Musik: Monkey Art Ausstattung: Sabine Kassebaum  
Eine Koproduktion mit dem Hans Otto Theater*

#### **„I Wanna Die For You“ (2009)**

Nichts weniger als die Liebe steht im Zentrum der Produktion der OXYMORON Dance Company. Paare unterschiedlicher Herkunft und Kulturen ringen um Gemeinsamkeiten, stoßen auf Eigenheiten des jeweils Einzelnen. "I Wanna Die For You" Vereint Tänzer, Schauspieler, Musiker und Videokünstler, die einander gegenseitig beobachten und hinterfragen. In einem Prozess des kreativen Belauerns entsteht ein Dialog verschiedener Ausdrucksformen, ein Kaleidoskop menschlicher Regungen und künstlerischer Stile.

*Regie: Anja Kozik Choreographische Assistenz: Christine Joy Alpuerto Ritter Tanz: Dennis Dietrich, U-Gin Boateng, Agnes Wrazidlo, Elisabeth Kindler, Christian "Mio" Loclair  
Schauspiel: Moses Leo Kostüm: Jessica Karge Musik: Christoph Kozik Licht/Technik: Robert Dahlke Produktionsleitung: Peter Rachel Dauer: ca. 60 Minuten*

#### **„Revolte“ (2007)**

Mit viel Mut und Feingefühl führen die Tänzer der OFFIZZE Company OXYMORON ihren Aufstand rund um die Geschlechterrollen. Der Tanz wird dabei zur Waffe. Er umkreist die Liebe, den Streit, die Begegnung, das Miteinander und versucht zu greifen, was doch stets

neu, individuell erlebt wird. Alte Klischees, die klar trennen zwischen dem typisch Männlichen und Weiblichen, werden untersucht und mit den eigenen Bedürfnissen konfrontiert.

*Regie: Anja Kozik, Tanz: Agnes Wrazidlo, Timo Draheim, Eugene Boateng, Joy Christine Alpuerto Ritter, Dennis Dietrich, Andy Arndt, Schauspiel: Hannes Wegener; Musik: Christoph Kozik*

### **„oxy and friends“**

Unter dem Titel „oxy and friends“ präsentieren regelmäßig die Tänzer, Tänzerinnen und Freunde der Oxymoron Dance Company kleine Stücke und eigene Arbeiten. Diese Reihe wird auch im kommenden Jahr weitergeführt. Die Förderung jungen Tanzes und die Ermutigung junger Tänzer sich Themen zu stellen und diese künstlerisch umzusetzen ist ein wesentlicher Anteil in der Arbeit von „oxy and friends“. Aber auch den Radius der Tänzergemeinschaft zu erweitern und jungen Künstlern die Möglichkeit zu bieten sich zu präsentieren ist ebenso wichtig, wie ihnen bei den Arbeitsprozessen als Unterstützer / Mentor zur Seite zu stehen.

# **Evaluation der soziokulturellen Zentren in Potsdam**

---

Schlussbericht der Untersuchungsgruppe

Projektleiter: Herr Prof. Dr. Hermann Voegen

Projektteam: Janine Gottwald, Julia Schulz, Marie Wolf

**17.10.2011**

# Inhalt

<b>Einleitung</b> .....	<b>4</b>
<b>1. WASCHHAUS gGmbH</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1 Geschichte und Selbstverständnis</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2 Bildende Kunst</b> .....	<b>7</b>
1.2.1 Erkenntnisse.....	8
<b>1.3 Musik</b> .....	<b>11</b>
1.3.1 Erkenntnisse Partys.....	12
1.3.2 Erkenntnisse Konzerte.....	14
1.3.3 Erkenntnisse Festivals.....	16
1.3.4 Erkenntnisse Wettbewerbe.....	16
<b>1.4 Tanz</b> .....	<b>17</b>
1.4.1 Erkenntnisse Tanzkurse.....	18
1.4.2 Erkenntnisse Festivals.....	19
1.4.3 Erkenntnisse Oxymoron Dance Company.....	19
1.4.4 Öffentlichkeitsarbeit.....	19
<b>1.5 Literatur</b> .....	<b>20</b>
1.5.1 Erkenntnisse.....	20
<b>1.6 Comedy</b> .....	<b>22</b>
1.6.1 Erkenntnisse.....	22
<b>1.7 Film</b> .....	<b>22</b>
1.7.1 Erkenntnisse.....	23
<b>1.8 Labor</b> .....	<b>24</b>
1.8.1 Erkenntnisse.....	24
<b>1.9 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum Waschhaus</b> .....	<b>24</b>

<b>2. Lindenpark</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1 Geschichte</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1 Leitbild</b> .....	<b>32</b>
<b>2.3 Zielsetzungen</b> .....	<b>34</b>
<b>2.4 Musik</b> .....	<b>36</b>
2.4.1 Erkenntnisse Konzerte und Festivals.....	36
2.4.2 Erkenntnisse Nachwuchsförderung.....	38
2.4.3 Erkenntnisse Partys.....	40
<b>2.5 Erkenntnisse Theater und Kunst</b> .....	<b>41</b>
<b>2.6 Erkenntnisse Skater- und Graffitzene</b> .....	<b>42</b>
<b>2.7 Familien</b> .....	<b>43</b>
2.7.1 Erkenntnisse.....	43
<b>2.8 Erkenntnisse Workshops und Kurse</b> .....	<b>45</b>
<b>2.9 Erkenntnisse Jugend- und Sozialarbeit</b> .....	<b>46</b>
<b>2.10 Projektarbeit</b> .....	<b>48</b>
<b>2.11 Kooperationen und Netzwerkarbeit</b> .....	<b>49</b>
<b>2.12 Preisstruktur</b> .....	<b>50</b>
<b>2.13 Kommunikation und Werbung</b> .....	<b>50</b>
<b>2.14 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum Lindenpark</b> .....	<b>51</b>
<b>3. Archiv e.V.</b> .....	<b>55</b>
<b>3.1 Geschichte und Selbstverständnis</b> .....	<b>55</b>
<b>3.2 Zielgruppe</b> .....	<b>56</b>
<b>3.3 Projekte und Angebote</b> .....	<b>56</b>
<b>3.4 Erkenntnisse</b> .....	<b>57</b>
3.4.1 Empowerment und Partizipation.....	58
3.4.2 Atelier.....	59
3.4.3 Das Haus und seine Angebote.....	60



3.4.4 Projekte und Kurse.....	62
3.4.5 NutzerInnen.....	62
<b>4. freiLand.....</b>	<b>64</b>
4.1 Geschichte und Selbstverständnis.....	64
4.2 Ziele Phase 1.....	65
4.3 Ziele Phase 2.....	66
4.4 Erkenntnisse.....	67
<b>5. Fazit zur Untersuchung.....</b>	<b>70</b>
<b>6. Quellen.....</b>	<b>72</b>
<b>7. Anhang.....</b>	<b>73</b>
7.1 SWOT-Analysen.....	73
7.2 Auswertungsbögen.....	77
7.3 Besuchte Veranstaltungen.....	81
7.4 Begriffe.....	83

## **Einleitung**

Der vorliegende Bericht zur Evaluation der soziokulturellen Zentren Potsdams entstand in einem Projekt des Studienganges Kulturarbeit im Rahmen der Forschung und Lehre der Fachhochschule Potsdam. Eine Projektgruppe, bestehend aus drei Studentinnen des 6. und 10. Semesters fand sich zusammen und führte unter der Leitung von Herrn Prof. Dr. Hermann Voesgen die Untersuchung durch.

Die Untersuchung erfolgte in Kooperation mit dem Fachbereich Kultur und Museum sowie dem Fachbereich Kinder, Jugend und Familie der Landeshauptstadt Potsdam.

Das Hauptaugenmerk der Untersuchung liegt auf den Einrichtungen WASCHHAUS gGmbH und Lindenpark. Darüber hinaus wurden der Archiv e.V. und das freiLand-Projekt in die Analysen einbezogen. In Vordergrund der Untersuchung steht der Abgleich der von den Einrichtungen formulierten Konzepte mit der Veranstaltungspraxis.

Die Untersuchungsergebnisse setzen sich aus den verschriftlichten Beobachtungen zusammen, die bei regelmäßigen Besuchen verschiedener Veranstaltungen der einzelnen Häuser gemacht wurden. Dafür wurde ein einheitlicher Auswertungsbogen mit qualitativen und quantitativen Kriterien erstellt, mit dessen Hilfe untersuchungsrelevante Daten erhoben werden konnten. Diese Daten fließen in der jeweiligen Beschreibung der besuchten Veranstaltung mit ein.

Zu den quantitativen Kriterien zählen unter anderem die Anzahl der angebotenen Veranstaltungen innerhalb einer Sparte, während des Untersuchungszeitraumes. Darüber hinaus wurden die Besucherzahlen und die Altersstruktur der Besucher aufgenommen.

Der Charakter und der Inhalt der einzelnen Veranstaltungen wurden auf Grundlage der im Konzept formulierten Kriterien ausgewertet: Zielgruppen, programmatischer Ansatz, Leitbild des jeweiligen soziokulturellen Zentrums. Ein weiteres Element war die Bewertung der Atmosphäre bei den besuchten Veranstaltungen. Hierbei wurde die Stimmung im Publikum, als auch die Einlasspolitik und der Service betrachtet. Bei jeder besuchten Veranstaltung wurden diese Beobachtungen im Auswertungsbogen festgehalten.

Der Untersuchungszeitraum des Projektes begann mit dem freiLand-Eröffnungswochenende am 13. Mai 2011 und endete mit der „Romeo meets Julia“-

Premiere der Oxymoron Dance Company am 28. Juli 2011. Zum Teil lag dieser Zeitraum in der Sommerferienzeit.

Um diese besondere Konstellation und die Eindrücke aus dem kurzen Beobachtungszeitraum in Zusammenhang mit den übrigen Veranstaltungsperioden zu stellen, wurde das Jahresprogramm der Zentren für die Auswertung mit herangezogen. Damit wurde eine konkretere Einschätzung der besuchten Veranstaltungen im Verhältnis zum Gesamtveranstaltungsprogramm möglich. Zu bemerken ist dabei, dass in diesem Bericht nicht jede einzelne Veranstaltung der jeweiligen Sparte während des Untersuchungszeitraumes beschrieben ist, diese aber natürlich in die Gesamteinschätzung mit einfließen.

Die Ergebnisse der Beobachtungen und Auswertungen der Veranstaltungsprogramme sind, im Sinn der empirischen Sozialforschung, nicht repräsentativ, vielmehr wird versucht, die vorherrschende Praxis der Häuser zu charakterisieren.

Die ersten Eindrücke und Erkenntnisse wurden nach Ende des Untersuchungszeitraumes in einem Zwischenbericht für die Kooperationspartner, dem Fachbereich Kultur und Museum und dem Fachbereich Kinder, Jugend und Familie, zusammengestellt. Bei der Erarbeitung fiel auf, dass nicht alle relevanten Fakten sich aus der Beobachtung und den Besuchen der Zentren schöpfen ließen und manche Fragen offen blieben. Darüber hinaus wollte das Untersuchungsteam den Institutionen die Gelegenheit geben, Stellung zu beziehen, um gegebenenfalls fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren und zu ergänzen. In den Monaten September und Oktober 2011 wurden mit den Geschäftsführern bzw. BereichsleiterInnen der untersuchten Zentren hierzu Gespräche geführt. Grundlage für die Gespräche bildete der Zwischenbericht, der dem Zentrum in Bezug auf ihre Einrichtung zugesandt wurde.

Auf den folgenden Seiten werden nun die Ergebnisse zu den vier Institutionen WASCHHAUS, Lindenpark, Archiv und freiLand dargestellt.

# 1. WASCHHAUS gGmbH

## 1.1 Geschichte und Selbstverständnis

Das WASCHHAUS ist eine Institution mit einer langen Geschichte in Potsdam. Die ehemalige Militär-Wäscherei wurde Anfang der neunziger Jahre von KulturaktivistInnen besetzt und zum einem Veranstaltungsort für Kunst, Kultur, Musik, Konzerte und Partys entwickelt. Damit wurde das Fundament für den heutigen Kulturstandort Schiffbauergasse geschaffen. Viele Investitionen und die Ansiedlung von weiteren kulturellen Einrichtungen folgten und machten die Schiffbauergasse zu einem Kulturstandort.

Nach der Insolvenz des Waschhauses 2008 wurde ein neuer Träger für das WASCHHAUS in Form einer Ausschreibung gesucht. Langjährige MitarbeiterInnen des Waschhauses erstellten zusammen mit einer Gesellschaftergruppe ein Betreiberkonzept für das WASCHHAUS als gemeinnützige GmbH und erhielten den Zuschlag. Dieses Konzept bildet die Grundlage für die jetzige Untersuchung des Waschhauses.

Die WASCHHAUS gGmbH versteht sich als genreübergreifender Kunst- und Kulturraum mit Angeboten in den Sparten Musik, Tanz, Literatur, Film und Bildende Kunst. Soziokultur wird im WASCHHAUS weniger als konkrete Praxisform ausgeübt, sondern als programmatische Bezeichnung für Inhalte und Diskurse verstanden, die sich nicht nur auf künstlerische Aspekte beschränken sollen, sondern auch gesellschaftlich relevanten Themen mit einbeziehen. *"[...] Künstlerische und gesellschaftliche Fragen (sollen sich) kreuzen, Widersprüche, Erfahrungen sowie Fragen des Alltags thematisiert werden, der ästhetische Genuss nicht zu kurz kommen und Eigeninitiative gefördert werden."*<sup>1</sup> Allgemein wird formuliert, dass das WASCHHAUS *"[...] einen Raum für professionelle Kunstproduktionen, Kurse und Kreativangebote bietet, andererseits aber auch als Veranstalter auftritt [...] Experiment, Grenzüberschreitung und Brückenschlag - zwischen Sparten und Generationen, Ressorts und Kulturen - gehören dabei zu den wesentlichen Prinzipien des programmatischen Selbstverständnisses"*<sup>2</sup>.

Die Kernzielgruppe des Waschhauses ist das junge Publikum - Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene. Aber auch für Familien, Senioren und Migranten sollen kulturelle Formate angeboten werden. *„Bewegen, Gestalten und Nutzen“*<sup>3</sup> werden als

---

1 Konzept Waschhaus gGmbH, Programminhalte, S. 6

2 a.a.O., Selbstverständnis, S. 4

3 a.a.O.

signifikante Begriffe im Konzept genannt sowie das Vorhaben *"personelle, räumliche und technische Infrastruktur bereitzustellen [...]"*<sup>4</sup>. Der WASCHHAUS gGmbH geht es laut Konzept nicht nur um eine konsumorientierte Veranstaltungspalette die sich gut verkauft, sondern darum, vielfältige Angebote für heterogene und schwer erreichbare Zielgruppen zu schaffen. Wie diese allgemein formulierten Ziele in den einzelnen Programmsparten umgesetzt werden sollen, wird im Folgenden zusammengefasst.

## 1.2 Bildende Kunst

Laut Konzept versteht sich der Kunstraum Potsdam als *„Präsentationsort junger, zeitgenössischer Kunst internationaler Orientierung jenseits des kommerziellen Galeriebetriebes [...]"*<sup>5</sup>. Das WASCHHAUS hat sich vorgenommen im Kunstraum Potsdam acht bis zehn Ausstellungen pro Jahr auszurichten. Künstlerische Positionen etablierter nationaler und internationaler Künstler sollen genauso einen Ausstellungsort finden, wie *„[...] experimentelle künstlerische Ansätze junger noch nicht etablierter Künstler, die Wagnisse jenseits gängiger Darstellungsideen eingehen, [...]"*<sup>6</sup>. Eine Nachwuchsförderung junger KünstlerInnen möchte der Kunstraum im Besonderen durch den „KO-Kunstwettbewerb“ realisieren. Zusätzlich sollen einmal im Jahr sogenannte „Gastspiele“ veranstaltet werden, die regionale KünstlerInnen, AusstellungsmacherInnen oder Vereine präsentieren.

Das Ausstellungsprogramm des Kunstraumes soll durch Vorträge, Diskussionen und KünstlerInnengespräche sinnvoll ergänzt werden. Ein *„[...] Podium für kulturelle Begegnungen aller Art [...]"*<sup>7</sup> soll entstehen. *„Da die Vermittlung gegenwärtiger Kunst einen besonderen Stellenwert besitzt, bietet der Kunstraum Potsdam diverse Formen der Zusammenarbeit mit den Besuchern an.“*<sup>8</sup> Monatliche KuratorInnenführungen und Künstler-Round-Tables, ergänzt durch thematisch passende Lesungen, Konzerte und Filmvorstellungen sowie ein differenzierter BesucherInnenservice, sollen angeboten werden. Dazu zählen auch *„[...] spezielle Führungen für Senioren, Abendführungen und individuelle Veranstaltungen für Gruppen [...]"*<sup>9</sup>. Für Schulklassen möchte der Kunstraum Potsdam Führungen und Kunstgespräche mit entsprechendem Nachbereitungsmaterial zum Ausstellungsbesuch anbieten. Interaktive Angeboten für SchülerInnen, wie zum Beispiel eine „Fälscherwerkstatt“, sollen entwickelt werden. Hier kann sich der Kunstraum eine Kooperation mit der

---

4 a.a.O.

5 a.a.O., Bildende Kunst, S. 7

6 a.a.O.

7 a.a.O.

8 a.a.O.

9 a.a.O.

Kunstschule Potsdam vorstellen. Zudem möchte man „in naher Zukunft“<sup>10</sup> einen Freundeskreis gründen.

### **1.2.1 Erkenntnisse**

#### **Ausstellungen und Ergänzungsprogramm**

Innerhalb des Untersuchungszeitraumes fanden drei Ausstellungen statt, welche zwei bis zehn Wochen im Kunstraum zu sehen waren. In der Annahme, dass die weiteren für 2011 geplanten Ausstellungen stattfinden werden, präsentiert die WASCHHAUS-Galerie acht Ausstellungen und erfüllt das im Konzept angegebene Ziel. Bei den gezeigten Arbeiten handelt es sich nach Einschätzung der FHP-Projektgruppe weitestgehend um etablierte KünstlerInnen. Eine Ausnahme bildet die Ausstellung mit dem Titel: „3Mal“, mit Werken von Nachwuchs-Künstlerinnen. Seit 2004 wird eine Förderung junger Talente im Format des „KO-Kunstwettbewerbes“ veranstaltet. In diesem Jahr kann dieser Wettbewerb aus Mangel an Zeit bzw. Personal nicht stattfinden. Das WASCHHAUS stellte in der Vergangenheit die Räumlichkeiten des Kunstraumes studentischen Projektgruppen zur Verfügung. Sie realisierten mit kuratorischer und organisatorischer Unterstützung der Bereichsleitung Bildende Kunst die Wettbewerbe.

Im Konzept werden Angebote für Schulklassen beschrieben. Weder in den Werbematerialien noch im Internetauftritt gibt es Hinweise für solche Angebote und Möglichkeiten. Einzige Ausnahme bildete das Programm für den standortweiten Event „Stadt für eine Nacht“, bei dem es ein Künstlergespräch mit dem ausstellenden Künstler Steffen Mühle gab. Außerhalb dieses Events gab es auf den öffentlich zugänglichen Informationswegen keine Hinweise auf weitere KünstlerInnengespräche im Kunstraum. Wenn auch nicht öffentlich kommuniziert, gab es während des Untersuchungszeitraumes bzw. in 2011 Führungen für Schulklassen, KünstlerInnen- sowie KuratorInnengespräche. Dies konnte einer internen Jahresübersicht zu Führungen und KünstlerInnengesprächen im Kunstraum entnommen werden. Wie eine Führung abläuft und welche Inhalte vermittelt werden, kann von der Untersuchungsgruppe leider nicht beurteilt werden, da innerhalb der Beobachtung und Analyse des Programmes keine Veranstaltungen ausgemacht und entsprechend nicht besucht werden konnten.

---

<sup>10</sup> a.a.O.

Auf Nachfrage erfuhr die Untersuchungsgruppe, dass über KünstlerInnengespräche, KuratorInnenführungen und Schulführungen ausschließlich über einen Newsletter an ausgewählte Personen informiert wird. Es gibt entsprechende Verteiler bzw. ein Newsletter für Schulen und Kunstraum-Interessierte. Im Konzept angedachte KünstlerInnengespräche und Führungen mit Schulklassen finden im Kunstraum statt, doch Nachbereitungsmaterialien stehen den Pädagogen nicht zur Verfügung. Durch die Nachreichung der veranstalteten Führungen und KünstlerInnengespräche inklusive der Besucherzahlen, lässt sich ein Interesse an diesen Formaten konstatieren. Im Schnitt gab es zu jeder Ausstellung ein bis sieben Führungen und mindestens ein KünstlerInnen- oder KuratorInnengespräch. Ein Interesse bzw. eine Nachfrage und Teilnahme am Ergänzungsprogramm des Kunstraumes Potsdam kann somit bestätigt werden. Die Untersuchungsgruppe empfiehlt, die Kommunikation dieser Angebote im Internetauftritt (beispielsweise in digitalen sozialen Netzwerken) und in den Werbemitteln des Kunstraumes, um eine bessere Transparenz und Präsenz dieser Angebote zu gewährleisten. Auf Nachfrage wurde hervorgehoben, dass für die Organisation dieser Angebote und ihre Kommunikation in den Werbemitteln, weitere personelle und finanzielle Ressourcen benötigt würden.

Einen Freundeskreis des Kunstraumes Potsdam gibt es bisher nicht. Auf Nachfrage hieß es, dass der Geschäftsführer mit dieser Aufgabe betraut ist, und nicht (mehr) die Leitung des Kunstraumes. Die Geschäftsführung räumte ein, aus Zeitnot die Gründung des Freundeskreises nicht betreiben zu haben. Nach Einschätzung der Untersuchungsgruppe wäre die Bereichsleiterin Bildende Kunst für die Gründung eines Freundeskreises grundsätzlich besser geeignet als der Geschäftsführer, da sie auf jeder Eröffnung, Führung und Vorbereitung der Ausstellungen direkten Kontakt zu den MacherInnen und Interessierten und damit den potentiellen FreundInnen für den Freundeskreis hat. Die Bereichsleiterin ist nach eigenen Aussagen mit der Akquirierung von finanziellen Mitteln und dem Aufbau sowie der Pflege von Kooperationen beschäftigt. Es gibt zwar keinen offiziellen Freundeskreis des Kunstraumes, aber Kooperationen für die Ausstellungen, ohne die, so Frau Dietrich-Kröck, die bisherigen Ausstellungen nicht in dieser Anzahl und Ausstattung hätten stattfinden können. Auf dem bestehenden Kontaktnetz aufbauend, sollte zügig ein offizieller Freundeskreis ins Leben gerufen werden.

Eine Kombination oder Neukreation eines genreübergreifenden Angebotes zwischen Kunstraum und anderen Sparten aus dem Waschhaus, scheint nur schwer möglich. Das liegt nach Aussage von WASCHHAUS-MitarbeiterInnen, an der mangelnden Möglichkeit für Besprechungen als auch am Zeit- bzw. Personalmangel. In den dienstäglichen Teamsitzungen könnten bereichsübergreifende Ideen erörtert

werden. Solche konzeptionellen Gespräche scheint es aber kaum zu geben. Dazu gibt es widersprüchliche Aussagen von der Geschäftsleitung und dem Bereich Bildende Kunst. Nach Aussage von Frau Dietrick-Kröck wird ein solcher Austausch in der Dienstberatung von der Geschäftsleitung nicht gewünscht, während der Geschäftsführer die mangelnde Dialogbereitschaft beklagt. Grundsätzlich bemängelt der Bereich Bildenden Kunst das knappe Budget für Ausstellungen und fehlendes Personal.

## **Red Wall**

"Red Wall" ist zwar keine Ausstellungsreihe des Kunstraumes Potsdam, gehört mit seinem Profil aber zum Bereich der Bildenden Kunst und stellt einen Beitrag zur Förderung der kreativen Eigentätigkeit dar. Red Wall ist eine Ausstellungsreihe, in der alle zwei Monate neue Arbeiten von jungen KünstlerInnen ausgestellt werden. Organisiert wird Red Wall von einem dreiköpfigen Team, bestehend aus Lisa Ritscher, Angestellte im WASCHHAUS und Änne Fitzner, ehemalige Auszubildende des Waschhauses. Hinzu kommt der freischaffende Fotograf Clemens Porikys. Es gibt eine eigene Website, Flyer zu jeder Ausstellung und Veranstaltungshinweise in den Werbemitteln des Waschhauses.

Die Werke werden nicht in einem expliziten Ausstellungsraum mit „Galerie-Ambiente“ gezeigt, sondern im Treppenhaus des Waschhauses, dadurch sind die Arbeiten bei allen Veranstaltungen im WASCHHAUS für das jeweilige Publikum zugänglich, jenseits gängiger Galerieöffnungszeiten. Durch die große Anzahl von Gästen der zahlreichen Veranstaltungen im WASCHHAUS, kommt eine große Anzahl an potentiellen BetrachterInnen der Kunstwerke zusammen. Menschen, vor allem junge Erwachsene, die den Gang in eine Galerie eventuell scheuen würden, werden ganz zwanglos mit Bildender Kunst konfrontiert. Die Ausstellungseröffnungen von Red Wall finden jeweils dienstags vor „Rubys Tuesday“ statt. Dieses Party- und Konzertformat (siehe Veranstaltungsbeschreibung im Bereich Musik ff.) hat die gleiche Zielgruppe wie Red Wall. Die Ausstellungseröffnungen werden gelegentlich mit thematisch passenden Beiträgen, wie zum Beispiel Video- bzw. Filmvorführungen oder Tanzperformances, ergänzt und gehen dann fließend über in das Konzert von Rubys Tuesday. Mittlerweile fanden bereits sechs Ausstellungen statt und erfreuen sich immer größerer Beliebtheit bei den jungen Erwachsenen. Eine wachsende Zahl von BesucherInnen konnte vom Untersuchungsteam innerhalb des Untersuchungszeitraumes festgestellt werden und das wurde auch durch Frau Ritscher bestätigt. Red Wall stellt einen Beitrag zur Förderung junger Talente im WASCHHAUS dar und trägt somit zu der Erfüllung des im Konzept geschilderten Zieles bei.



Sofern thematisch passend, könnte eine Kopplung der Ausstellungsreihen von Red Wall mit denen des Kunstraumes furchtbar sein. Die teilweise verschiedenen Besuchergruppen der beiden Ausstellungsformate könnten das jeweils andere Format kennenlernen und so die Publikumsgruppe verbreitern.

### 1.3 Musik

Der Bereich Musik soll im Programm des Waschhauses einen wesentlichen Stellenwert einnehmen. Man möchte das *„[...] musikalische Programmangebot, das sich in der Regel jenseits des Mainstreams bewegt und oft Minderheitenkulturen bedient, [...]“*<sup>11</sup> im Programm umsetzen. *„Die Aufgabe der Veranstaltertätigkeit in diesem Bereich liegt insbesondere in der Sensibilisierung für Trends, aber auch in der Pflege musikalischer Nischen.“*<sup>12</sup> Zudem sollen Angebote entwickelt werden *„[...] die Musik in partizipationsorientierte Aktionsformen integrieren“*.<sup>13</sup> Konzerte aus allen Genres populärer Musik sollen im Waschhaus, in der Arena und auf dem Veranstaltungsplatz mit Open-Air-Bühne durchgeführt werden und dabei im Bereich der Indie- und Alternativ Musik, der Weltmusik und teilweise Avantgarde angesiedelt sein.

Das WASCHHAUS versteht sich als *„[...] 'erste Adresse' für populäre Livemusik in der Stadt und der Region Potsdam [...] ein Sprungbrett, das Trends und Akteure mit Zukunft erkennt und dem die kontinuierliche Förderung junger Talente besonders wichtig ist.“*<sup>14</sup> Durch Wettbewerbe und die Schaffung von regelmäßigen Auftrittsmöglichkeiten soll noch unbekanntem MusikerInnen eine Plattform geboten werden. Hier wird die regionale Musikinitiative „Church of Noise“ genannt, der man die Gelegenheit bieten möchte *„[...] in weitgehend selbst organisierten Veranstaltungen Newcomer zu präsentieren“*.<sup>15</sup> Musikalische Projekte sollen in Kooperation mit am Standort ansässigen Institutionen *„[...] im Rahmen der jeweiligen Saisonhöhepunkte und Festivals (z.B. Unidram, Standortfest, Lange Nächte)“*<sup>16</sup> entwickelt werden.

Das WASCHHAUS sieht Partys als wesentlichen Bestandteil innerhalb seines Veranstaltungsangebotes an und möchte dem Verlangen der Jugend nach Party- und Tanzveranstaltungen mit einem *„[...] variationsreichen, anspruchsvollen und*

---

11 a.a.O., Musik, S. 9

12 a.a.O.

13 a.a.O.

14 a.a.O., Konzerte, S. 9

15 a.a.O.

16 a.a.O., S. 10

*originären Party-Programm [...]“<sup>17</sup> Folge leisten. Dieses Programm soll vor allem für ein Minderheitenpublikum, aber auch für ein großes, breites Publikum ausgelegt sein. Darüber hinaus soll es Jugendlichen ermöglicht werden, eigene Partys und Club-Projekte zu entwickeln und durchzuführen. Als bereits gelungenes Beispiel dafür wird eine monatlich stattfindende „Underage-Party“ („Next Generation“) im Konzept genannt. Außerdem möchte das WASCHHAUS die Open-Air-Bühne „mindestens fünf Mal im Jahr mit herausragenden musikalischen Projekten [...]“<sup>18</sup> bespielen und dabei „[...] ein möglichst breites, generationsübergreifendes Publikum erreichen.“<sup>19</sup>*

### **1.3.1 Erkenntnisse Partys**

Wie im Konzept formuliert, stellen Partys einen wesentlichen Programmteil des Waschhauses dar. In den Veranstaltungsformaten 3-Die Party, Bad Taste, Boogie3000, Feierstarter und Rubys Tuesday Club werden Partys im Bereich der populären Musik umgesetzt.

Das Format "3-Die Party" ist vom WASCHHAUS kreiert und findet dort im Saal, im Kesselhaus und im Club statt. Die gespielten Musikstile sind Rock/Metal/Indie, R'nB/Black/Party und Elektro/Minimal/Techno. Der Eintritt beträgt bis 23:36 3 Euro, danach 5 Euro.

Die "Bad Taste Party" ist ein externes Format, welches von einer Gruppe junger Erwachsener zwischen 18 bis 28 Jahren kreiert wurde und in Kooperation mit dem WASCHHAUS in dessen Räumlichkeiten veranstaltet wird. Die Erfinder sind gleichzeitig die DJs und veranstalten in ganz Deutschland Partys unter diesem geschützten Namen. Bei diesem Format ist der Name Programm, das heißt die Partygäste sind dazu angehalten möglichst ungewöhnliche Kleidung zu tragen, die von schlechtem Geschmack zeugen - eben "Bad Taste". Der Eintritt beträgt im Vorverkauf 5,50 Euro und an der Abendkasse 7 Euro.

Boogie3000 ist eine Partyreihe der elektronischen Tanzmusik kreiert vom 'coconut-beatclub'. Die ErfinderInnen bzw. MacherInnen mieten die Räume des Waschhauses mit seinen drei Floors und buchen die DJs des Abends. Der Eintritt beträgt im Vorverkauf ab 10 Euro.

---

17 a.a.O.

18 a.a.O., Open-Air-Konzerte/Festivals, S. 10

19 a.a.O.

Bei dem Partyformat "Feierstarter" handelt es sich um eine 90er Jahre Party, die ebenfalls extern kreiert wurde. Dieses Format wird einmal im Monat auf drei Floors veranstaltet, in der Regel mit einem Live-Konzert. Der Eintritt beträgt im Vorverkauf 6 Euro, an der Abendkasse 7 Euro.

Bei den extern kreierten Partyformaten Boogie3000 und Feierstarter gibt es im Vorfeld zwischen dem Programmchef des Waschhauses und dem Organisationsteam des jeweiligen Formates ein Treffen, auf dem die Veranstaltung mit ihrem Programm besprochen wird.

Die Partyreihe "Next Generation" wurde ursprünglich von Jugendlichen ins Leben gerufen und fand während des Untersuchungszeitraumes nur einmal im Mai 2011 statt. Im Gespräch mit Herrn Peinke erfuhren wir, dass dieses Format, eine Partyreihe für Jugendliche zwischen 12 bis 15 Jahren ist, die aufgrund geringer Beteiligung durch die Jugendlichen an der Planung und Umsetzung der Party und wegen der niedrigen Besucherzahl, vorübergehend eingestellt wurde. Eine Wiederaufnahme dieser Partyreihe ist für das Jahr 2012 angedacht, allerdings nur unter der Voraussetzung einer kontinuierlichen Teilnahme einer Gruppe von Jugendlichen, die aktiv an der Konzeption und Planung dieses Formates mitarbeitet. Fraglich bleibt, worauf das mangelnde Interesse der Jugendlichen ein Partyformat zu kreieren zurückzuführen ist. Möchten die Unter-18-Jährigen nur an rezeptiven Veranstaltungen teilnehmen oder liegt das mangelnde Interesse an der fehlenden Kommunikation dieser Partizipationsmöglichkeit in den Drucksachen und im Internetauftritt des Waschhauses? Das WASCHHAUS möchte die Jugendlichen inhaltlich mehr mit einbeziehen und zusammen mit ihnen eine Kontinuität schaffen, die zur Etablierung einer "Underage – Party" führen soll, so der Geschäftsführer Herr Peinke und der Programmchef Herr Schönbeck. Sie würden dafür gerne einen Schülerpraktikanten einbinden.

Bei den Über-18-Jährigen sieht die Situation anders aus. Das WASCHHAUS bekommt im Monat ein bis zwei Anfragen von jungen Erwachsenen nach einer Auftrittsmöglichkeit, die Herr Schönbeck und sein Team beantworten und nach Möglichkeit realisieren. So geschehen mit der Partyreihe „We are Animals“ (DJ-Gruppe), ein Event der elektronischen Tanzmusik, das bisher zweimal stattfand. Die meisten Anfragen beziehen sich nach Aussage Herrn Schönbecks auf diesen Musikbereich, können aber zugunsten eines variationsreichen Musikangebotes nicht alle berücksichtigt werden. Neben der Reihe "We Are Animals" gelingt es in dem Partyformat „3 – Die Party“, ein paar unbekanntes DJs im Wechsel mit Professionellen eine Auftrittsmöglichkeit zu bieten.

Die Musik des Partyprogrammes des Waschhauses ist variationsreich. Innerhalb der verschiedenen Partyformate werden neben aktueller Musik auch Musik von neuen KünstlerInnen und DJs, neue Musiktrends gespielt. Dazu kommen die externen Partys, wie „Bad Taste“ und „Feierstarter“, mit ihrer eigenen Musikauswahl. So kommen auch die aktuellen Entwicklungen des jeweiligen Musikstils zu Besuch in das WASCHHAUS.

Die Formate der Partys, tragen eher vertraute Muster in der Partyszene: Musik auf verschiedenen Floors mit keiner speziellen Dekoration oder Specials. So trägt die Gestaltung der Veranstaltungen nur selten anspruchsvolle und originäre Züge. Eine Ausnahme bilden hier die "Bad Taste Party" und die „Silent Disco“. Diese fand im Rahmen der Partyreihe „Feierstarter“ zum ersten Mal im Juni 2011 statt. Bei diesem Format können die BesucherInnen die Musik über kabellose Funkkopfhörer hören und dabei zwischen verschiedenen Musikrichtungen wählen. Diese Partyreihe stammt aus den Niederlanden und hat zuvor noch nicht in Potsdam stattgefunden.

Im Konzept wird der Anspruch formuliert, Minderheitenkulturen sowie ein breites Publikum anzusprechen. Extra Veranstaltungen für ein Minderheiten/Nischenpublikum gibt es aber nicht. Die verschiedenen Partyreihen und Musikstile sprechen größtenteils ein breites Publikum an. Vielleicht lässt sich die HipHop-Musik und -Szene als ein Minderheitenpublikum in Potsdam bezeichnen, für deren Fans und Akteure es in Potsdam noch kein Forum oder ein spezielles Veranstaltungsformat im Sinne einer regelmäßig stattfindenden Party gibt. Der Bedarf bzw. der Wunsch Potsdamer Partygänger nach einer regelmäßigen HipHop-Veranstaltung, wurde vom Musikteam bemerkt und durch Anfragen von außen bestätigt. Das Musikteam des Waschhauses erstellt zurzeit ein Konzept für eine HipHop-Partyreihe die voraussichtlich im Januar 2012 starten soll.

### **1.3.2 Erkenntnisse Konzerte**

Konzerte aus allen Genres populärer Musik machen einen großen Teil der Musikveranstaltungen im WASCHHAUS aus. Die meisten Konzerte verschiedenster Musikstile werden innerhalb des wöchentlichen Veranstaltungsformates „Rubys Tuesday“ veranstaltet. Von bekannten Stilen wie Indie- und Alternativ, Rock und Pop, bekommt das Publikum auch neuartige Musiktrends mit zum Teil avantgardistischen Zügen zu hören. Indie-Elektro, Liedermacher-Rock'n'Roll, Post Punk, Rave-HipHop-Elektro und andere Musikstilkombinationen waren Teil des Programmes der Reihe „Rubys Tuesday“ innerhalb des Untersuchungszeitraumes. Die Konzerte dieser Veranstaltungsreihe sind frisch, individuell und aktuell.

Mit „Rubys Tuesday“ hat sich dienstags eine Veranstaltung etabliert, die vor allem von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehr gut besucht wird. Trotz des ungünstigen Tages unter der Woche, treffen sich regelmäßig Jugendliche, lauschen erst den auftretenden, relativ unbekanntem Nachwuchsbands und -künstlerInnen und tanzen danach bei Rubys Tuesday Club, manchmal auf allen Floors im WASCHHAUS inklusive Open-Air-Bereich mit drei verschiedenen Musikstilen, manchmal nur im WASCHHAUS Club. Vor allem überraschte bei dieser Veranstaltungsreihe die Preisstruktur. Bis 22.00 Uhr kostet der Eintritt, auch „Soli“ für Solidaritätszuschlag nur 1 Euro, für ein Live-Konzert und anschließende Disco mit DJ. Ab 22.00 Uhr bezahlt der Besucher 3 Euro. Die Getränkepreise sind ebenfalls günstig, im Hinblick auf die Zielgruppe der Schüler und Studenten. Bis 23.00 Uhr ist „Happy Hour“, jedes Getränk kostet nur die Hälfte.

Innerhalb von Rubys Tuesday findet seit Ende Juni 2011 jeden letzten Dienstag im Monat „Open Rubys“ auf einem Floor, dem Club, im WASCHHAUS statt. „Dich erwarten noch unbekannte Künstler die spontan auf die Bühne gehen und dich in den Bereichen Musik, Dichtkunst, Comedy oder Theater in Staunen versetzen werden“ verspricht der Flyer. An diesen Dienstagen wird die Bühne von NachwuchskünstlerInnen und -bands bespielt. Wer Lust und Mut hat, darf sich auf einer Liste eintragen, wird durch den Moderator „Freddy“ angekündigt und kann dann die Bühne für sich nutzen. Überwiegend wurde bei der ersten „Open Rubys“ Veranstaltung gesungen und Gitarre gespielt, begleitet von witzigen Anekdoten und Liedtexten. Als kleines Dankeschön, aber auch als Anreiz, wird jedem Teilnehmer ein Bier serviert.

Die Stimmung bei dem vorwiegend jungen Publikum war bei den besuchten Veranstaltungen sehr ausgelassen. Jeder Akteur auf der Bühne wurde vom Publikum begeistert beklatscht und angefeuert, Texte mitgesungen und Freunde auf die Bühne gelockt. Der gut besuchte Klub wurde auch an dem ersten Termin der Open Stage Veranstaltung bei dem jungen Potsdamer Publikum sehr gut angenommen. Nachdem die Open Stage um 23.00 Uhr vorbei ist, gibt es eine kurze Pause. Stühle werden weggeräumt, die Bühne wird frei gemacht und der DJ beginnt mit dem alldienstäglichen Rubys Club, zu dem die Anwesenden zu leichtem Pop, Rock und Indie-Klängen tanzen. Während des Untersuchungszeitraumes gab es außerhalb des „Rubys Tuesday“-Formates zwei weitere Konzerte im WASCHHAUS.

### 1.3.3 Erkenntnisse Festivals

Ein Festival wurde innerhalb des Untersuchungszeitraumes veranstaltet und von der Projektgruppe besucht. Es war das „3. Rubys Festival“, ein groß angelegtes Event mit Musik von insgesamt acht Bands auf drei Bühnen und im Anschluss an die Konzerte mit DJs auf drei Dancefloors. Ein sehr variationsreicher Abend mit unterschiedlichsten Musikstilen und Formaten, von Rock, Pop, Postpunk, Disco-HipHop-Elektro, Beatbox, Inditronic, Balkan Sounds mit Unplugged- und anderen Live-Bands bis hin zu spontanen Beiträgen von Nachwuchskünstlern auf der „Open Stage“ Bühne. Das Festivalprogramm war sehr abwechslungsreich, sprach fast alle Zielgruppen an und bot auch partizipatorische Optionen. Der Eintritt betrug im Vorverkauf 10,80 Euro (Abendkasse 15 Euro) und ist für das breite Veranstaltungsprogramm, das bis in die frühen Morgenstunden andauerte, als günstig einzustufen. Die Veranstaltung fand im WASCHHAUS Club + Saal, im Kesselhaus und auf der Open-Air-Fläche vor dem WASCHHAUS statt. Die Konzertbeiträge stammten von nationalen Acts aus ganz Deutschland und schufen einen abwechslungsreichen, aktuellen und neuartigen Festivalcharakter. Dieses Festival war sehr gut besucht, nach unseren Schätzungen vor Ort, durch mindestens 400 zahlende Gäste. Kommuniziert wurde die Veranstaltung mittels einer eigenen Seite im Programmheft Mai, in den Stadtmagazinen „friedrich“ (2 Seiten) und „Events“, über die WASCHHAUS Homepage und über die sozialen Netzwerke „facebook“ und „myspace“. Weitere Festivals fanden innerhalb des Untersuchungszeitraumes nicht statt.

### 1.3.4 Erkenntnisse Wettbewerbe

Wettbewerbe für junge Muskschaffende kamen innerhalb des Untersuchungszeitraumes nicht vor, genauso wenig wie selbstorganisierte Veranstaltungen der Musikinitiative „Church of Noise“ für Newcomer der Musikszene. Auch musikalische Projekte in Kooperationen mit ansässigen Institutionen in der Schiffbauergasse lagen im Untersuchungszeitraum nicht vor.

Der Behauptung im Konzept, dass das WASCHHAUS in Potsdam und Region die „erste Adresse“ für populäre Live-Musik ist<sup>20</sup>, kann im Rahmen dieser Untersuchung nicht nachgegangen werden. Für diese Einschätzung reicht der Umfang der im Rahmen der Untersuchung erhobenen Daten nicht aus. Festzustellen ist aber, dass das Format Rubys Tuesday mit einem wöchentlich Konzert von mindestens einer Band (meist sind es zwei Bands) einen großen Beitrag für populäre Live-Musik in

---

20 a.a.O., Konzerte, S. 10

Potsdam leistet. Auf der Open-Air-Bühne fanden außer einer Comedy-Veranstaltung und dem Open-Air-Kinosommer innerhalb des Untersuchungszeitraumes keine Konzerte oder andere Musik-Veranstaltungen statt.

Die Sparte Musik ist im WASCHHAUS sehr gut vertreten. In Potsdams Veranstaltungskalendern sind die Tanz und Party-Veranstaltungen des Waschhauses etabliert. Großveranstaltungen bei denen bekannte DJs auflegen, aber auch Reihen wie Rubys Tuesday und die monatlich stattfindenden Veranstaltungen Bad-Taste-Party oder 90er-Jahre, sind von Potsdams Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehr gut angenommen. Abgesehen davon, dass es für eine Minderheitenszene keine Party- oder Konzertveranstaltungen gibt, sind die Angebote im Musikbereich, wie im Konzept beschrieben, variationsreich und sprechen ein breites Publikum an.

## **1.4 Tanz**

Neben Musik und Bildender Kunst ist der Tanz ein weiteres „wesentliches Standbein“<sup>21</sup> des WASCHHAUS-Programmes. Das Oxymoron Tanzstudio bietet ein breites Tanzkursangebot für diverse Tanzstile und Altersgruppen an. Wöchentlich werden ca. 30 Kurse in den Bereichen Kindertanz, Modern Dance, Break Dance, Street Dance, Flamenco und Jazz Dance angeboten. Darüber hinaus sollen verschiedene Workshops und Bühnenprojekte veranstaltet werden und mit einer Aufführung zum Abschluss gebracht werden. Die hauptsächliche Zielgruppe bei den Tanzangeboten sind Kinder und Jugendliche. Laut Konzept wird dieser Zielgruppe die Möglichkeit eingeräumt das „Studiohaus“ für ihr Tanztraining kostenlos zu benutzen. Eigene Offizze-Produktionen sollen das Programm ergänzen und den TeilnehmerInnen ermöglichen sich aktiv in die künstlerischen Prozesse bei der Erarbeitung eines Tanzstückes einzubringen. Sie können ihren eigenen Stil unter professioneller Anleitung entwickeln und zusammen mit anderen TänzerInnen diese Positionen künstlerisch umsetzen.

In den Sommermonaten sind Tanz-Sommercamps für Jugendliche angedacht. Dazu soll ein jährliches „Festival für jungen Tanz“ selbst von Jugendlichen entwickelt werden, dass die Bereiche Musik und Tanz zusammenbringt. Die Ziele dieses Festivals sollen ein Erfahrungsaustausch zwischen den Tänzern und die Bildung neuer Netzwerke sein. Unterstützt wird dieser Austausch von etablierten bzw. professionellen Choreografen. Extra hervorgehoben wird im Konzept die Oxymoron Dance Company. Die TänzerInnen der Company sind gleichzeitig TanzlehrerInnen im regulären Tanzkursangebot des „Offizze“ und möchten jährlich ein bis zwei

---

21 a.a.O., Tanz, S. 11

Tanzstücke präsentieren mit dem Anspruch diese auch international zur Aufführung zu bringen. Oxymoron versteht sich als Labor, das Tanz, Musik und Video miteinander verbindet, genauso wie unterschiedliche Tanzgenres. Dabei sollen die Themen für die Tanzstücke von den MacherInnen eingebracht werden und in einer künstlerisch-tänzerischen Auseinandersetzung bearbeitet werden. Laut Konzept beteiligen sie sich zudem aktiv am Projekt „Tanz in Schulen“.<sup>22</sup>

#### **1.4.1 Erkenntnisse Tanzkurse**

Im Konzept wird das Tanzstudio noch "Offizze" genannt, mittlerweile finden sich aber alle Angebote im Bereich Tanz unter dem Namen "OXYMORON". Es werden einmal oder mehrmals pro Woche neun verschiedene Tanzkurse angeboten für die Tanzstile Flamenco, Modern Jazz, Ballett, Modern Dance, bis hin zu HipHop/ Street Dance und Break Dance, sowie ein „Choreo Training“ und ein Kurs „Work out“. Dazu kommt die Möglichkeit an zwei Tagen pro Woche frei in den Tanzstudios zu trainieren was auch immer der/die TänzerIn möchte.

Damit stellt der Bereich Tanz im WASCHHAUS einen großen Beitrag zur Förderung der kreativen Eigentätigkeit und Selbstentfaltung von Kindern und Jugendlichen dar. Darüber hinaus existiert eine Zusammenarbeit bzw. ein freies Kursangebot explizit für die SchauspielerInnen des Hans-Otto-Theaters. Ob es auch gezielt Angebote für Erwachsene oder ältere Menschen gibt, erfährt der Betrachter weder in den Druckprodukten noch auf der Internetseite. Teilweise werden Altersangaben gemacht bzw. Hinweise wie „für Kids/ für Anfänger / für Fortgeschrittene“ gegeben. Aber weiterführende Informationen, wie viel der Besuch eines Kurses kostet oder einfach Informationen zum Tanzstil und zum Profil des Tanzkurses fehlen. Es lässt sich teilweise nur vom Namen des Kurses ableiten, zum Beispiel „*Break Dance - für Fortgeschrittene*“<sup>23</sup>. Es wird aber eine Telefonnummer und eine Emailadresse angegeben unter der man Auskünfte einholen kann.

Das Angebot der Tanzkurse erfüllt die im Konzept aufgestellten Ziele. Es werden Tanzkurse mit einer breiten Palette an Tanzstilen für alle Altersgruppen angeboten. Das „Studio“ kann jeweils freitags und mittwochs kostenfrei genutzt werden. Die unter der Woche und am Sonntag angebotenen Tanzkurse wie Flamenco, Modern Dance, Breakdance usw. werden von Kindern, schon über mehrere Jahre hinweg, gut angenommen und sind gut ausgelastet. Es gibt zwar eine starke Konzentrierung der

---

22 a.a.O., Tanz-Company, S. 12

23 Programmheft WASCHHAUS Mai 2011



Angebote auf Kinder und Jugendliche, aber es gibt auch Angebote für junge bis ältere Erwachsene.

#### **1.4.2 Erkenntnisse Festivals**

Zu den im Konzept erwähnten Tanz-Sommercamps bzw. Festivals gab es im Programmkalender keine Angaben, das heißt es fanden keine Veranstaltungen im Untersuchungszeitraum statt. Laut der Bereichsleitung können die Tanz-Sommercamps und die Festivals aus mangelnden finanziellen als auch personellen Ressourcen nicht realisiert werden.

#### **1.4.3 Erkenntnisse Oxymoron Dance Company**

Jährlich werden, wie im Konzept geschildert, ein bis zwei Tanzstücke produziert und dabei auch Kooperationen mit externen Gruppen oder Fachleuten eingegangen. Während des Untersuchungszeitraumes gab es Aufführungen der Tanzproduktion „Romeo meets Julia“, die in Kooperation mit dem Hans-Otto-Theater entstanden ist. Ob der Anspruch aus dem Konzept diese auch international zur Aufführung zu bringen, eingehalten wird, kann dem Flyer oder den Programmhinweisen im Internet nicht entnommen werden. Es sind nur die Vorstellungen in der Schiffbauergasse angekündigt. Auf Nachfrage des Untersuchungsteams hieß es, das Tanzstück wird auch in Dresden und Bremen aufgeführt.

Das Projekt „Tanz in Schulen“ wurde bereits 2006 und 2009 in Kooperation mit der Fabrik, das sich ebenfalls auf dem Kulturstandort Schiffbauergasse befindet, durchgeführt. Im Konzept macht diese Kooperation mit Potsdamer Schulen eine Säule der Sparte Tanz aus. Nachfragen beim Geschäftsführer Herrn Peinke ergaben, dass die Kooperation mit einer Schule leider durch den Weggang der am Projekt beteiligten Lehrerin unterbrochen wurde. Seitdem mangelt es an Interesse seitens der LehrerIn, sodass dieses Projekt nicht fortgesetzt werden konnte. Außerdem kann das Projekt „Tanz in Schulen“ laut der Bereichsleitung Tanz, auch aus Mangel an finanziellen und personellen Ressourcen nicht realisiert werden.

#### **1.4.4 Öffentlichkeitsarbeit**

Leider sind die Flyer zum Tanzkursprogramm aktuell vergriffen. Damit kann man sich nur noch gezielt über das Internet oder über die dort angegebene Telefonnummer informieren. Insgesamt geht die Oxymoron Dance Company nicht offensiv mit der Kommunikation des Kursangebotes um.

## 1.5 Literatur

Das WASCHHAUS versteht sich laut Konzept als „Förderer der Buch- und Lesekultur und möchte eine breite Palette an Möglichkeiten zur Begegnung mit Literatur sowie zu ihrer kritischen Rezeption“<sup>24</sup> anbieten. „Tendenzen der jüngeren nationalen und internationalen Literatur, ihre Trends und prägenden Themen“<sup>25</sup> sollen im Mittelpunkt des literarischen Programms stehen. Über 30 Lesungen, Matineen, Gesprächsrunden oder literarische Abende sind jährlich geplant. Hinzukommen regelmäßige szenische Lesungen unter dem Titel „Hörlounge“ und ein Diskussionsforum namens „Bilderstreit“. Das Diskussionsforum „Bilderstreit“, das sich „[...] vor allem mit Fragen der Bildenden Kunst auseinandersetzt [...]“ wird im Konzept nicht konkreter beschrieben, genauso wie die Reihe „Lesezeichen“ in der „gesellschaftliche und politische Themen im Vordergrund stehen“ sollen. Im Konzept wird nicht deutlich welches Format diese Angebote haben sollen. Handelt es sich dabei um Diskussionen, eine Art Lesung oder ist es eher eine lockere Runde mit Literaten bei der über ein bestimmtes literarisches Thema gesprochen werden kann?

Spezielle Angebote sollen für Kinder und Jugendliche entwickelt werden. Im Konzept ist die Rede von einem monatlichen „Kinderbuchsonntag“, bei dem „[...] es Geschichten, Märchen oder auch Kinder-Krimis zu entdecken gibt“<sup>26</sup> Regelmäßig sollen „[...] bekannte Kinderbuch-Autoren und Illustratoren ihre aktuellen Bücher“ vorstellen.<sup>27</sup> Die Lesungen sollen in der WASCHHAUS Arena, im Saal oder im Club stattfinden. Des Weiteren soll es einmal im Monat ein Literatur-Frühstück geben.

### 1.5.1 Erkenntnisse

In der Sparte Literatur des Waschhauses finden weder die szenische Lesung der „Hörlounge“, noch das Diskussionsforum „Bilderstreit“ statt. Während des Untersuchungszeitraumes gab es nur ein spezielles Angebote für Kinder und Jugendliche, zum standortweiten Event „Stadt für eine Nacht“. Regelmäßige Lesungen für diese Zielgruppe und ein monatlicher „Kinderbuch-Sonntag“ wurden nicht veranstaltet. Im Gespräch mit dem WASCHHAUS wurde erklärt, dass das „Literaturfrühstück“ aus logistischen Gründen nicht umgesetzt werden kann. Die angedachten Räumlichkeiten im WASCHHAUS sind durch die nächtliche Benutzung

---

<sup>24</sup> Konzept WASCHHAUS gGmbH, Literatur, S. 13

<sup>25</sup> a.a.O.

<sup>26</sup> a.a.O.

<sup>27</sup> a.a.O.

durch Party-Veranstaltungen und Konzerte für den Frühstücksbetrieb nicht geeignet. Hinzu kommt, dass sich diese Veranstaltung finanziell nicht als rentabel erwiesen hat. Aus diesen Gründen kann auch der im Konzept beschriebene „Kinderbuch-Sonntag“ nicht veranstaltet werden. Es konnten keine Gelder bzw. Drittmittel akquiriert werden um diese Projekte umzusetzen.

Während des Untersuchungszeitraumes fanden zwei Lesungen statt. Zum Einen die des amerikanischen Autors David Vann, welcher sein Buch „Im Schatten des Vaters“ vorstellte und zum Anderen die satirische und humorvolle Lesung des Publizisten Peter Zudeick, welcher in seinem Buch „Ich bejahe diese Frage mit ja“ Glossen über politische Ereignisse und Charaktere von 1982 bis 2011 beleuchtete. Die Lesungen konnten zum Preis von 10 Euro (ermäßigt 8 Euro) und 9 Euro (ermäßigt 6 Euro) im Club des Waschhauses besucht werden. Durch die Bestuhlung des Raumes schien die Lokation mit 25 bis 35 Besuchern gut ausgefüllt. Beide Veranstaltungen sprachen thematisch eher mittlere und ältere Erwachsene an.

Auf Nachfrage in den geführten Gesprächen mit den Verantwortlichen des Waschhauses, erhielten die Projektgruppe eine Ergänzung von Katja Dietrich-Kröck, verantwortlich für die Sparte Literatur (sowie für Film und Bildende Kunst). Während des Untersuchungszeitraumes von Mitte Mai bis Ende Juli 2011 veranstaltete das WASCHHAUS am 13. Mai 2011 eine weitere Lesung im Literaturladen Wist. Da die Lesung von Helen Fitz Gerald sehr kurzfristig zustande kam, taucht sie nicht in den Druckprodukten des Waschhauses auf, sondern wurde nur über die Presse, in einem Newsletter und im Internet beworben. Diese Lesung wurde im Zwischenbericht nicht mit aufgelistet, da diese Öffentlichkeitsarbeit das Untersuchungsteam nicht erreichte. Nach Aussage der Bereichsleitung war die Teilnehmerzahl sehr gering, auf Grund dessen fand die Lesung nicht in den Räumen des Waschhauses statt. Die im Konzept angestrebten „Autorenprojekte“ gezielt für Schulklassen oder Angebote für „*die Förderung noch nicht etablierter literarischer Talente*“<sup>28</sup>, werden vom WASCHHAUS aktuell nicht umgesetzt. Die Auswahl der AutorInnen scheint beliebig und lassen kein Profil erkennen. Es gibt ein großes Potential für Veranstaltungen in der Sparte Literatur.

---

28 a.a.O., Literatur, S. 13

## **1.6 Comedy**

Veranstaltungen mit jungen Comedians sollen laut Konzept im Saal, Club oder auch in der Arena ermöglicht werden. Vertreter der deutschen „Comedy-Szene“ sollen regelmäßig zu Gast sein, so heißt es.

### **1.6.1 Erkenntnisse Comedy**

Wie angekündigt wurden Comedyveranstaltungen in das WASCHHAUS-Programm aufgenommen. Es gibt regelmäßige Angebote in dieser Sparte und einen eigenen Flyer für das Programm. Die auftretenden Comedians sind bekannte Darsteller aus der deutschen Comedy-Szene. Während des Untersuchungszeitraumes fanden im WASCHHAUS zwei größere Comedy-Veranstaltungen statt. Serdar Somuncu und Olaf Schubert, zwei aus dem Fernsehen bekannte Comedians, gastierten im Mai und im Juli im WASCHHAUS Potsdam. Besonders der Auftritt Olaf Schuberts auf einer Open-Air-Bühne auf dem Gelände des Waschhauses erfreute sich bei dem Potsdamer Publikum großer Beliebtheit, was sich anhand der ausverkauften Arena erkennen lässt.

## **1.7 Film**

Im Konzept werden viele verschiedene Rezeptionsangebote beschrieben. Besonders hervorgehoben wird der Open-Air-Kinosommer der jährlich von Juni bis August stattfindet und sich durch sein breites Film-Spektrum auszeichnen soll. Von Klassikern der Filmgeschichte über populäres Hollywoodkino, großen Kino-Dokumentarfilmen sowie Filmen aus den internationalen Independent-Kinos, soll ein besonderer Schwerpunkt auf deutsche Filmproduktionen gelegt werden.

Neben dem Open-Air-Kinosommer sollen im Saal und Kesselhaus thematische Filmnächte mit Filmdiskussionen veranstaltet werden, die nicht vom amerikanischen Mainstreamkino geprägt sind, sondern gegenwartsnahe Probleme und Interessen des jungen Publikums beinhalten. Eine Zusammenarbeit mit dem Studio Babelsberg wird hierbei angestrebt.

Zusätzlich soll jährlich ein Fernsehfestival „TELEmania“ für ein breites Publikum stattfinden, bei dem anspruchsvolle TV-Produktionen gezeigt werden sollen. Eine Kooperation mit der HFF und öffentlich-rechtlichen TV-Sendern ist hierbei vorgesehen. Ein Amateur-Filmwettbewerb für Menschen jeden Alters aus Potsdam und Umgebung, der alle zwei Jahre stattfinden und von mehreren Workshops

umrahmt werden soll, ist der letzte beschriebene Programmpunkt im Bereich Film. Potsdamer Filmschaffende sollen die dazugehörigen Workshops betreuen.

### **1.7.1 Erkenntnisse**

Der Open-Air-Kinosommer wird inhaltlich und programmatisch wie im Konzept beschrieben umgesetzt. Vom 6. Juni bis 31. August 2011 bot das WASCHHAUS „Nervenkitzel, Hochspannung, grandioses Schauspiel, Dramatik, Humor und beste Unterhaltung auf Potsdams größter Open Air Leinwand“.<sup>29</sup> Das Programm weist eine breite Auswahl aus Filmen verschiedener Genres auf. Dabei sind Oscar gekrönte Filme wie die Blockbuster „Black Swan“, „The Social Network“ und „The King’s Speech“, Deutsche Produktionen wie der Tanzfilm „Pina“, „Kokowääh“ und „Almanya – Willkommen in Deutschland“ und politisch aktuelle Filme wie „Von Menschen und Göttern“, „Der Name der Leute“ und „Four Lions“. Mit über 33 unterschiedlichen Kinofilmen zeigt der „Open-Air-Kinosommer“ ein breites Spektrum an Filmen. Dabei sind Kino-Dokumentarfilme und Klassiker gering vertreten. Hier fand je nur eine Vorstellung statt. Zusätzlich wird dem Besucher frisch Gegrilltes, Getränke und Snacks aus der Bar und Liegestühle (Mietpreis 1 Euro pro Stuhl) angeboten.

Ein umfassendes Programmheft informiert den Besucher über die Filme, Anfahrt und Preise (6 Euro pro Vorstellung, ermäßigt 5 Euro). Dabei gibt es ein Spezialangebot „Aus fünf mach sechs“, hier erhält der Besucher nach dem Besuch der fünften Vorstellung bei der Sechsten freien Eintritt.

Das breite Angebot, welches für die Sparte Film im Konzept angedacht war, findet im WASCHHAUS zurzeit nicht statt. Projekte wie das Filmfestival „TELEmania“ oder Amateur-Filmwettbewerbe können momentan nicht stattfinden, da aus finanzieller und personeller Sicht dafür die Kapazitäten nicht ausreichen. Um „TELEmania“ umsetzen zu können, war die Akquise von Projektmitteln angedacht, diese zusätzliche Finanzierung konnte aber laut der Bereichsleiterin nicht realisiert werden. Es gab zwar bereits kleinere Kooperationen mit Studenten der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf (ein Videoschnitt zur Tanzproduktion „Romeo meets Julia“ und eine Filmvorführung für die HFF im WASCHHAUS Club), aber es steckt noch wesentlich mehr Potential für weitere Projekte in dieser Zusammenarbeit.

---

<sup>29</sup> [www.waschhaus.de/kino.php](http://www.waschhaus.de/kino.php)

## **1.8 Labor**

Im Konzept als „eine Spielwiese für ungewöhnliche und überraschende Aktivitäten“<sup>30</sup> beschrieben, soll das Labor eine Aktions- und Gestaltungsplattform sein, die sich an die Gruppe der 22 bis 35-Jährigen und im Speziellen an Potsdamer Hochschulen wendet. Man hofft diese Zielgruppe nicht nur an das WASCHHAUS sondern auch an den Kulturstandort Schiffbauergasse binden zu können. Durch Kooperationen von ansässigen Firmen und Institutionen sollen die Studierenden der verschiedensten Fachrichtungen die Möglichkeit erhalten Projekte zu kreieren und durchzuführen.

### **1.8.1 Erkenntnisse**

Die Sparte Labor gibt es im WASCHHAUS nicht. Es gab keine Veranstaltungen in diesem Bereich innerhalb und außerhalb des Untersuchungszeitraumes. Dieses Angebot wird vom WASCHHAUS in keiner Weise kommuniziert und entsprechend wissen die Studierenden in Potsdam nichts von der Möglichkeit, Veranstaltungen oder Projekte im WASCHHAUS zu realisieren.

## **1.9 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum WASCHHAUS**

### **Programm**

Die Daten zur Analyse des Programmes stammen aus dem vom WASCHHAUS zur Verfügung gestellten Jahresprogramm, die aber nur Ausschnitte aus den Angeboten der Bildenden Kunst und dem Bereich Tanz enthielt. Die Untersuchungsgruppe erhielt eine Übersicht über die stattgefundenen Veranstaltungen und Führungen vom Kunstraum und hat diese ebenfalls in den Diagrammen berücksichtigt. Von der Oxymoron Dance Company wurde trotz Anfrage keine Jahresprogrammübersicht zur Verfügung gestellt, so dass die Sparte nur im Rahmen der in der Öffentlichkeit kommunizierten Veranstaltungen in diesem Bericht vertreten ist. Änderungen sind im Hinblick auf künftige Veranstaltungen vorbehalten.

---

30 Konzept WASCHHAUS, Labor, S. 15

## Aufteilung des Jahresprogrammes des Waschhauses nach Sparten 2011

■ Konzerte ■ Party ■ Bildende Kunst ■ Literatur ■ Tanz ■ Film ■ Spezials ■ Festival

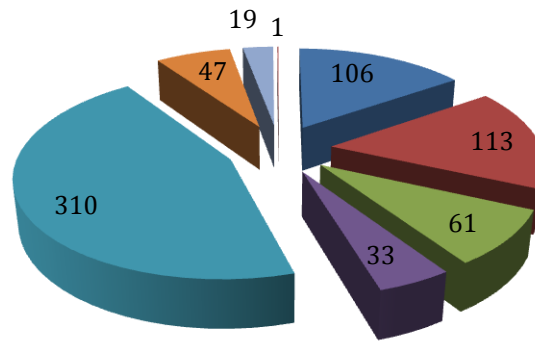


Abb. 1

Das WASCHHAUS bietet im Jahr 2011 mit knapp 700 Veranstaltungen und Workshops eine hohe Anzahl an Programmpunkten. In Abbildung 1 sind diese Veranstaltungen nach Sparten sortiert und grafisch dargestellt. Neben den Veranstaltungen im Musikbereich (Konzert, Party), macht die Anzahl der Angebote der Sparte Tanz einen Schwerpunkt des soziokulturellen Zentrums aus. Die Anzahl an Tanzkursen ist sehr hoch, aber die Kapazität pro Kurs (maximal 15-20 TeilnehmerInnen) ist weitaus geringer als bei Veranstaltungen im Bereich Musik (mehrere hundert BesucherInnen möglich). Aus diesem Grund ist eine Vergleichbarkeit der Bereiche innerhalb einer Grafik schwierig und differenziert vor dem Hintergrund der unterschiedlichen TeilnehmerInnenzahlen zu betrachten.

Wöchentlich gibt es 21 Tanzkurse für neun verschiedene Tanzangebote, die komplett ausgelastet sind. Dazu kommen eigene Tanzproduktionen, bei denen auch mit externen TänzerInnen oder Fachleuten Kooperationen eingegangen werden. Damit hat das WASCHHAUS-Programm durch den Bereich Tanz einen großen Anteil an partizipatorischen Angeboten, die kreative Eigentätigkeit von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen fördern.

Lässt man in der Grafik die Tanzkurse weg und fügt nur die Aufführungen der Tanzstücke als Veranstaltungen ein, ergibt sich folgendes Bild (Abb. 2):

## Anzahl der Veranstaltungen im Jahresprogramm Waschhaus 2011

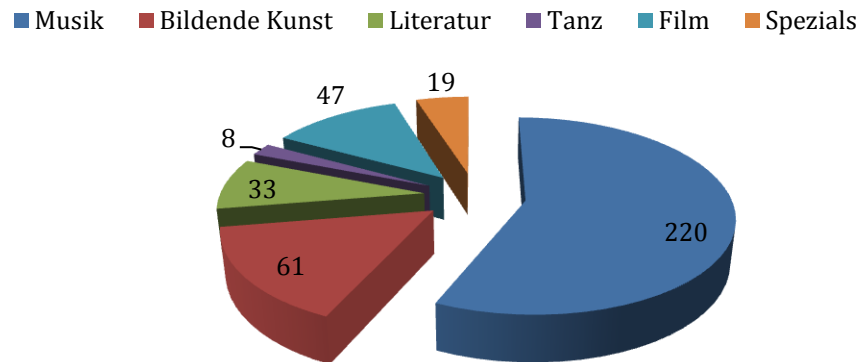


Abb. 2

Der Bereich Musik macht einen großen Teil des WASCHHAUS-Programms aus. Vier verschiedene Partyreihen, die jeweils alle vier bis acht Wochen stattfinden, eine wöchentliche Konzertreihe mit mindestens einem Konzert und daran anschließenden Partys auf drei verschiedenen Floors, plus viele weitere Konzerte außerhalb der „Rubys“-Reihe, schaffen ein breites und variationsreiches Party- und Konzertprogramm. Mit dieser Kombination aus neuartigen Musiktrends und gewohnter Tanzmusik, erreicht das WASCHHAUS sein im Konzept formuliertes Zielpublikum von jungen Erwachsenen. Die veranstalteten Konzerte nehmen Trends der aktuellen Musikszene aus allen Genres auf, worauf das WASCHHAUS laut Konzept besonderen Wert legt.

Die in dem Diagramm unter „Specials“ zusammengefassten Veranstaltungen sind Einzelveranstaltungen wie der UNESCO-Welterbetag, das Fritz Kneipenquiz, die Feier zu 20 Jahren Stadtjugendring, Theatervorführungen wie „Im Weißen Rössel“ oder Events die im Rahmen des „unidram“ – Festivals aufgeführten Theaterstücke des T-Werks. Dies sind alles Veranstaltungen die in der Regel nur einmal Vorkommen bzw. keine eigene Veranstaltungsreihe des Waschhauses sind.

Obwohl Angebote für ein Minderheiten- bzw. Nischenpublikum im Konzept vorgesehen waren, fehlen diese im Veranstaltungsprogramm. Auch finden keine Wettbewerbe im Musikbereich statt und es wurde 2011 nur ein Festival veranstaltet. Im Bereich Tanz werden die Projekte „Tanz in Schulen“ und Tanz-Sommercamps



nicht umgesetzt. Im Bereich Literatur fehlen die Formate „Hörlounge“, „Bilderstreit“ und der „Kinderbuchsonntag“. Das „Literatur-Frühstück“ fand nur einmal im Rahmen des standortweiten Festivals „Stadt für eine Nacht“ in der Schiffbauergasse statt. Im Bereich Bildende Kunst gibt es keine Umsetzung der Künstler-Round-Tables, der „Fälscherwerkstatt“ oder der Autorenprojekte gezielt für Schulklassen. Der „KO-Kunstwettbewerb“ fand in diesem Jahr nicht statt. Wann oder ob dieser Wettbewerb eine Fortsetzung erfährt, bleibt offen. Filmnächte mit Filmdiskussionen sowie das Filmfestival „TELEmania“ tauchen nicht im WASCHHAUS-Programm auf. Ebenfalls gibt es keinen Freundeskreis für den Kunstraum.

Auf die Nachfrage hin, warum diese im Konzept beschriebenen Formate nicht umgesetzt sind, wurde von den verschiedenen BereichsleiterInnen, als auch von der Geschäftsführung ein Personalmangel und ein damit einhergehender Zeitmangel als Begründung genannt sowie auch das Fehlen finanzieller Mittel. Das „Labor“, im Konzept als „eine Aktions- und Gestaltungsplattform speziell für die 22 bis 35-Jährigen“ von Potsdamer Fakultäten beschrieben, existiert nicht.

Genreübergreifende Angebote gibt es zwar, aber keine die aufgrund von Kooperationen zwischen den WASCHHAUS-Sparten zustande kommen. Außer im Konzertbereich, der stark auf Newcomerbands baut, ist im WASCHHAUS-Programm kein Profil zu erkennen.

## **Preispolitik**

Der Besuch des Kunstraumes, einzelner Filmvorführungen sowie den Vernissagen von Red Wall sind für den Besucher kostenfrei. Ebenso waren alle Angebote bei dem Event „Stadt für eine Nacht“ auf dem gesamten Areal der Schiffbauergasse, also auch im WASCHHAUS, kostenlos. Das SchülerInnenformat „Next Generation“ kostete nur 2 Euro Eintritt, welches dem kleinen Budget von SchülerInnen entgegen kam.

Darüber hinaus gibt es Veranstaltungen, wie Rubys Tuesday, welche als niedrigschwellig bezeichnet werden können. So zahlt der Besucher pro auftretender Band bis 22.00 Uhr nur 1 Euro und danach, für den anschließenden Rubys Club, 3 Euro Eintritt. Als Besonderheit lässt sich für die auf junge Erwachsene ausgerichtete Veranstaltung erwähnen, dass es hinzu noch eine „Happy Hour“ bis 23.00 Uhr gibt, in der alle Getränke zum halben Preis erworben werden können.

Weitere Veranstaltungen, wie „3 – Die Party“, locken den Besucher mit speziellen Angeboten. Gelegentlich werden Eintrittskarten verlost. So wurden für „3 – Die Party“ am 16. Juli 2011 auf dem sozialen Netzwerk facebook.de 33x3 Freikarten

verlost. Die meisten Partyveranstaltungen bewegen sich in den Eintrittspreisen zwischen 3 und 9 Euro. Für einige Veranstaltungen, zum Beispiel mit international anerkannten DJs oder Konzerte von Newcomerbands, werden Eintrittspreise bis zu 12 Euro verlangt. Bei einzelnen Konzert- oder auch Comedyveranstaltungen fallen unterschiedliche hohe Eintrittspreise an. Hochkarätige Einzelveranstaltungen wie das einzige Deutschlandkonzert mit Ensemble von Ludovico Einaudi oder der Gastauftritt von Olaf Schubert, kosten im Vorverkauf 32 bzw. 21 Euro. Für Lesungen hingegen werden Preise ab ermäßigt 6 bis 10 Euro pro Veranstaltung genommen.

Bei den Getränkepreisen sind die alkoholfreien Getränke wie Cola oder Wasser mit 1,80 Euro am günstigsten. Spezielle Getränke wie Club Mate oder Red Bull werden für 2,50 bzw. 3,00 Euro angeboten. Alkoholische Getränke wie Bier (2,40 Euro), Wein (3,20 Euro), Sekt (2,60 Euro) und Cocktails (Durchschnittlich 5 Euro) liegen im Durchschnitt im Vergleich zu anderen wirtschaftlichen Betrieben. Bei vielen Party- und Konzertveranstaltungen werden auch Speisen vom Grill (Bratwurst 2 Euro), sowie kostengünstige Snacks an der Bar angeboten.

### **Marketing & Öffentlichkeitsarbeit**

Das WASCHHAUS weist einen Mangel an geschlossenem Auftreten nach außen hin auf. Ein einheitliches Corporate Design ist auf den Flyern der verschiedenen Sparten nicht erkennbar. Vergleicht man die Druckprodukte der einzelnen Sparten, kann man fast nicht erkennen, dass es sich um verschiedene Bereiche eines einzigen Hauses handelt. Nur durch ein kleines, manchmal winziges und kaum erkennbares Logo, wird kommuniziert, dass die entsprechende Veranstaltung eine WASCHHAUS-Veranstaltung ist. Besonders auffällig ist dies auf den Flyern des Kunstraumes, der Oxymoron Dance Company und der Konzert- und Partyreihe Ruby Tuesday.

So verwundert es nicht, wenn das WASCHHAUS, die Oxymoron Dance Company und der Kunstraum vom Publikum häufig als eigene Einrichtungen eingestuft werden und nicht als *ein* soziokulturelles Zentrum. Auf die Nachfrage zu diesem Defizit, gab es unterschiedliche Meinungen im WASCHHAUS. Der Geschäftsführer Herr Peinke möchte eine Marke WASCHHAUS bzw. ein geschlossenes Auftreten in der Öffentlichkeit. Aus Sicht der beiden Bereichsleiterinnen Bildende Kunst und Tanz, sei eine Mehrmarkenstrategie unumgänglich, da jeweils ein unterschiedliches Publikum angesprochen wird.

Schwierig für die Organisation und Umsetzung einer Markenstrategie für das WASCHHAUS, ist eventuell die Tatsache, dass es keinen festen Mitarbeiter mehr für den Bereich Presse und Öffentlichkeitsarbeit gibt. Die einzelnen Aufträge zu den

Veranstaltungen werden nun zum Teil an externe Fachleute vergeben und sind vereinzelt an andere WASCHHAUS-MitarbeiterInnen übertragen worden.

## **Partizipation**

Die Partizipation spielt in den meisten soziokulturellen Zentren eine wichtige Rolle. Dies hat sich auch das WASCHHAUS in seinem Konzept vorgenommen. Ehrenamtlich Engagierte oder PraktikantInnen könnten helfen, personelle Unterstützung bei der Realisierung des Programmes und aktuell nicht stattfindenden Formaten zu leisten. Außerdem wäre es eine Möglichkeit, Defizite in der Partizipation zu beheben. Doch findet diese Einbindung nur punktuell durch einzelne ehrenamtliche KuratorInnenführungen oder Gespräche mit KunstkritikerInnen in der Sparte Bildende Kunst statt.

Der Wunsch nach Teilhabe bzw. zumindest nach Auftrittsmöglichkeiten junger Erwachsener besteht. Das bestätigen die Anfragen an den Programmchef Herrn Schönbeck. Die meisten Anfragen beziehen sich hier auf den Wunsch junger DJs, elektronische Musik im WASCHHAUS auflegen zu dürfen. Im Partyformat „3 – Die Party“ und „We Are Animals“ kann diesem Wunsch teilweise nachgekommen werden. Es gibt immer wieder Ansätze, Ideen und Vorschläge die von außen eingebracht werden, wie Herr Schönbeck bestätigte, doch seien diese oft unrealistisch und ohne Konzept, sodass die Ideen keinen Platz im Programm des Waschhauses fänden. MitarbeiterInnen des Waschhauses befürworten die Einstellung eines Praktikanten und die Förderung des Ehrenamts. Es wurden bereits in der Vergangenheit positive Erfahrungen gesammelt, da junge Leute häufig gute, neue Impulse brachten. Jedoch werden die Partizipationsmöglichkeiten im WASCHHAUS nicht in der Öffentlichkeit kommuniziert.

Die Annäherung an die Studierenden Potsdams stellt sich für Herrn Peinke als schwierig heraus. So werden Veranstaltungen wie die Semestereröffnungsparty von anderen Häusern abgeworben und das Engagement der Studierenden ist auf Grund ihrer Einschränkung, durch das Studium und eventuell noch wegen eines Nebenjobs, nicht gegeben bzw. ist eine Zusammenarbeit immer zeitlich beschränkt, weil viele StudentInnen nach Abschluss des Studiums Potsdam verlassen.

Das Problem der Kontinuität gilt allerdings für Jugendarbeit allgemein. Zusätzlich erschwert sicherlich der starke Berlinbezug der Potsdamer Studentenschaft den Erfolg von Programmen für diese Zielgruppe. Bezeichnend ist jedoch, dass der Geschäftsführer und der Programmchef Musik die Schwierigkeiten hervorheben. Es ist keine Phantasie und Energie erkennbar, auf

diese Zielgruppen zuzugehen. Konsequenterweise müsse man daher das Projekt Labor aus dem Konzept streichen, oder sich auf entsprechende Experimente und Kooperationen einlassen.

## **Potentiale**

Potenzial für kombinierte Veranstaltungen der unterschiedlichen Bereiche im WASCHHAUS bergen die drei unterschiedlichen Lokalitäten des Hauses in sich: die Räume des Kunstraumes, die Studios der Oxymoron Dance Company sowie der Klub, der Saal, die Arena und das Kesselhaus im WASCHHAUS und der Open-Air Bereich. Im Gespräch erfuhren wir, dass es in der Vergangenheit Versuche gab, Ausstellungen des Kunstraumes im Kesselhaus auszurichten. Doch durch das reguläre Veranstaltungsprogramm, welches davor und danach stattfindet, sind die Räumlichkeiten dafür nicht geeignet. Spät stattfindende Partys sind nicht mit Ausstellungen oder einem morgendlichem Literaturfrühstück vereinbar. Auch für Tanzvorführungen sind die Räume Klub, Saal, Arena, Kesselhaus und Open-Air-Bereich vor allem aus künstlerischer, aber auch aus räumlicher und technischer Sicht nicht optimal. Für die Anforderungen einer Tanzproduktion, die immer auch mit einem künstlerischen Ansatz verbunden ist, sind nach Aussage der künstlerischen Leiterin Frau Kozik, die Räumlichkeiten ungeeignet bzw. die Kosten für einen Umbau zu hoch. Kleinere Einlagen auf Vernissagen oder Lesungen, wenn es thematisch passt, sind für die Oxymoron Dance Company in den Räumen des Waschhauses machbar. Durch eine Zusammenarbeit mit anderen am Standort ansässigen Institutionen wurde dieser Mangel in der Vergangenheit stets ausgeglichen und die Tanzstücke in geeigneten Räumlichkeiten anderer Häuser abgehalten.

Die Sparte Film birgt nach Ansicht der Forschungsgruppe innerhalb des Waschhauses einen guten Ansatz für Synergien. Filmvorführungen mit anschließenden Künstlergesprächen wären ein künstlerischer Ansatz, der nicht nur für Studierende der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf ein Anreiz wäre, das Waschhaus aufzusuchen. Auch könnte für den Bereich Film das Angebot einer Zusammenarbeit des Waschhauses bei Projekten der Studierenden der HFF, aber auch der Universität und der Fachhochschule Potsdam, eine fruchtbare Konstellation sein und gleichzeitig die Zielgruppe der Studenten in das WASCHHAUS führen. Das könnte eine Wiederbelebung des Bereiches Labor im WASCHHAUS initiieren.

An den Hochschulen Potsdams, wie der Universität, der Fachhochschule sowie an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf, gibt es zahlreiche

Studiengänge die ein Interesse daran haben könnten im WASCHHAUS Projekte oder Veranstaltungen durchzuführen. Eine einfache Praktikumsausschreibung für StudentInnen mit dem Ziel der Erstellung einer Nutzungsstruktur für das Labor, könnte ein erster Schritt sein das Labor im WASCHHAUS ins Leben zu rufen.

Sowohl der Geschäftsführer als auch die MitarbeiterInnen bestätigten die Meinung der Untersuchungsgruppe, dass die unterschiedlichen Sparten und das vielfältige Publikum des Waschhauses ein sehr großes Potential für genreübergreifende Projekte besitzen. Die Teamsitzungen im WASCHHAUS werden aber nicht dazu genutzt konzeptionelle Fragen und Inhalte zu besprechen. Zu den Gründen hierfür gibt es sich widersprechende Aussagen. Tatsache ist jedoch, dass es dadurch nur ein bedingt arbeitsfähiges Team ist, vor allem wenn es darum gehen soll, bereichsübergreifende Projekte zu kreieren oder neue Projektideen zu besprechen.

## **2. Lindenpark**

## 2.1. Geschichte

Der Lindenpark ist ein Jugendkultur- und Familienzentrum in Potsdam-Babelsberg. Seit den 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts ist er Bestandteil der Potsdamer und Berliner Kulturszene.

1900 als Wäscherei erbaut, erfuhr das Gebäude vielfältige Umnutzungen. So wurde es als Ausflugslokal für Potsdamer genutzt, später aber auch als Filmstudio, Atelier und Premierenkino für die UFA. Nach dem Zweiten Weltkrieg war das Haus kurzzeitig unter sowjetischer Kommandantur, bis es in den 1960ern als „Tanz und Unterhaltungszentrum“ seine vorerst letzte Umstrukturierung erfuhr. Tanztees, Singwettbewerbe, Theateraufführungen sowie Kinder- und Konzertveranstaltungen waren fester Bestandteil des Lindenparks und standen im Zeichen der sozialistisch geprägten Veranstaltungskultur. Unter neuer Führung wurde in den 1980er-Jahren, auch durch das veränderte gesellschaftliche und politische Klima, eine neue Richtung eingeschlagen. Der Lindenpark bot nun eine Plattform für die sich neu entwickelnde Punkszene und Nachwuchsbands. So wurde die Einrichtung nicht nur in der lokalen Kulturszene bekannt, sondern auch über die Stadtgrenzen hinaus.

1990 erfolgte die Gründung des Lindenpark e.V. Mit seinen Einrichtungen gehörte der Verein in den Folgejahren zu den größten soziokulturellen Zentren im Land Brandenburg. Der e.V. umfasste das Hauptgebäude des Lindenparks, das offene Jugendhaus jwd, die Sternwerkstatt und den Klub Innenstadt. Leitgedanke bei der Gründung war die Förderung von Kunst und Kultur, die Jugend- und Kinderhilfe sowie die Unterstützung hilfsbedürftiger Personen.

Ab 2000 häuften sich die strukturellen und finanziellen Probleme des Lindenpark e.V., die 2008 zur Insolvenz des Vereins führten. Im März des darauf folgenden Jahres wurde der Lindenpark von der Stiftung Sozialpädagogisches Institut „Walter May“ (SPI) übernommen und konzeptionell neu ausgerichtet.<sup>31</sup>

## 2.2 Leitbild

Am 12. September 2011 führte die Untersuchungsgruppe ein Gespräch mit dem Geschäftsführer des Lindenparks, Herrn Andreas von Essen und weiteren MitarbeiterInnen. Dabei konnten Inhalte aus dem Gesamtkonzept von 2008 zum Lindenpark korrigiert werden. Das Konzept, das der Untersuchungsgruppe zur Verfügung gestellt wurde, war ein inhaltlich fehlerhaftes Konzept. Da sich die

---

<sup>31</sup> <http://www.lindenpark.de/lindenpark-1/haus>; <http://de.wikipedia.org/wiki/Lindenpark>

Stiftung SPI ursprünglich für die Betreuung der beiden Häuser WASCHHAUS und Lindenpark beworben hatte, waren im Lindenpark-Konzept von 2008 fälschlicherweise noch Aussagen enthalten, die sich auf das WASCHHAUS bezogen hatten. Dies betrifft das Open-Air-Kino, die Tanzangebote sowie die breit gefächerten Angebote in den einzelnen Kunstsparten.

Beim Gesprächstermin im September erhielt die Untersuchungsgruppe eine aktualisierte Kurzfassung des Lindenpark-Konzeptes. Dieses ist eine Ergänzung bzw. Richtigstellung des Konzeptes von 2008, das die inhaltlichen Ziele für die Arbeit des Lindenparks enthält und von der Untersuchungsgruppe als wesentliche Grundlage zur Einschätzung des Lindenparks verwendet wurde. Der Punkt „Förderung zeitgenössischer Kunst in allen Sparten“ im Gesamtkonzept von 2008 fällt somit aus dem Leitbild dieses Berichtes und der Gesamteinschätzung des Lindenparks heraus, da dieser sich auf das WASCHHAUS bezogen hatte.<sup>32</sup>

Im Gespräch stellte sich des Weiteren heraus, dass die im Gesamtkonzept benannten Migranten und Senioren keine konkrete Zielgruppe des Lindenparks seien, weshalb es auch keine speziellen Veranstaltungsformate für sie gäbe. Es solle lediglich verdeutlicht werden, dass der Lindenpark eine Vielfalt der Kultur durch interkulturelle Angebote fördern möchte. Durch MAE-Maßnahmen (Arbeitsgelegenheit mit Mehraufwandsentschädigung) werden teilweise ältere Menschen in die Veranstaltungsorganisation mit einbezogen.<sup>33</sup>

### **Soziokultur & „Kultur für alle“**

Der Lindenpark beschreibt sich selbst als *das* soziokulturelle Zentrum in Potsdam-Babelsberg, das stadtteil- und zielgruppenbezogen arbeite und Raum für die Förderung junger KünstlerInnen und subkultureller Aktivitäten biete.<sup>34</sup> Ziel sei es, nach dem Prinzip „Kultur für alle“, möglichst vielen Bürgerinnen und Bürgern Potsdams den Zugang und die Teilhabe an unterschiedlichen Kunst- und Kulturangeboten und in den Bereichen Soziokultur, Kinder-, Jugend- und Familienarbeit, kultureller Bildung und Bürgerengagement zu ermöglichen. Das Leitmotiv der Stiftung SPI „*Soziale Arbeit als Koproduktion*“ fokussiere die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den regionalen Akteuren.<sup>35</sup>

Der Begriff „Soziokultur“ wird im Konzept des Lindenparks definiert als synthetischer, kulturpolitischer Programmbegriff, der die Zusammenführung von

---

32 Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 1

33 a.a.O.

34 Gesamtkonzept Lindenpark 2008, Präambel, S.3

35 a.a.O., Inhalt, S. 4

Kunst und Gesellschaft beinhalte.<sup>36</sup> Die Soziokultur lebe vor allem durch die Partizipation der Zivilgesellschaft und sei auf das Bürgerengagement angewiesen, weshalb der Lindenpark darauf setze.

Neben dem Motto „Kultur für alle“ sei auch die Förderung interkultureller Kompetenz laut Konzept bedeutend. Im Rahmen des demografischen Wandels sei es darüber hinaus Ziel kultureller Bildung, die Potentiale älterer Menschen und die Verständigung über die Generationen hinweg zu fördern.<sup>37</sup> Besonders junge Menschen müssten gefördert werden, da sie die Zukunft unserer Gesellschaft seien.

## 2.3 Zielsetzungen

In der aktualisierten Kurzfassung des Lindenpark-Konzeptes werden die jeweiligen Zielsetzungen konkreter definiert. Zunächst geht es um Veranstaltungen bzw. um Ansätze, die man weiterführen möchte. Traditionelle Veranstaltungen, die immer gut angenommen wurden, sollen erhalten werden. Der Konzertbetrieb soll kleiner, aber effektiver werden und so Raum für Nachwuchsbands, Studentenpartys und Ähnliches sein. Fortgesetzt werden soll laut Konzept außerdem die Förderung alternativer Jugendkulturen, HipHop, Graffiti, Break- und Streetdance sowie die Betreibung der Skaterbahn. Der Spielplatz auf dem Lindenpark-Gelände, der einer der größten in Babelsberg ist, wird weiter gestaltet und ausgebaut. Ebenso sollen weiterhin Kooperationen mit anderen Trägern im Stadtteil stattfinden und die Aktivitäten im Bündnis für Familie fortgesetzt werden. Erhalten werden soll darüber hinaus die stadtteilnahe Kinder- und Jugendarbeit in den dezentralen Einrichtungen sowie die Andere Kinderbetreuung (Aki) in der Sternwerkstatt.<sup>38</sup>

Lösen möchte sich der Lindenpark von Veranstaltungen, die nicht angenommen werden. Ebenso soll das Prinzip, mit viel Umsatz in der Gastronomie Kinder- und Jugendarbeit bzw. Soziokultur in Größenordnungen zu finanzieren, fallen gelassen werden, da es ohnehin nicht funktioniere.<sup>39</sup>

Des Weiteren beschreibt die aktualisierte Kurzfassung des Lindenpark-Konzeptes eine Reihe neuer Ausrichtungen und Ansätze. Eine wesentliche Veränderung soll die Erweiterung der Öffnungszeiten sein. An mindestens fünf Tagen in der Woche sollen dem jungen Besucher Angebote in den Bereichen Kinder-, Jugend - und Soziokulturarbeit unterbreitet werden. Um den musikalischen Nachwuchs zu fördern sollen Workshops organisiert und Probemöglichkeiten geschaffen werden. Auch landesweite Nachwuchsfestivals sind denkbar sowie die Durchführung einiger

---

36 a.a.O., Exkurs – Soziokultur als kommunale Netzwerkstrategie, S. 5

37 a.a.O., S. 7

38 Lindenpark-Konzept aktualisierte Kurzfassung, S.1

39 a.a.O.



Open-Air-Veranstaltungen im Sommer. Für alternative Jugendkulturen, wie HipHop, Graffiti, Break- und Streetdance oder Theatergruppen sollen verbesserte Angebote geschaffen werden.<sup>40</sup>

Im Bereich Musik sollen Konzerte mit aufstrebenden Bands auf europäischem Niveau veranstaltet werden. Im Rahmen der Förderung der Jugend und Subkultur soll der Aufbau von Schüler- und Nachwuchsbands gefördert werden. Für Kinder und Familien soll – auch im Rahmen des Bündnisses für Familie - die Angebotspalette um Familien- und Stadtteilstädte oder Kindermusicals und Kinderzirkus erweitert werden. Ausgebaut werden sollen Kooperationen mit Partnern im Stadtteil, vor allem mit Bildungseinrichtungen wie Schulen, Kitas, Hochschulen u.a.<sup>41</sup>

Die Angebote der dezentralen Jugendeinrichtungen sollen verbessert werden, unter dieser Prämisse steht vor allem die Etablierung eines neuen „Klub Innenstadt“ und die Beteiligung bei der Objektsuche. Kooperation, Verzahnung und die Schaffung von Synergien sind bei allen Aktivitäten ein „konzeptionelles Muss“.<sup>42</sup>

### **Förderung von Jugendkultur & kultureller Bildung**

Der Lindenpark stelle laut Gesamtkonzept von 2008 den Jugendlichen Raum zur Verfügung, in dem sie sich von der Welt der Erwachsenen abgrenzen, ihre eigenen Interessen verfolgen können und durch Gemeinschaftserlebnisse mit Gleichaltrigen ihre Zugehörigkeit und ihre eigene Identität stärken.<sup>43</sup>

Im Bereich der kulturellen Bildung wird besonders die Allianz mit anderen Einrichtungen angestrebt, um in Kooperation mit anderen Potsdamer Einrichtungen die gesetzten Ziele zu verwirklichen. Das Bestreben nach einem Dialog zwischen den Kulturen stehe laut Konzept im Mittelpunkt der gesamten Arbeit des Lindenparks und der drei Jugendeinrichtungen.<sup>44</sup>

Zum Lindenpark gehören die drei Jugendeinrichtungen jwd, „Klub Innenstadt“ und die Sternwerkstatt. Diese seien Orte der Begegnung junger Menschen und bieten einen geschützten Raum gegenseitiger Akzeptanz, demokratischer Auseinandersetzung und gewaltfreier Konfliktlösung. Zentrale Grundsätze der Jugendarbeit des Lindenparks sind „Ganzheitlichkeit, Freiwilligkeit, Partizipation,

---

40 a.a.O. S. 2

41 a.a.O.

42 a.a.O.

43 Gesamtkonzept Lindenpark 2008, Förderung von Jugendkulturen, 2008, S. 9

44 a.a.O., Interkulturelle Arbeit, S. 10

Prävention, Integration und Prozessorientierung“<sup>45</sup>. Zielgruppen sind hier Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 6 bis 18 Jahren.<sup>46</sup>

### **Weitere mögliche Angebote**

Im Rahmen der Neuorientierung könne sich der Lindenpark laut Gesamtkonzept von 2008 als „Zentrum für Nachwuchsbands und Musikgruppen“ etablieren, da er auf diesem Gebiet einen Namen und Kompetenzen durch langjährige Erfahrungen hat, die man weiterführen könnte. Die Nachwuchsarbeit könne das eigene Profil bilden.<sup>47</sup> Das verstärkte Engagement im Bereich der Familienarbeit habe dem Lindenpark ein ganz neues Image gegeben und soll ausgebaut werden.

Des Weiteren werden im Konzept des Lindenparks mögliche Arbeitsschwerpunkte definiert, die wiederum auf programmatische Zielsetzungen schließen lassen. Es wird die Beteiligung und Initiierung von überregional und landesweit bedeutenden Kulturveranstaltungen, unter Einbeziehung der Menschen aus dem Umfeld der Standorte, der Region, lokal und überregional agierender Initiativen und Gruppen, anvisiert.<sup>48</sup>

Aktive mit eigenen Ideen könnten bei der Umsetzung von Kultur- und Bildungsprojekten unterstützt werden. Im Konzept wird formuliert eine „Entwicklung von Angeboten und Veranstaltungen die stark angebunden sind an Workshops, um Schwellen abzubauen und den Zugang für die Menschen zu Kunst und Kultur attraktiver und einfacher zu gestalten (...)“ aufbauen zu wollen.<sup>49</sup> Nicht zuletzt gehe es dabei immer um die Schaffung von Räumen zur Selbstentfaltung.

## **2. 4 Musik**

### **2.4.1 Erkenntnisse Konzerte und Festivals**

Neben der Jugend- und Familienarbeit ist der Bereich Musik von zentraler Bedeutung, sowohl in der Vergangenheit des Hauses als auch im neuen Konzept der Stiftung SPI. Im Bereich der rezeptiven Angebote sind Konzerte unterschiedlicher Musikrichtungen wie Rock, Indie, Ska, Punk, Metal, Alternative und Pop zu finden. Den BesucherInnen wird somit eine breite Palette unterschiedlicher Musikstile geboten. Weiterhin gibt es punktuell auch Konzerte, die sich hauptsächlich an

---

45 a.a.O., Jugendhilfe, S. 11

46 a.a.O., S. 11 f.

47 a.a.O., Der Lindenpark, S. 14

48 a.a.O., S. 15

49 a.a.O.,

Erwachsene richten, wie z.B. das Open-Air Konzert von Silly Anfang Juni 2011, das mit 3500 Besuchern sehr großen Zuspruch erfuhr.

Ein weiteres Open-Air Konzert, das während des Untersuchungszeitraumes stattfand, war Pasión de Buena Vista. Hier spielte eine zehn-köpfige kubanische Live-Band. Hinzu kamen 6 kubanische Tänzerinnen und Tänzer und zwei Buena Vista Sänger aus Kuba.<sup>50</sup> Somit wurde den BesucherInnen an diesem Abend ein Einblick in lateinamerikanische Musik und Kultur auf einem hohen Niveau geboten. Auch wenn dieses Konzert sich eher an Erwachsene richtete, waren auch Kinder herzlich willkommen, da diese bis zu einem Alter von 12 Jahren in Begleitung eines Erziehungsberechtigten keinen Eintritt zahlen mussten. Mit knapp 600 BesucherInnen wurde auch dieses Event gut angenommen und bot die Gelegenheit, Musik und Tanzstil einer anderen Kultur auf unterhaltsame Weise kennenzulernen.

Im Bereich Musik werden auch Szenegruppen durch spezielle Festivals, wie zum Beispiel „Psychomania Rumble No. 5/6.“ angesprochen. Nach Angaben des Lindenparks hat sich das Psychomania Festival zu einem der beliebtesten Psychobilly Events in Europa gemauert. Gäste und Bands aus der ganzen Welt wurden zu Pfingsten 2011 wieder im Lindenpark erwartet. An zwei Tagen spielten insgesamt 16 internationale Bands aus der Psycho- und Rockabilly-Szene.<sup>51</sup> Mit knapp 1600 Besuchern an den zwei Tagen war das Festival sehr gut besucht. Mit diesem speziellen Event kommt der Lindenpark seinem im Konzept formulierten Anspruch nach, Veranstaltungen weiterzuführen, die sich traditionell etabliert haben und immer gut angenommen wurden. Ebenso erweist sich der Lindenpark hier als Ort, in dem auch Szenegruppen willkommen sind.

### **Besuchte Veranstaltung**

Am 17.06.2011 wurde die Veranstaltung „Dusk plays Radiohead“ besucht. Dieses Konzert war das letzte in einer Folge von sechs Auftritten des kanadischen Sängers Andre Dusk, die monatlich seit Januar im Lindenpark stattgefunden und jedes Mal einen anderen Künstler im Fokus hatten. Begleitet wurde der Sänger diesmal von zusätzlichen Musikern, die noch etwas jünger waren und teilweise aus Potsdam kamen. Das Konzert begann um 21.00 Uhr und war mit drei Euro Eintritt an der Abendkasse ein günstiges und niedrigschwelliges Angebot. Das Einlasspersonal war sehr freundlich und auskunftsbereit. Leider waren an diesem Abend nur 25 Besucher anwesend. Nach Aussagen des Personals waren bei vergangenen

---

<sup>50</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_06/pasion-de-buena](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_06/pasion-de-buena)

<sup>51</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_06/psychomania-rumble-no.-5](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_06/psychomania-rumble-no.-5)

Auftritten, wie „Dusk plays Nirvana“ auch schon über 100 Besucher anwesend gewesen, es läge wahrscheinlich daran, dass Radiohead nicht ganz so beliebt oder bekannt sei, wie andere Acts, die im Rahmen dieser monatlichen Reihe interpretiert wurden.

Trotz der geringen Besucherzahl war die Stimmung beim Publikum gut und dem Künstler wurde begeistert applaudiert. Auch die Raumsituation im Saal wurde vom Lindenpark gut gelöst. Vor der Bühne waren Sessel und kleine Tische aufgebaut, ebenso eine Couch an der Seite und ein paar hohe Tische mit Barhockern. Dadurch wirkte der Raum nicht leer und die BesucherInnen konnten einen bequemen Platz einnehmen und entspannt der Musik zuhören. Die BesucherInnen setzten sich hauptsächlich aus jungen Erwachsenen zusammen, die rein äußerlich nicht einem bestimmten Szenepublikum angehörten. Auch mittlere Erwachsene waren anwesend, die nach eigenen Aussagen, die Möglichkeit, in Babelsberg gute Live-Musik zu genießen, gern wahrnahmen.

## **Einschätzung**

Der Lindenpark bietet ein anspruchsvolles und abwechslungsreiches Konzertangebot. Verschiedene Musikstile, Geschmäcker, teilweise Szenepublika sowie im Alter unterschiedliche Zielgruppen werden bedient. Ebenso variieren die Formate der Konzerte, von kleinen Auftritten im Salon, über Konzerte im Saal, bis hin zu großen Open-Air Events in den Sommermonaten. Weiterhin finden Auftritte von noch nicht so bekannten Musikern und Newcomern statt, die so die Möglichkeit bekommen ihre Bekanntheit zu steigern. Bei vielen Konzerten im Saal könnten noch höhere Besucherzahlen erzielt werden, da die Auslastung teilweise noch großen Spielraum nach oben zulässt.

### **2.4.2 Erkenntnisse Nachwuchsförderung**

Der Lindenpark will sich auf die Förderung junger NachwuchskünstlerInnen, besonders im Bereich Musik konzentrieren. Für diesen Zweck sollte ein, im Konzept beschriebener Förderverein gegründet werden. Dieser Verein ist inzwischen gegründet worden und nennt sich "Mach Musik e.V." Zwischen diesem Verein, dem Lindenpark und dem jwd gibt es eine partnerschaftliche Kooperation unter der Initiative „Mach Musik im Lindenpark“.<sup>52</sup> In diesem Rahmen werden Kurse, Workshops und Workcamps im Bereich musikalischer Nachwuchsförderung angeboten. Der Verein Mach Musik e.V. stellt den interessierten Jugendlichen

---

<sup>52</sup> <http://www.lindenpark.de/Angebote/mach-musik-e.v>

Proberäume mit Instrumenten zur Verfügung. Darüber hinaus stehen die MitarbeiterInnen den jungen MusikerInnen beratend zur Seite. Zusätzlich werden Angebote im Bereich Musik für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche sowie Projekte mit Schulverweigern durchgeführt.

Der Lindenpark bietet jungen Talenten auch die Möglichkeit, ihr Können einem Publikum zu präsentieren. So fanden während des Untersuchungszeitraumes der „Music Supercup“ und die Reihe „Nur die Harten komm´ in Park“ statt, beides Veranstaltungen, die auf Initiative von Jugendlichen entstanden sind. Der „Music Supercup“ war ein Nachwuchscontest anlässlich des Tages der Musik.<sup>53</sup> Hier konnten die BesucherInnen für zwei Euro Eintritt acht junge Bands ansehen, die von einer Jury bewertet wurden. Voraussetzung für eine Teilnahme war, dass man zwischen 10 und 27 Jahre alt, als Nachwuchsband oder -künstler klar erkennbar war und nur eigene Songs performen sollte. Die Musikrichtung spielte dabei keine Rolle. Für die Teilnahme an dem Wettbewerb konnte sich jeder unkompliziert über eine ausgeschriebene E-Mail Adresse bewerben. Der „Music Supercup“ stellt mit seinem Profil ein weiteres Format innerhalb der Musikförderung dar.

### **Besuchte Veranstaltung**

Die Veranstaltung „Nur die Harten komm´ in Park 2“ fand am 27.05.2011 im Saal des Lindenparks statt. Hier hatten fünf junge Bands die Gelegenheit, das Publikum von ihren musikalischen Fähigkeiten zu überzeugen. Für die Veranstaltung, die um 20.00 Uhr begann, bezahlte man 5 bzw. ermäßigt 3 Euro Eintritt. Am Einlass wurde eine Taschenkontrolle durchgeführt. Die geschätzten 150 BesucherInnen setzten sich hauptsächlich aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen zusammen, aber es waren auch wenige Kinder und mittlere Erwachsene anwesend. Die Räumlichkeiten waren zu ungefähr 30 bis 40 % ausgelastet. Die Atmosphäre war sehr angenehm und locker, die BesucherInnen waren kommunikativ und saßen oder standen im Saal, tanzten teilweise zur Musik oder saßen draußen vor dem Eingang des Lindenparks und unterhielten sich. Die Preise für Gastronomie waren eher im mittleren Bereich angesiedelt. Für eine Cola zahlten die BesucherInnen z.B. 2 Euro, für ein Bier 2,50 Euro, ein Glas Wein kostete 3 Euro und Cocktails im Durchschnitt 5 Euro. Räumliche Barrieren waren nicht vorhanden, ein Rollstuhlfahrer gehörte auch zu den Gästen. Das Personal war durchweg höflich und auskunftsbereit.

### **Einschätzung**

---

<sup>53</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_06/music-supercup](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_06/music-supercup)

Die Nachwuchsarbeit in der Sparte Musik betreibt der Lindenpark wie im Konzept beschrieben auf vielfältige Weise. SchülerInnen- oder Nachwuchsbands werden gefördert durch Auftrittsmöglichkeiten oder Musikwettbewerbe. Darüber hinaus bietet der Jugendklub j.w.d. am Lindenpark und der Mach Musik e.V. Proberäume und Instrumente an und berät bei Fragen und Problemen. AnfängerInnen und Interessierten wird in Kursen und Workshops der Zugang zur kreativen Tätigkeit im Bereich Musik erleichtert. Durch die Arbeit mit sozial benachteiligten Kindern oder Jugendlichen werden an dieser Stelle Sozial- und Kulturarbeit sowie kulturelle Bildung sinnvoll miteinander verknüpft.

### **2.4.3 Erkenntnisse Partys**

Der Bereich Party ist im Lindenpark ebenfalls vertreten, nimmt aber von der Anzahl der Veranstaltungen einen eher geringeren Stellenwert ein. Neben den bei Konzerten gängigeren Musikstilen wie Rock, Indie oder Alternative, bietet das Party-Programm den jungen PotsdamerInnen auch House, Funk, Elektro und Party-Klassiker. Neben der Saisonöffnungsparty des SV Babelsberg 03 gab es im Untersuchungszeitraum noch die Elektro-Party „TANZZRAUSCH pres. CLUBNACHT“, die mit knapp 600 BesucherInnen gut frequentiert war. Ein in der Szene bekannter DJ legte auf, wodurch der Eintrittspreis von 10 Euro gerechtfertigt war.

Eine bekannte und beliebte Veranstaltung ist auch die Semestereröffnungsparty, die Ende Oktober 2011, bereits zum achten Mal im Lindenpark stattfinden wird. Die Party wird vom Pub á la Pub veranstaltet und ist darüber hinaus eine Kooperation mit dem Lindenpark, dem StudentInnenkeller Nil sowie dem Asta der Universität Potsdam.<sup>54</sup> Auflegen werden DJs, die sonst auch im Pub oder im Nil zu Gast sind. Der Eintritt von 3 Euro für StudentInnen und die verschiedenen Musikstile, die die DJs abdecken, bieten vor allem StudentInnen ein niedrigschwelliges Angebot und für Neulinge eine gute Möglichkeit, den Lindenpark kennen zu lernen.

### **Einschätzung**

Das Partyprogramm spielt im Konzept des Lindenpark keine entscheidende Rolle und ist dementsprechend auch im Veranstaltungsangebot nicht übermäßig vertreten. Dennoch erweitern die Partys das Spektrum der angebotenen Musikstile und erreichen so auch andere Zielgruppen, wodurch eine größere Vielfalt im Bereich Musik ermöglicht wird. Die Preise für Partys liegen im durchschnittlichen Bereich, wobei die Studentenpartys weitaus günstiger sind. Somit ist das Party-Programm

---

<sup>54</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_10/copy\\_of\\_semestereroeffnungsparty](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_10/copy_of_semestereroeffnungsparty)

eine gute Ergänzung neben den Jugendkultur- und Familienangeboten, das gezielt junge Erwachsene und vor allem StudentInnen anspricht.

## 2.5 Erkenntnisse Theater und Kunst

Der Bereich Theater und Kunst macht nur einen sehr kleinen Bereich im Programm des Lindenpark aus und wird auch im Konzept nicht explizit erwähnt. Zu diesem Bereich können Lesungen, Filmvorführungen, Kabarett und Comedy sowie Theateraufführungen gezählt werden, die punktuell im Verlauf des Jahres im Programm auftauchen. Ein Beispiel ist der Auftritt von Ausbilder Schmidt, einem bekannten deutschen Comedian, der Ende Oktober 2011 stattfinden wird.<sup>55</sup>

Am 21.10.2011 wird im Lindenpark eine Filmvorführung zum Thema FreiTag! stattfinden, wo Potsdamer Schülerinnen und Schüler in Arbeitsgemeinschaften, im Unterricht oder in Projektwochen an Filmen zum Thema FreiTag! gearbeitet haben. Das Projekt Freitagsfilme wurde anlässlich des Themenjahres »Potsdam 2011 – Stadt des Films« ins Leben gerufen und wurde in Kooperation mit vielen Partnern, wie der Medienwerkstatt Potsdam, dem Filmpark Babelsberg oder dem fjs e.V. (Förderverein für Jugend und Soziales eV) realisiert.<sup>56</sup>

Eine Theatervorstellung, die mehrmals im Jahr 2011 gezeigt wurde, war ein Stück des Theater Havarie, das den Titel „Darüber spricht man nicht“ trug. Hierbei ging es um einen *„spielerischen und emotionalen Einstieg in die Sexualerziehung für Kinder ab sechs Jahre, für Eltern und alle, die einen lustvollen Umgang mit Fragen zu Liebe und Sexualität erleben möchten.“*<sup>57</sup> Der Theater Havarie e.V. in Potsdam, welcher im Lindenpark einen regelmäßigen Spielort gefunden hat, besteht seit 1992 und setzt sich vor allem mit Lebens- und Alltagsproblemen von Kindern und Jugendlichen auseinander.<sup>58</sup>

Der Theater- und Kunstbereich im Lindenpark ergänzt das Programm sowohl durch Unterhaltungsangebote wie Comedy als auch mit Veranstaltungsangeboten in den Bereichen Film und Theater und versucht so, kulturelle Bildung für eine junge Zielgruppe zu ermöglichen.

## 2.6 Erkenntnisse Skater- und Graffiti-Szene

---

55 [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_10/ausbilder-schmidt](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_10/ausbilder-schmidt)

56 [http://www.lindenpark.de/programm/live/11\\_10/tag-der-soziokultur-2013-freitag-vernetzt](http://www.lindenpark.de/programm/live/11_10/tag-der-soziokultur-2013-freitag-vernetzt)

57 [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_01/theater-havarie/faz-theater-havarie-1](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_01/theater-havarie/faz-theater-havarie-1)

58 <http://www.theaterhavarie.de/>

Eine besondere Zielgruppe, die der Lindenpark laut Konzept ansprechen möchte ist die Skaterszene. Die Verantwortung dieses Bereiches liegt hauptsächlich beim Jugendhaus jwd, dessen aktive Jugendlichen die Skater-Rampe selbst erbaut haben.

Neben dem Spielplatz ist die Skaterrampe täglich von 10.00 bis 20.00 Uhr kostenfrei für interessierte Neulinge und Profis zugänglich. SkaterInnen und BMX-FahrerInnen erhielten die Chance, ihr Können bei Veranstaltungen wie dem „Simple Jam BMX“, einem Wettbewerb für BMX-RadfahrerInnen, der am 28.05.2011 stattfand, unter Beweis zu stellen.

Auch für SprayerInnen und Graffiti-KünstlerInnen bietet der Lindenpark eine legale Möglichkeit sich kreativ zu entfalten und künstlerisch auszuprobieren. Auf dem Gelände stehen drei Flächen zur Verfügung die besprüht werden können. Zu beachten ist dabei lediglich, dass bei Open-Air- und Kinderveranstaltungen nicht gemalt werden darf und frische Bilder mindestens ein bis zwei Wochen dran bleiben müssen.<sup>59</sup>

### **Besuchte Veranstaltung**

Es gibt spezielle Veranstaltungen, die vor allem SkaterInnen ansprechen, aber auch interessierte ZuschauerInnen willkommen heißen, wie z.B. der Wettbewerb „Summer Slam“ am 25.06.2011, bei dem jeder Skater, ob Profi oder AnfängerIn sein Können einem Publikum und einer fachkundigen Jury präsentieren konnte.<sup>60</sup> Eine Anmeldung zur Teilnahme war auch noch spontan am selben Tag möglich. Für BesucherInnen war der Eintritt frei, die Teilnahmegebühr betrug 3 Euro, wodurch die Hemmschwelle sehr niedrig war. Die Veranstaltung begann um 14.00 Uhr und fand rund um die Skaterrampe statt. Für die BesucherInnen gab es am Rande der Rampe Sitzgelegenheiten sowie ein günstiges Angebot an Getränken und Essen vom Grill. Die circa 150 BesucherInnen und TeilnehmerInnen saßen in entspannter Atmosphäre beieinander und applaudierten den Vorführungen der SkaterInnen. Die Stimmung war gut und auch wenn ein Kunststück misslang wurde der/die SkaterIn aufmunternd beklatscht. Das Publikum setzte sich aus einer Mischung aus Jugendlichen, jungen und mittleren Erwachsenen zusammen.

### **Einschätzung**

---

<sup>59</sup> <http://www.lindenpark.de/lindenpark-1/open-air>

<sup>60</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_06/kiz-summer-slam](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_06/kiz-summer-slam)



Der Skater-, Biker- und Graffitiszene bietet der Lindenpark eine in Potsdam nicht vergleichbare Möglichkeit sich zu entfalten. Die tägliche und kostenfreie Nutzungsmöglichkeit des Skateparks wird nicht nur bei Veranstaltungen wahrgenommen. Bei Besuchen des Lindenpark-Geländes konnte beobachtet werden, dass die Skaterrampe unter der Woche als auch am Wochenende stark frequentiert war. SkaterInnen, als auch BikerInnen können sich hier ausprobieren und miteinander in Kontakt kommen. Positiv wurde dabei auch wahrgenommen, dass ältere Skater, die schon sehr professionell sind, den kleinen und jüngeren Anfängern bei ihren Versuchen helfen, ihnen die Tricks zeigen und aufeinander Acht geben.

Der Skatepark wurde damals von Jugendlichen mit Unterstützung des jwd errichtet. Bis heute gibt es nach Aussagen des Lindenparks eine mehr oder weniger feste Gruppe, die sich um die Instandsetzung der Rampen kümmert. Im Moment wird draußen auf dem Gelände eine zusätzliche, überdachte Skaterrampe von den Aktiven mit aufgebaut. Im Jahresprogramm sind Workshops im Bereich Skaten und Graffiti zu finden, wodurch interessierte Anfänger professionelle Unterstützung erhalten. Die Angebote für die Skater- und Graffitiszene haben somit rezeptive, kreative als auch partizipatorische Elemente. Der Lindenpark erfüllt damit seine im Konzept formulierten Ziele zu diesem Bereich. Lediglich der, ebenfalls im Konzept erwähnte, Bereich Break- und Streetdance ist im Programm noch nicht präsent und könnte das Angebot für diese Szenekultur noch sinnvoll ergänzen.

## **2.7 Familien**

Als eine Hauptzielgruppe des Lindenpark werden im Konzept Familien genannt. Ziel ist es, sich als Anlaufpunkt für Eltern und Kinder zu etablieren und ihnen entsprechende Angebote zu unterbreiten.

### **2.7.1 Erkenntnisse**

Unter dem Motto FamilienZeit (FaZ) oder ElternZeit (ErZ) finden Veranstaltungen, wie der Familiensonntag statt. Dieser bietet Familien und Kindern jeden Sonntag von 15.00 bis 18.00 Uhr die kostenfreie Möglichkeit, sich bei schönem Wetter draußen auf dem Spielplatz oder im Salon des Lindenpark zu treffen. Dabei ist das Familiencafé mit Kuchen und Getränken geöffnet, außerdem können verschiedene Spielsachen und -geräte sowie Bastelmaterialien für die Kinder von den Familien genutzt werden.<sup>61</sup> Punktuell wird das Angebot am Familiensonntag ergänzt, wie z.B.

---

61 <http://www.lindenpark.de/Angebote/FamilienZeit>

am 15.05.2011, wo das Figurentheater Blauer Mond ein Stück für Kinder von vier bis zehn Jahren aufführte und es einen Flohmarkt für die ganze Familie, sowie Bastelmöglichkeiten gab.<sup>62</sup> Der Eintrittspreis war mit 3 Euro gering.

Ebenfalls fand während des Untersuchungszeitraumes das Treffen in der so genannten „BabyJurte“ statt. Hier können sich jeden Mittwoch von 10.00 bis 11.00 Uhr Mütter mit ihren Babys zum gemeinsamen Spielen und Erfahrungsaustausch treffen.<sup>63</sup> Ein Angebot für Mütter und die ganz Kleinen. Neben den regelmäßigen Angeboten im Bereich Familie gibt es im Verlauf des Jahres auch Familien- und Nachbarschaftsfeste. Zu speziellen Terminen, wie z.B. Halloween wird in diesem Jahr eine Gruselparty für die ganze Familie veranstaltet.

Ein neues Angebot im Familienbereich stellt „Rundum Eltern“ dar. Hier können Eltern, mit oder ohne Kinder, jeden Donnerstag von 10.00 bis 11.00 Uhr sowie 17.00 bis 18.00 Uhr ein Beratungsangebot wahrnehmen, das sich mit den Fragen, Problemen und Herausforderungen rundum das Elternsein beschäftigt.<sup>64</sup>

## **Einschätzung**

Neue Angebote für die Zielgruppe Familien konnten, wie im Konzept geplant entwickelt werden. Neben Jugendkultur entwickelt sich der Lindenpark weiter in die Richtung ein zentraler Anlaufpunkt für Familien zu sein. Nach eigenen Aussagen des Lindenparks werden Familien im Stadtteil Babelsberg gut erreicht. Weiterhin sei man aber auch bestrebt, Familien aus sozial schwächeren Stadtteilen, wie Schlaatz oder Drewitz zu erreichen.

Der Spielplatz auf dem Gelände des Lindenpark ist gut frequentiert, was eigene Beobachtungen der Projektgruppe, als auch die Besucherzahlen des Lindenpark belegen. Während des Untersuchungszeitraumes konnten jeden Sonntag laut Lindenpark 50 bis 100 Besucher auf dem „Treffpunkt Spielplatz“ gezählt werden. Darüber hinaus wird der Spielplatz auch an den restlichen Wochentagen genutzt. Die Kinder haben hier die Möglichkeit zu spielen, sich auszutoben und Spielgeräte zu benutzen. Die regelmäßigen Ergänzungen im allgemeinen Programm des Familiensonntags, wie Musik- und Theateraufführungen, Flohmarkt und Basteleien bieten Räume für kreative Eigentätigkeit und kulturelle Bildung. Die „BabyJurte“ schafft für neu gewordene Mütter Möglichkeiten des gegenseitigen Kennenlernens

---

62 [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_05/theater-im-park-flohmarkt-basteleien](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_05/theater-im-park-flohmarkt-basteleien)

63 <http://www.lindenpark.de/Angebote/elternzeit-erz>

64 a.a.O.

und des Erfahrungsaustausches. Dieses Angebot, welches in einer kleinen Gruppe stattfinden soll, nutzten laut Besucherzahlen im Untersuchungszeitraum sechs Mütter.

Die Familienarbeit wird im sozialen Bereich durch das Beratungsangebot „Rundum Eltern“ ergänzt. Hier haben Eltern die Möglichkeit, mit ihren Sorgen oder Problemen zu einem festen Ansprechpartner zu kommen, der sie unterstützen und begleiten kann. Ein weiterer Bereich, der vor allem Kinder anspricht, aber auch die Eltern mit einbinden kann, sind die Workshops und Kurse, die im nächsten Punkt separat aufgeführt sind.

## **2.8 Erkenntnisse Workshops und Kurse**

Im Lindenpark haben Kinder und Jugendliche die Möglichkeit verschiedene Kurs- und Workshopangebote wahrzunehmen. Dazu zählen einmal die schon erwähnten Angebote im Bereich Musik und die der Jugendklubs jwd sowie Klub Innenstadt. In diesem Punkt geht es um die Angebote, die unter dem Motto FerienZeit (FeZ) aufgeführt sind. Hier fand z.B. vom 01.08 bis 05.08.2011 das „FeZ Sommercamp 2011: „SommerZirkus“ statt. 120 TeilnehmerInnen im Alter von 6 bis 14 Jahren konnten fünf Tage lang spielen, Spaß haben und sich in Aktionen wie Maskenbau, Bewegung, Musik oder Clownerie ausprobieren.<sup>65</sup> Als Veranstalter trat das Bündnis für Familie Babelsberg auf, dem der Lindenpark auch angehört.

Während des Untersuchungszeitraumes fand u.a. der Workshop „FeZ (Flitze)bogen“ statt, bei dem Kinder im Alter von 6 bis 12 Jahren über zwei Tage lernen konnten, ihren eigenen Bogen traditionell aus Holz zu bauen und eine kleine Einweisung im Umgang damit erhielten. Ein Theaterworkshop über vier Tage, der im selben Zeitraum stattfand, war „FeZ Phantasiereisen“, in dem Kinder ihrer Phantasie im wahrsten Sinne des Wortes freien Lauf ließen, sich verkleideten und in verschiedene Rollen schlüpfen konnten. In Schauspielübungen und Improvisationen konnten die Kinder eigene Szenen unter Anleitung einer Schauspielpädagogin entwickeln.

### **Besuchte Veranstaltung**

Am 27.07.2011 wurde der zuletzt genannte Workshop „FeZ Phantasiereisen“ besucht. Bei schönem, sonnigen Wetter fand die Veranstaltung draußen, auf der Wiese und vor dem Gebäude des Lindenparks statt. Die rund dreißig anwesenden Kinder hatten einen großen Fundus an Verkleidungen und verschiedenes

---

<sup>65</sup> [http://www.lindenpark.de/programm/kifa\\_jugend/archiv/11\\_07-1/fez-sommercamp-2011-201esommerzirkus201c](http://www.lindenpark.de/programm/kifa_jugend/archiv/11_07-1/fez-sommercamp-2011-201esommerzirkus201c)

Bastelmaterial zur Verfügung. Die Schauspielpädagogin leitete die Kinder in verschiedenen Übungen an und konnte sie auch ermutigen, einige vorher geübte Szenen vor der ganzen Gruppe vorzuführen. Neben der Workshopleiterin waren auch zwei oder drei Elternteile anwesend. Ebenso waren eine Mitarbeiterin des Lindenparks und eine Praktikantin vor Ort, die sich sofort um die sonstigen Bedürfnisse der Kinder kümmerten, wenn z.B. jemand Durst hatte, nicht wusste wo die zuletzt gebastelte Karte abgeblieben war oder den Weg zur Toilette wissen wollte. Die Atmosphäre war als sehr gut zu bezeichnen, da die Kinder gut mitmachten, Spaß hatten und alle Anwesenden motiviert und mit guter Laune bei der Sache waren.

### **Einschätzung**

Nach eigenen Beobachtungen und den Aussagen der Lindenpark-Mitarbeiter werden die Workshops und Kurse für Kinder sehr gut angenommen. Dies zeigen die Teilnehmerzahlen, die die ursprünglich geplanten Kapazitäten übertrafen. Sollten beispielsweise bei „FeZ Phantasiereisen“ ca. zwanzig Teilnehmer pro Tag dabei sein, waren es aufgrund der großen Nachfrage knapp über dreißig Teilnehmer. Die Angebote in diesem Bereich tragen zur kulturellen Bildung bei, fördern die kreative Eigentätigkeit der Kinder und lassen sie eigene Fähigkeiten entdecken und erproben. Neue Angebote für Kinder wie die Zirkuswoche konnten, wie im Konzept benannt, geschaffen werden. Die im Konzept erwähnten Veranstaltungen im Rahmen des Bündnisses für Familie sind ebenso vertreten. Die Zielgruppe Kinder wird demzufolge nicht nur durch den Spielplatz gut erreicht, auch die Workshops und Kurse finden breiten Zuspruch.

## **2.9 Erkenntnisse Jugend- und Sozialarbeit**

### **j.w.d.**

Zu den drei dezentralen Einrichtungen gehören die beiden Jugendklubs j.w.d. und Klub Innenstadt. Der j.w.d. befindet sich auf dem Gelände des Lindenparks und kümmert sich um die Betreuung des Skateparks, sowie um die damit zusammenhängenden Veranstaltungen und Kurse. Der Klub bietet Jugendlichen einen Anlauf- und Treffpunkt, der täglich, außer montags von 14.00 bis 21.00 Uhr bzw. sonntags bis 19.00 Uhr geöffnet ist. Im Bereich musikalischer Nachwuchsförderung bietet der j.w.d. Proberäume an. Sechs Nachwuchsbands proben zurzeit an verschiedenen Terminen, verteilt über die ganze Woche.<sup>66</sup> Samstagstermine sind gerade frei geworden und es ist möglich, sich über die ausgeschriebene E-Mail Adresse für diesen Platz zu bewerben.

---

<sup>66</sup> <http://www.lindenpark.de/Angebote/j.w.d>

Zum grundständigen Angebot des j.w.d. zählt die Möglichkeit, sich sportlich zu betätigen, wie Kickern, Tischtennis, Basketball oder Frisbee. Ebenso werden Gesellschaftsspiele und eine Fahrradwerkstatt angeboten.<sup>67</sup> Darüber hinaus finden mehrmals pro Woche regelmäßige Aktionen, wie gemeinsames Kochen, Schlagzeug- und Graffitiworkshops oder gemeinsame Spieleabende statt. Ebenso können die Jugendlichen bei Problemen und Fragen das freitägliche Beratungsangebot „Das offene Ohr“ nutzen.

### **Klub Innenstadt**

Für dieses Jugendhaus sollte laut Konzept ein neuer Ort gefunden werden. Das neue Klubhaus des Klub Innenstadt befindet sich nun im Haus 4 auf dem freiLand-Gelände in der Friedrich-Engels-Straße 22. Wie der j.w.d. bietet der Klub Innenstadt Jugendlichen einen Treffpunkt und grundständige Angebote, wie Kickern, Tischtennis, Wii, Gesellschaftsspiele, Workshops für Graffiti, Skaten und Musik, einen Elektroproberaum, Hausaufgabenhilfe sowie die Beratung und Hilfe bei Problemen in Familie, Schule oder Beruf.<sup>68</sup> Von Dienstag bis Samstag ist das Jugendhaus von 14.00 bis 20.00 geöffnet. Regelmäßig finden außerdem kostenlose Kochtage, Tischtennisspiele und kleine Clubkonzerte statt. Zurzeit findet immer freitags ein kostenloser Kurs für die Handhabung von Turntables<sup>69</sup> statt.

### **Einschätzung**

Die beiden Jugendklubs bieten den jungen BesucherInnen zunächst einmal sechs Tage die Woche einen festen Treffpunkt sowie einen Raum, indem sie ihre eigenen Interessen verfolgen können. Die grundständigen Angebote sowie Koch- und Spieltage fördern gemeinsame Aktivitäten. Das Beratungsangebot in beiden Häusern gibt den Jugendlichen die Option, sich bei Problemen und Hilfsbedürftigkeit an einen Erwachsenen jenseits des Elternhauses zu wenden. Durch die angebotenen Kurse mit Schlagzeug oder Turntables, die kostenlos sind und keine vorherige Anmeldung benötigen, entsteht ein sehr niedrigschwelliges Angebot. Die Angebote stellen insgesamt eine gute Mischung dar und unterstreichen die im Konzept benannte Kultur des „Mitmachens und der Kreativität“.

## **2.10 Projektarbeit**

---

<sup>67</sup> a.a.O.

<sup>68</sup> <http://www.lindenpark.de/Angebote/Klub%20Innenstadt>

<sup>69</sup> elektrisches Gerät zum Abspielen von analogen Schallplatten

Ein wichtiger Schwerpunkt in der Arbeit des Lindenparks sowie eine wesentliche Methode ist die Projektarbeit von und mit Jugendlichen.<sup>70</sup> Der Lindenpark übergab der Untersuchungsgruppe eine Liste mit Projekten für das Jahr 2011. Hier finden sich ca. zwanzig Projekte, die sich den einzelnen Bereichen wie Jugend-, Familien- und Bildungsarbeit zuordnen lassen. Beispiele dafür sind u.a. der Neubau bzw. die Reparaturen auf dem Spielplatz, dem Skatepark und der Kletterwand. Der Lindenpark brachte sich auch anlässlich von „2011 Potsdam Stadt des Films“ ein. Hier gab es Projekte wie das innovative Filmcaching<sup>71</sup> oder das „Mach Filmmusikcamp“. 50 Kinder und Jugendliche aus ganz Brandenburg hatten dabei die Möglichkeit im Rahmen eines außerschulischen Bildungsprojektes vieles die Welt der Filmmusik zu erfahren und die Möglichkeit, über fünf Tage, sechs Kurzfilme musikalisch zu vertonen.<sup>72</sup>

Hinzu kommen ca. zehn Projekte, im Rahmen des Großprojektes Think Big gefördert werden. Think Big ist eine Initiative von Telefónica Europe mit seiner Marke „02“ und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung. Ziel ist es, das Engagement von Jugendlichen in Deutschland und Europa zu fördern. Unter dem Motto „Unser Kiez, unsere Idee“ sind Jugendliche zwischen 14 und 25 Jahren aufgerufen sich mit ihren Ideen auf der Think Big-Homepage zu bewerben und für ihr Projekt eine Förderung von zu erhalten.<sup>73</sup> Die Mitarbeiter des Lindenparks helfen den Jugendlichen bei Fragen und unterstützen sie bei der Bewerbung. Zu den durch Think Big geförderten Projekten zählen u.a. der Music Supercup, Graffiti Sessions oder die Beteiligung am hip hop'n youth culture auf dem freiLand-Gelände.

Im Oktober 2011 soll voraussichtlich ein offenes Projektbüro im Lindenpark eröffnet werden, das mit einer Bürgerarbeitsstelle besetzt werden soll. Dieses soll die offizielle Anlaufstelle für alle Personen werden, die sich mit Projekten oder Veranstaltungen im Lindenpark bewerben wollen.<sup>74</sup> Der Lindenpark fungiert dabei als Berater und gibt Hilfestellung in Sachen Realisierbarkeit, Finanzierung, Organisation und Durchführung. Der Lindenpark setzt also im Bereich der Jugend- und Sozialarbeit verstärkt auf Projektarbeit, Partizipation und Bürgerengagement

---

70 Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 1

71 „Beim Geocaching geht man auf die Suche nach kleinen versteckten Souvenirs den "Caches". Diese werden an öffentlichen Orten versteckt, an markanten Punkten z.B. im Wald oder in einem Park. Jedes Versteck kann mit Hilfe von Geodaten, den GPS-Koordinaten geortet werden. Wer sich gut orientieren kann und auch mal von links nach rechts, nach oben und unten guckt, löst die Teilaufgaben eines Rätsels schnell und kann mit Hilfe eines GPS Gerätes oder eines Handys mit GPS, erratene Koordinaten in das System eingeben und sich so dem anvisierten Schatz nähern. Wird ein Schatz gefunden, trägt sich jeder Entdecker in ein Logbuch ein, das dem „Schatz“ beiliegt und hinterlässt anderen Suchenden eine Nachricht.“ (Quelle:

<http://www.lindenpark.de/Angebote/filmjahr/filmcaching>)

72 <http://www.lindenpark.de/Angebote/filmjahr/mach-filmmusikcamp>

73 <http://www.lindenpark.de/Angebote/think-big>

74 Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 2

und orientiert sich somit an den, im Konzept formulierten Ansätzen. Die vielfältigen Projekte mit Jugendlichen zeigen das Bestreben des Lindenparks, ein Ort kultureller Bildung zu sein und die kreative Eigentätigkeit zu fördern.

## **2.11 Kooperationen und Netzwerkarbeit**

Im Konzept des Lindenparks werden Kooperationen und die Arbeit mit Partnern aus dem lokalen und regionalen Umfeld als wesentlich für die Umsetzung der formulierten Ziele benannt. Dies betrifft vor allem die Bereiche Jugend- und Bildungsarbeit. Bei vielen Veranstaltungen des Lindenparks sind auf den Kommunikationsmitteln zahlreiche Kooperationspartner ersichtlich. Der Lindenpark händigte zusätzlich eine Liste mit den bisherigen Partnern aus. Hier finden sich Partner aus dem Bereich Booking und Veranstaltungen, einige Firmen und andere Institutionen wie WASCHHAUS oder Archiv e.V. sowie Medienpartner wie PNN, RBB, Radio Eins oder Motor FM. Den größten Teil machen Kooperationen mit Bildungs-, Jugend- und Kultureinrichtungen aus. Über siebzig Partner in diesem Bereich sind ein Indiz dafür, dass der Lindenpark, wie im Konzept mehrfach betont, die Allianz mit solchen Einrichtungen sucht, um seine Ziele im Bereich Jugend-, Bildungs- und Familienarbeit zu verwirklichen. Kooperationen werden vom Lindenpark in vielfältiger Weise eingegangen und erfüllen so die grundlegenden Ansprüche aus der Konzeption des Hauses.

An dieser Stelle sollte noch erwähnt werden, dass ungefähr 10 % der Veranstaltungen des Lindenparks nicht auf den „üblichen“ Kanälen, wie Homepage oder Drucksachen beworben werden, da es sich hier um Kooperationen mit Partnern handelt, denen Räumlichkeiten oder sonstige Sachleistungen zur Verfügung gestellt werden. Der Lindenpark ist dabei nicht Veranstalter, sondern Unterstützer einer Veranstaltung, die von einer anderen Einrichtung initiiert wurde.<sup>75</sup>

## **2.12 Preisstruktur**

---

<sup>75</sup> Gesprächsprotokoll vom 12.09.2011, S. 2

Beim Lindenpark gibt es Veranstaltungen oder Nutzungsangebote, die kostenfrei sind, z.B. die Nutzung des Spielplatzes, der Jugendclubs oder der Skaterbahn. Auch Veranstaltungen, wie z.B. den Summer Slam Contest oder das Nachbarschaftsfest konnten die Gäste unentgeltlich besuchen. Dann gibt es einen großen Teil an Angeboten, wie Kurse für Kinder und Jugendliche, Partys oder kleine Konzerte, die sich in der Preisstruktur im niedrigschwelligem Bereich von 2 bis 5 Euro bewegen. Workshops und Kurse gestalten sich preislich unterschiedlich, je nachdem wie lange ein Workshop dauert oder wie hoch anfallende Materialkosten sind, gehen die Preise hier von 3 bis 5 über 20 bis 30 Euro.

Einige wenige Veranstaltungen für spezielle Zielgruppen, wie die Psychomania oder Passion de Buena Vista erheben deutlich höhere Eintrittspreise von 25 bis 35 Euro, was aber auch damit zusammenhängt, dass hier musikalische Acts mit hohem Bekanntheitsgrad auf der Bühne stehen oder es sich um ein mehrtägiges Festival handelt. Außerdem ist hier eher die Zielgruppe der Erwachsenen angesprochen. Die größtenteils niedrigen Preise setzen die Hemmschwelle für einen Besuch des Zentrums herab und lassen nicht auf eine Gewinnorientierung schließen.

Speziell für die Leute in der Nachbarschaft des Lindenparks gibt es oft Ermäßigungen oder kostenfreien Eintritt bei besonderen Veranstaltungen durch so genannte Nachbarschaftskarten. Dadurch versucht der Lindenpark sich besser in sein lokales Umfeld zu integrieren, Nachbarn als Zielgruppe zu erreichen und sicher kann es auch als kleines Geschenk an diejenigen Nachbarn gewertet werden, die sich bei gewissen Veranstaltungen manchmal gestört fühlten, durch Lautstärke oder Müll. Dies ist eine gute Idee, um vor allem die Menschen aus dem unmittelbaren Umfeld des Zentrums als NutzerInnen oder BesucherInnen für sich zu gewinnen.

## **2.13 Kommunikation und Werbung**

Sowohl der Internetauftritt, als auch die Werbemittel für einzelne Veranstaltungen oder Reihen sind professionell, ästhetisch gut umgesetzt und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt. Das wird unter anderem an der Form der Sprache deutlich, die sich zum Beispiel bei jugendspezifischen Veranstaltungen auch am Jugend-Slang orientiert. Daneben ist der Lindenpark auch in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Studivz präsent. Die Homepage hat ein einheitliches Corporate Design. Die Darstellung des Programms und der Angebote sind übersichtlich und können nach speziellen Interessen wie „Konzerte“ oder „Workshops/Kurse“ abgerufen werden.



Wenn bestimmte Programmpunkte angeklickt werden, erscheint eine Beschreibung sowie die relevanten Informationen, wie Datum, Einlass, Beginn, Preis, ggf. die Zielgruppe bspw. bei Kursen, das Line-Up bei Konzerten und die Kooperationspartner, wenn vorhanden. Bei Angeboten und Kursen bzw. Workshops stehen zusätzlich die AnsprechpartnerInnen mit E-Mail-Adresse, an die man sich bei Fragen wenden oder bei denen man sich anmelden kann. Weiterhin sind auf der Seite „Kontakt“ unter „Ansprechpartner“ für jeden Bereich die Verantwortlichen mit Namen, Telefonnummer und E-Mail-Adresse zu finden, wodurch es leicht fällt, bei Fragen und Anregungen den entsprechenden Mitarbeiter zu kontaktieren.

Ebenfalls sehr gelungen ist die „FAQ-Liste“, die Fragen beantwortet, wie „Kann man den Lindenpark mieten?“, „Wie ist es mit Rauchen im Lindenpark?“ oder z.B. „Kann ich auf ein Konzert oder eine Party gehen, wenn ich erst 16 bin?“. Hier finden Interessierte auch die Antwort auf die Frage nach der möglichen Einbringung eigener Veranstaltungsideen: *„Ich hätte da 'ne tolle Idee für 'ne Veranstaltung im Lindenpark! An wen kann ich mich da wenden? > Klar immer her mit den Ideen! Am besten, du schreibst eine Mail an [office@lindenpark.de](mailto:office@lindenpark.de) – die wird dann sofort an den zuständigen Mitarbeiter weitergeleitet, der sich dann wiederum mit Dir in Kontakt setzt, um zu schauen, wie man Deine Idee umsetzen kann.“*<sup>76</sup>

Der Lindenpark führt eine gelungene Kommunikation und suggeriert, dass es hier Möglichkeiten und Unterstützung für Projekte gibt und man generell für Ideen von außen offen ist. Durch die Verwendung der 2. Person Singular in der Anrede, fühlt sich der Leser direkter angesprochen und die Botschaft scheint mehr an Jugendliche und junge Erwachsene adressiert zu sein. Dies findet sich darüber hinaus schon auf der ersten Seite der Rubrik „Lindenpark“, wo es heißt *„Egal ob ihr Besucher seid eine Veranstaltung oder ein Projekt machen wollt, wir sind OPEN - für Euch!!!“*<sup>77</sup>

## **2.14 Fazit und allgemeine Erkenntnisse zum Lindenpark**

Der Lindenpark kann seine, im Konzept formulierten Ziele in allen Bereichen weitestgehend erfüllen. Der Großteil der Angebote ist auf die Kernzielgruppe Jugendliche, Kinder und Familien abgestimmt und kann diese auch erreichen. In den Monaten Mai bis Juli, die etwas mehr als den Untersuchungszeitraum wiedergeben, konnte der Lindenpark, inklusive j.w.d. mit seinen Angeboten rund 16.800 BesucherInnen erreichen. Davon waren rund ein Viertel der Besuche im Bereich

---

<sup>76</sup> <http://www.lindenpark.de/kontakt/faqs>

<sup>77</sup> <http://www.lindenpark.de/lindenpark-1>

Familie und Kinder, ein Viertel im j.w.d. und der Rest im Bereich Konzerte/Festivals, Kulturveranstaltungen und Party zu verorten.

Die folgenden Grafiken (Abbildung 3 und 4) geben Auskunft über die Anzahl der Veranstaltungen in den jeweiligen Bereichen und zeigen die Gewichtung der Bereiche. Abbildung 3 zeigt diese Übersicht für den Untersuchungszeitraum. Um eine größere Repräsentativität zu erhalten wurden in Abbildung 4 ebenfalls alle Veranstaltungen und Angebote des Jahres 2011 herangezogen. Es wird sichtbar, dass Veranstaltungen und Angebote für Kinder und Familien mit einem Anteil von 35 % im gesamten Jahr zahlenmäßig den größten Bereich ausmachen. Danach kommen die Bereiche Konzerte/ Festivals und Workshops/ Kurse, die mit jeweils rund 22 % gleichwertig vertreten sind. Die Bereiche Party, Theater/ Kultur sowie Veranstaltungen für SkaterInnen sind mit einem Anteil von 4 bis 9 % im gesamten Jahr 2011 wesentlich geringer vertreten. Zusätzlich muss bei diesen Grafiken mitgedacht werden, dass die regulären Öffnungszeiten und somit die tägliche Nutzung von Skaterrampe, Spielplatz sowie der beiden Jugendklubs in diesen Übersichten nicht als Veranstaltungspunkt vorkommt und somit nicht in die Gewichtung mit einbezogen wurde.

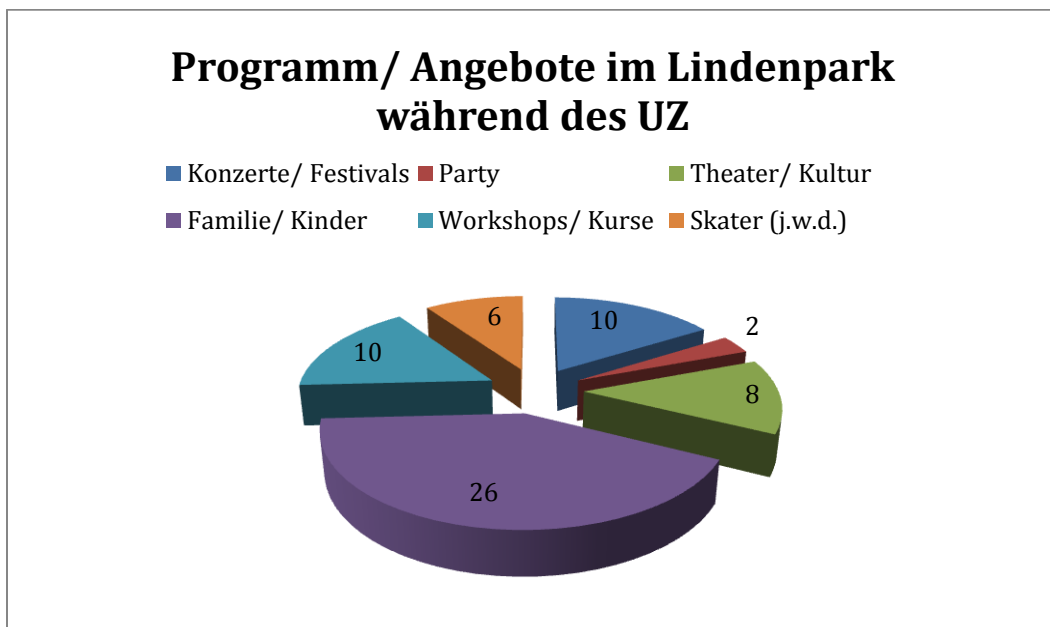


Abb. 3

**Anmerkung:** Zeitraum vom 13.05.2011 bis 28.07.2011. Quelle ist hierbei die Übersicht der Veranstaltungen inklusive der Besucherzahlen der Monate Mai bis Juli 2011.

## Programm/ Angebote im Lindenpark 2011

■ Konzerte/ Festivals    ■ Party    ■ Theater/ Kultur  
■ Familie/ Kinder    ■ Workshops/ Kurse    ■ Skater (j.w.d.)

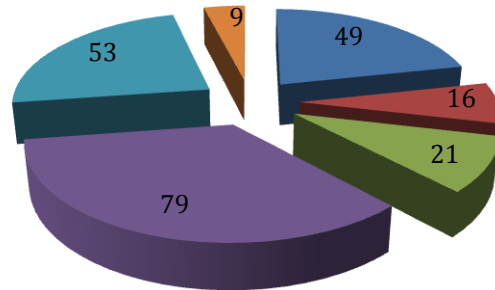


Abb. 4

**Anmerkung:** Quellen sind die Programmübersicht auf der Homepage des Lindenparks sowie die vom Lindenpark zur Verfügung gestellte Übersicht der Veranstaltungen vom 01.05.2011 bis 31.12.2011. Dabei können Veranstaltungen zum Ende des Jahres hinzukommen, die bei der derzeitigen Planung noch nicht feststanden. Weiterhin sind hier Projekte und Aktionen nicht mit aufgeführt, die in der Veranstaltungsübersicht nicht vorkamen. Darüber hinaus sind ca. 10 % der Veranstaltungen Kooperationen mit Partnern, die nicht auf den üblichen Kanälen kommuniziert werden und somit hier nicht aufgeführt sind.

Die drei großen Bereiche, in denen der Lindenpark besonders präsent und aktiv ist, sind einmal der Musikbereich, sowohl durch rezeptive, als auch partizipative Angebote, der Bereich Jugendkultur und kulturelle Bildung, besonders durch Workshops und Kurse sowie der Bereich Kinder und Familien. Das im Leitbild formulierte Ziel, Räume zur Selbstentfaltung zu schaffen, kann für die Zielgruppe Kinder, Jugendliche und Familien erreicht werden. Für Kinder gibt es ein breit gefächertes Spiel- und Kursangebot, für Jugendliche die Jugendtreffs, die Skaterbahn sowie Angebote im Bereich musikalischer Nachwuchsförderung sowie Party und Konzerte. Familien werden im Lindenpark - neben den Angeboten für Kinder - besonders durch das Spielplatzangebot, das Familiencafé, die Kindertagesbetreuung und Familien- und Nachbarschaftsfeste angesprochen.

Die im Konzept genannte Einrichtung eines Jugendmedienzentrums erfolgte nicht, da die Medienwerkstatt in Potsdam schon das offizielle JIM (Jugendinformationszentrum) ist und es darüber hinaus kein weiteres in der Stadt geben darf. Der Lindenpark ist jedoch Mitglied in der LAG Multimedia und führt Kooperationen mit der Medienwerkstatt durch.

Die im Konzept betonten Allianzen, die man zur Erreichung seiner Zielsetzungen schließen müsse, sind im Lindenpark vorhanden. Es gibt eine Vielzahl von Partnern und Kooperationen mit anderen Institutionen in Potsdam, vor allem im Kultur- und Bildungsbereich, was zeigt, dass der Lindenpark hier bestrebt ist, sein Netzwerk zu pflegen und auszubauen.

An anderer Stelle wurde im Konzept formuliert, dass man bestrebt sei, sich an landesweit bedeutenden Kulturveranstaltungen zu beteiligen und dabei die Menschen aus der Region und dem näheren Umfeld des Lindenparks mit einzubeziehen. Stadtteil- und Partnerveranstaltungen wie das Nachbarschaftsfest oder die Saisonöffnungsparty vom SV Babelsberg 03 kamen während des Untersuchungszeitraumes vor. Ebenso beteiligte sich der Lindenpark am Potsdamer Filmjahr 2011.

Insgesamt präsentiert sich der Lindenpark als soziokulturelles Zentrum, das offen für Impulse und Ideen von außen ist und ein kulturell vielfältiges Programm anbietet, wodurch viele verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. Das Haus fördert, wie im Konzept erdacht, eine Kultur des „Mitmachens und der Kreativität“, denn ein großer Teil der Angebote zielen auf die eigene Kreativität der NutzerInnen und geben ihnen Möglichkeiten, diese zu entfalten. Viele Projekte sind darüber hinaus auf das Engagement der NutzerInnen angewiesen, fordern zum Mitmachen auf und lassen diese so an den Vorhaben partizipieren.

Das der Stadt vorgelegte Konzept für den Lindenpark sollte, aufgrund der veralteten Aussagen, überarbeitet werden und die jetzt gültigen Arbeitsschwerpunkte genauer definieren. Die neue Kurzfassung gibt zwar einen Überblick über die aktuellen Zielsetzungen in der Arbeit des Lindenparks, sollte jedoch noch ausformuliert werden. Dabei muss auf eine sinnvolle Strukturierung geachtet werden. Ebenso wäre es für den Leser besser nachvollziehbar, wenn im Konzept die einzelnen Bereiche und die dazugehörigen Veranstaltungsformate konkreter beschrieben werden würden.

## 3. Archiv e.V.

### 3.1 Geschichte und Selbstverständnis

*„Das Archiv ist immer das, was daraus gemacht wird“<sup>78</sup>*

Das Archiv entstand nach der Wendezeit in Potsdam. 1994 wurde der Sitz des Archivs in der Leipziger Straße 60 besetzt, um das Haus als Wohnsitz und Veranstaltungsort für eine Alternative Szene zu nutzen. Mit regelmäßig stattfindenden Konzerten, einer Kneipe und täglichen Angeboten soll es einen Anlaufpunkt für die Szenekultur darstellen. 1997 gründete sich der Verein Archiv e.V. um als rechtmäßiger Träger den Erhalt des Projektes sichern zu können. Bis heute ist die Mietsituation des besetzten Hauses problematisch. Der Verein möchte gerne die vertragliche Mietsituation optimieren, um auch längerfristig das Projekt und den Betrieb des Veranstaltungsortes am Laufen zu halten.

Der Archiv e.V. formuliert fünf Grundannahmen des eigenen Verständnisses in seinem Konzept.<sup>79</sup> Das Projekt möchte unabhängig von der öffentlichen Hand bleiben. Ausschließlich die Instandsetzung des Gebäudes soll mit Unterstützung durch öffentliche Mittel gefördert werden, nicht personelle oder inhaltliche Bedarfe. Der Betrieb wird durch ehrenamtliche und unentgeltliche Arbeit, Spenden und freiwillige Unterstützung jeglicher Art (auch Sachspenden) ermöglicht.

Die zum Teil bereits stattfindenden Angebote und diejenigen Veranstaltungen, welche sich noch in der Planung befinden, sollen laut Konzept maßgeblich von den BewohnerInnen und NutzerInnen des Hauses ermöglicht werden.<sup>80</sup>

Einen Schwerpunkt legt das Archiv-Projekt auf die inhaltliche Arbeit. Vorrangig stellt sich das Haus gegen Rechtsradikalismus und Neo-Faschismus. *„Nationalismus, Rassismus, Sexismus und verschiedene Erscheinungsformen des inhumanen Handelns und Denkens widersprechen dem Selbstverständnis des Hauses.“<sup>81</sup>* Darüber hinaus ist bei der Arbeit des Vereins der wirtschaftliche Aspekt nur insofern von Bedeutung, als dass die Kosten für den laufenden Betrieb aufgebracht werden können. Die Erzielung eines Gewinns aus den Einnahmen die über die Deckung der Betriebskosten hinausgeht, würde zugunsten eines Projektes innerhalb des Archivs (z.B. Material für das Atelier) verwendet werden und nicht an Personen ausgezahlt.

---

78 Konzept des Archiv e.V. 3. Selbstverständnis

79 a.a.O.

80 a.a.O., 6. Projekte

81 a.a.O., 3. Selbstverständnis

Eine weitere Grundannahme stellt das offene und aktive Haus dar. Den NutzerInnen wird Raum und Unterstützung zur Verfügung gestellt, um selber kreativ zu werden und eigene Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Angegliedert an den Unabhängigkeitsgedanken des Projektes, hat der Verein laut Konzept ein solidarisches Grundverständnis. Um Veranstaltungen kostengünstig anbieten zu können, werden Fix- und Veranstaltungskosten so gering wie möglich gehalten. Alle anfallenden Arbeitsschritte werden im Archiv von ehrenamtlichen MitarbeiterInnen geleistet. Die entstehenden Kosten werden nur durch Spenden, Eintritts- und Getränkepreise ausgeglichen.

Die fünfte Grundannahme besagt, dass das Archiv „[...] MacherInnen und NutzerInnen unabhängig von Herkunft, sozialem Status, amtlichen Diagnosen oder materieller Ausstattung soziokulturellen, subkulturellen Rahmen und Raum[...]“<sup>82</sup> bereit stellt. Die Stärkung von Autonomie und (kulturelle) Selbstorganisation, das selbstbestimmte Handeln und die Verwirklichung eigener Bedürfnisse (Stichwort „Empowerment“<sup>83</sup>) sollen beim Archiv im Vordergrund stehen.

### **3.2 Zielgruppe**

Das Archiv richtet sich generell an alle PotsdamerInnen. NutzerInnen sollen jedoch dem Ideal des Hauses gegen Sexismus, Nationalismus, Rassismus und inhumanen Handeln und Denken, dem Selbstverständnis des Archives entsprechen. Speziell tendiert das Archiv auf die Zielgruppe der 14 bis 30 jährigen Personen.

### **3.3 Projekte und Angebote**

Für die Mitarbeit im Archiv bzw. die Realisierung von Projekten gilt der Leitsatz: „Das Archiv ist immer das, was daraus gemacht wird“<sup>84</sup>. Das Archiv möchte Partizipation und eigenkreative Projektentwicklung fördern.

In dem regelmäßigen Kneipen- und Cafébetrieb ist die kostenlose Bereitstellung von Kicker und Billard sowie Karten- und Brettspielen vorgesehen. Die Räume sollen als Ort für Kommunikation, Austausch und Geselligkeit mit Getränken zu geringen Preisen, entgegen den kommerziellen Ausrichtungen anderer Betriebe in Potsdam, dienen. Im benachbarten Gewölbe soll ein Ort für Theater- und Tanzgruppen sowie Film- und Videoveranstaltungen entstehen. Für Musikworkshops und andere

---

82 a.a.O.

83 a.a.O. „Empowerment ist also als ein Prozess zu betrachten, in dem Menschen, Organisationen und Gemeinschaften ihren ökologischen und sozialen Lebensraum gestalten und so mit eingeschränkten Bedingungen und problematischen Situationen kreativ und ihren Bedürfnissen gemäß umzugehen lernen“

84 a.a.O., 1. Einleitung

Veranstaltungen steht im Gewölbe unter anderem ein DJ-Pult zur Verfügung. In den Räumlichkeiten sollen bereits stattfindende Tanz- und Discoververanstaltungen mit zum Teil bekannten DJs weitergeführt werden.

Einen weiteren Ort für Veranstaltungen stellt die Sporthalle dar, in der hauptsächlich verschiedene sportliche Aktivitäten wie Samba- und Kinderspielgruppen, aber auch Kraft- und Fitnesssport veranstaltet werden sollen.

Zukünftig sind Bandproberäume im Archiv vorgesehen. 15 bis 20 Bands sollen in den Räumen des Hauses musikalische Kooperationen eingehen können und den Austausch pflegen. Auch eine Bühne bzw. eine Auftrittsmöglichkeit sollen für die Musikschaffenden zur Verfügung stehen.

Des Weiteren sind regelmäßige Angebote wie Fahrradwerkstatt, Kinderkochen und Computerkurse geplant. In der Fahrradwerkstatt sollen selbstständige Reparaturen auf dem Hof ermöglicht werden, das Kinderkochen möchte die gesunde und bewusste Ernährung fördern und in Kursen soll neben dem frei zugänglichen WLAN, der Umgang mit dem Computer vermittelt werden.

Im Atelier der ehemaligen Fotowerkstatt, welche zu einer Tiefdruckwerkstatt ausgebaut werden soll, befindet sich eine Siebdruckwerkstatt. Angedacht sind wöchentliche Kurse bei denen mit dem Siebdruckverfahren gemeinsam Plakate, T-Shirts oder Ähnliches hergestellt werden können. Außerdem befindet sich im Atelier eine Rollenspielerwerkstatt, unter anderem zur Herstellung der Kostüme für die geplanten LifeActionRolePlay (LARP) Veranstaltungen.

Der Schwerpunkt des Ateliers liegt auf der Malerei und dem Zeichnen, doch das Angebot variiert auch in diesem Bereich je nach den Bedürfnissen der NutzerInnen. Angedacht sind jährliche Kunstreisen mit den TeilnehmerInnen des Ateliers, um den Austausch und das Gruppengefühl zu stärken.

### **3.4 Erkenntnisse**

Das Archiv präsentiert sich im Konzept als stark partizipatorischer Verein. Unabhängig von der öffentlichen Hand, möchte der Verein die Eigenverantwortlichkeit seiner NutzerInnen fördern, die Autonomie und Selbstbestimmung stärken und darüber hinaus mit verschiedenen Angeboten und Veranstaltungen politische, soziale und gesellschaftliche Netzwerke schaffen. Zur Umsetzung dieser Ziele stehen die Räumlichkeiten des Hauses, wie das Café, die Kneipe und das Atelier zur Verfügung.

### 3.4.1 Empowerment und Partizipation

Innerhalb des Untersuchungszeitraumes konnte ein Einblick in die Arbeit des Archivs gewonnen werden. Auffallend ist das starke Engagement und Einsatz der beteiligten Personen an dem Projekt. Dabei basiert die Arbeit auf ehrenamtlicher und freiwilliger Basis. Die Selbstorganisation, wird in der demokratischen Struktur des Vereins als auch im Engagement der Freiwilligen und Hausbewohner praktiziert. Die Programmgestaltung des Archivs hängt maßgeblich von diesem Engagement ab.

Der Anspruch möglichst viele Menschen an den Aktionen zu beteiligen, wird nur sehr eingeschränkt kommuniziert. Es wird zwar auf der Startseite der offiziellen Homepage um Hilfe bei den Umbaumaßnahmen gebeten<sup>85</sup>, doch wird nicht offensiv kommuniziert, dass im Archiv die Möglichkeit besteht, eigene Ideen zu verwirklichen oder Kurse anzubieten. Hinweise, auf welche Weise der/die Interessierte sich einbringen, wer kontaktiert werden kann und wie die Umsetzung einer solchen selbstorganisierten Verwirklichung der eigenen Idee oder Veranstaltung verlaufen könnte, werden der Öffentlichkeit nicht vermittelt. Und dass, obwohl laut Konzept diese Angebote einen maßgeblichen Anteil am Programm des Archivs darstellen sollen. Dies ist aber eine bewußte Haltung des Vereins. Im Gespräch zu dem Zwischenbericht stellte sich heraus, dass sich das Archiv explizit entschieden hat einige Veranstaltungen nicht durch Flyer und Presse zu bewerben, sondern Termine und Angebote überwiegend mündlich zu vermitteln. Aufgrund vorausgegangener Erfahrungen mit rechtsradikalen Gruppen, hat sich das Archiv entschieden die Zugangsschwellen hochzusetzen. Dem Archiv ist es wichtig, dass sich gleichgesinnte Menschen zusammen finden und die Besucher sich aktiv auf die Einrichtung einlassen.

Gesteuert wird der partizipatorische Ansatz, welcher im Konzept unter anderem mit dem Satz „*Das Archiv ist immer das, was daraus gemacht wird*“<sup>86</sup> beschrieben wird, durch das Plenum. Das Plenum des Vereins entscheidet basisdemokratisch über alle Belange des Hauses. Veranstaltungsideen können im Plenum vorgestellt werden bzw. werden dort besprochen und geplant. Das Plenum entscheidet dann, ob der vorgestellte Kurs oder die geplante Veranstaltung in den Räumen des Hauses stattfinden kann oder nicht. Das Plenum setzt sich aus einem Kreis von Jugendlichen ab 15 Jahren bis hin zu erwachsenen Personen über 30 Jahren zusammen. Viele von ihnen engagieren sich bereits seit der Besetzung des Hauses vor 17 Jahren ehrenamtlich für das Projekt. Neuen Input gibt es aber auch durch eine „*neue, junge Generation*“ Ehrenamtlicher, welche sich seit einigen Jahren engagieren. Zu den

---

85 [www.archiv-potsdam.de](http://www.archiv-potsdam.de) (Stand 14.10.2011)

86 Konzept des Archiv e.V., 1. Einleitung



wöchentlichen Plenen kommen, laut Aussage des Pressesprechers des Archivs Kay-Uwe Kärsten, zwischen 30 und 40 Personen.

Was dem Archiv im Gespräch wichtig war zu erwähnen, ist die Definierung der Zielgruppe. Das Archiv ist nicht nur für Potsdamer Bürgerinnen und Bürger offen. Das Archiv sieht sich als Haus für alle Menschen, über die Grenzen Potsdams hinweg, welche sich mit der Philosophie des Vereines identifizieren können. Im Gespräch hieß es weiter, dass das Projekt „*nicht total offen für alle*“ sei, vielmehr betreibt es eine „*weiche Ausgeschlossenheit*“ von konsumorientierten und nicht-gleichgesinnten Personen. Hinzu kommt die scheinbare Geschlossenheit der Gruppe und der BewohnerInnen des Archivs, welche nach außen wirkt und eine gewisse Hemmschwelle produziert.

Im Gespräch hieß es, ein konsumausgerichtetes Klientel, ist bei Veranstaltungen des Vereines „*nicht unbedingt erwünscht*“. Diese Aussagen warfen beim Untersuchungsteam Fragen auf: Wie definiert das Archiv ein „konsumausgerichtetes Klientel“? Menschen die auf die Archiv-Veranstaltungen kommen, dort Eintritt zahlen und Getränke konsumieren, werden wahrscheinlich nicht gemeint sein. Ohne diese Menschen wäre die Deckung der Betriebskosten und damit der Erhalt des Archivs undenkbar. Ein nicht zu klärender Widerspruch steckt für die Untersuchungsgruppe in der Formulierung der Zielgruppe. Die zwei Aussagen „*offen für alle zu sein*“ und „*doch nicht total offen für alle*“ zu sein, widersprechen sich. Welche Ausschlussprinzipien wendet das Archiv hier an? Die Einschluss- und Ausschlusskriterien sind nicht transparent. Sexistische, gewalttolerante, nationalistische, rassistische und inhumane Personen sollten in jedem kulturellen Zentrum selbstverständlich nicht willkommen sein.

### **3.4.2 Atelier**

Im Atelier des Archivs werden regelmäßig Kurse und offene Angebote praktiziert und wahrgenommen. Das freiwillige Engagement der Kursanbieterin und die Nutzung dieser Angebote, machen das Atelier zu einem Beispiel für das Gelingen des Grundverständnisses aus dem Konzept. Die Kurse finden seit mehreren Jahren wöchentlich statt. Die Hemmschwelle sich einzubringen, wird durch das kostenfreie Angebot und die freundliche Atmosphäre sehr niedrig gehalten. Der Raum ist vielseitig nutzbar und wandelbar. Darin steht ein großer Tisch, der zum gemeinsamen Zeichnen und Malen genutzt wird. Die Arbeitsmaterialien sind nebenan in einem Lagerraum untergebracht. In einem weiteren separaten Raum können InteressentInnen Kleider und Kostüme für LifeActionRolePlay herstellen. Bücher über Arbeitstechniken und Kunststile werden neben Arbeitsmaterialien unterschiedlichster Art, zur Verfügung gestellt. So entsteht der Eindruck, dass

BesucherInnen ihren kreativen Bedürfnissen hier ohne Einschränkung nachgehen können.

Diese künstlerischen Angebote werden von verschiedenen NutzerInnen angenommen, doch muss auch hier ein Defizit in der Kommunikation festgestellt werden. Das offene Atelier ist in der Öffentlichkeit, außerhalb des Vereins nicht wahrzunehmen oder bekannt. Die Resonanz auf dieses Angebot könnte durch Bekanntmachung wesentlich größer ausfallen und viel Zuspruch erhalten. Nicht nur wegen der kostenfreien Teilnahme, auch auf Grund seiner Atmosphäre und des offenen Zugangs kann in den Räumlichkeiten Potenzial für verschiedenste Nutzergruppen festgestellt werden. Optimiert werden, könnte das Angebot mit besseren Heizmöglichkeiten zu kalten Jahreszeiten, denn diese sind in den Räumen nicht vorhanden.

### **3.4.3 Das Haus und seine Angebote**

Doch nicht nur die Heizsituation des Hauses hat sich als problematisch erwiesen. Aufgrund der Sanierung und Baumaßnahmen wirken das Gelände und das Haus nicht sehr einladend.

Der mangelhafte Zustand der Sanitäranlagen und die nicht vorhandene Heizmöglichkeiten sind für das Archiv kein wesentliches Problem. In erster Linie möchte das Haus Räumlichkeiten bereitstellen. Auf Luxus möchten sie zu Gunsten der niedrigen Preise und günstigen Nebenkosten bewusst verzichten. Das Ambiente der 1994er Besetzung möchte man bewusst erhalten.

Der schwer zugängliche Weg auf das Gelände ohne Beschilderung und ausreichend Licht, bis hin zu den baufälligen Sanitäranlagen, befinden sich in einem sehr verbesserungsfähigen Zustand. Eine Verbesserung dieser genannten Misstände würde eine deutliche Steigerung der Nutzbarkeit und der Aufenthaltsqualität zur Folge haben. Dieser Einschätzung konnte sich die Vertretung des Archivs im Gespräch nicht anschließen. Die Zugangsbarriere auf das Gelände des Archivs sowie die mit Brettern vernagelten Fenster des Hauses dienen nicht nur dem Schutz vor gewaltsamen Übergriffen, sondern sollen auch eine Art Zugangsbarriere sein. Wie auch auf die Kommunikation bezogen, möchte der Verein bewusst eine bestimmte Zielgruppe erreichen. *„Wer das Archiv finden will, wird es finden“*, so der Verein.

Trotz der großen Optimierungsmöglichkeiten des Hauses wird der alltägliche Betrieb gut angenommen. Nicht nur die Tanz- und Partyveranstaltungen wie die Archiv-Nacht oder die monatlich stattfindende 80er-Jahre Party, werden gut angenommen. Der offene Treff, das Café und die Kneipe mit Billardtisch, Kicker und

anderen Spielen, sowie die Gelegenheit sich bei einem Getränk zu unterhalten, werden gut von Jugendlichen und jungen bis älteren Erwachsenen genutzt.

Das konzeptionelle Ziel, einen Ort für Konzert- und Tanzveranstaltungen zu schaffen wird durch regelmäßige Angebote erfüllt. Der offene Treff bietet einen Raum zum Aufenthalt, für Diskussionsgruppen und den Austausch unter den NutzerInnen. Diese Möglichkeit wird von Jugendlichen und jungen Erwachsenen angenommen. Nicht zuletzt wegen der kostengünstigen Preise der Getränke, der Möglichkeit kostenfrei zu Kickern oder Billard zu spielen. Es herrschte auf den besuchten Veranstaltungen eine entspannte Atmosphäre. Durch den lockeren Umgang miteinander, kommen die BesucherInnen schnell ins Gespräch.

## **Besuchte Veranstaltungen**

### **80er Jahre-Party**

Am 11.06.2011 und am 09.07.2011 besuchte die Untersuchungsgruppe die „80er Jahre-Party“ im Archiv. Diese Veranstaltung beginnt um 22.00 Uhr und geht bis in die frühen Morgenstunden. Dieses Party-Format findet monatlich in der Kneipe statt, wobei auch das so genannte Gewölbe und das Café zugänglich sind und die Möglichkeit bieten, sich in entspannter Atmosphäre hinzusetzen und sich zu unterhalten. Die Auslastung an beiden Abenden war mit 80-100% sehr gut, die geschätzten 200 BesucherInnen waren junge und mittlere Erwachsene, die leger und trendy gekleidet waren. Eine Einlasskontrolle gab es nicht. Der Eintritt an der Abendkasse war mit 2 Euro sehr gering, später so gegen 02.00 Uhr zahlten die BesucherInnen gar keinen Eintritt mehr. Auch die Getränkepreise sind außerordentlich günstig, ein Bier kann schon ab einem Euro erworben werden. Die Stimmung an diesem Abend kann als locker, kommunikativ und entspannt bezeichnet werden. Die Stimmung auf der Tanzfläche war ebenfalls sehr gut und ausgelassen. Beim zweiten Besuch wurden einige BesucherInnen erkannt, die auch beim letzten Mal schon dabei waren. Insgesamt entstand der Eindruck, dass dieses Party-Format von sehr unterschiedlichen Zielgruppen wahrgenommen wird.

### **Lesung Schementhemen**

Am 25.06.2011 um 20.00 Uhr besuchte die Untersuchungsgruppe im Archiv eine Lesung in der Reihe „Schementhemen“, die ungefähr im vierteljährlichen Rhythmus im Archiv veranstaltet wird. Diese fand im so genannten Café statt. Hier finden die BesucherInnen eine Bar mit Tresen vor, sowie verschiedene Tische und bequeme Sitzgelegenheiten. An diesem Abend wurden kleine Stuhlreihen aufgebaut. Mit rund

30 BesucherInnen, die sich aus jungen und mittleren Erwachsenen zusammensetzten und leger sowie in schwarz gekleidet waren, war das Café gut ausgelastet. Mit einem Eintrittspreis von 3 Euro und den günstigen Getränkepreisen, kann hier von einem niedrighschwelligem Angebot gesprochen werden.

Die humorvoll-skurrielen Texte wurden von Myk Jung und Klaus Märkert vorgetragen, die eher aus der musikalischen Rock/Gothic-Szene bekannt sind. Es war also keine „normale“ Lesung, wo ein Buch vorgestellt wurde, sondern die beiden trugen kurze, sehr verschiedene Texte vor, die sehr viel schwarzen Humor in sich trugen. Dies kam beim Publikum gut an, es wurde gelacht und die Stimmung war ausgelassen und locker. Zwischen den Leseblöcken gab es kurze Gesangseinlagen einer Sängerin, die ebenfalls dem Gothic-Metier zuzuordnen sein müsste. Das Ganze ging zwei Stunden und beinhaltete eine kurze Pause. Es war eine sehr interessante Veranstaltung, die den TeilnehmerInnen offensichtlich gefallen hat.

#### **3.4.4 Projekte und Kurse**

Doch während einzelne Projekte, wie das Atelier und der offene Treff gut laufen und angenommen werden, musste festgestellt werden, dass viele der erdachten Kurse und Projekte momentan nicht durchgeführt werden. Die im Konzept formulierten Angebote wie Fahrradwerkstatt, Aktivitäten in der Turnhalle, Bandproberäume, Computerkurse, Kinderkochen sowie Veranstaltungen im LifeActionRolePlay fanden während des Untersuchungszeitraumes nicht statt. Auf Nachfrage wurden als Gründe dafür die baufälligen Orte und Räume, sowie die in Baumaßnahmen befindliche Turnhalle, aber auch die Einbindung aller Kräfte und personellen Kapazitäten in die Sanierung, genannt. Es bleibt offen, ob nach Abschluss der Baumaßnahmen die Vielfalt der Angebote realisierbar ist.

#### **3.4.5 NutzerInnen**

Im Konzept wird das Selbstverständnis des Archivs, als Gruppe gegen Rechtsradikalismus und Neo-Faschismus sowie gegen inhumanes Denken und Handeln formuliert. In der Stadt hat sich die Ansicht etabliert, dass die BewohnerInnen, die Zielgruppe bzw. die Partizipierenden des Hauses, ausschließlich Punks und Autonome ausmachen. Während der Untersuchung konnte diese Ansicht nicht nachvollzogen werden. An Nachmittagen und Abenden halten sich vermehrt Jugendliche zwischen 16 und 20 Jahren in der Kneipe und in dem Café auf. Die Veranstaltungen, wie Lesungen- und Discobesuche wiesen eine breite Publikums- und Altersstruktur auf. So war das Publikum überwiegend leger und neutral gekleidet und fielen weder vom Handeln noch vom Erscheinungsbild

besonders auf. Ähnlich verhält es sich mit der Altersstruktur der Nutzergruppen des Vereins. Auf den Tanzveranstaltungen ist eine breite Altersvielfalt zu finden. Das Programm spricht Besucher von 17 bis 50 Jahren an und bietet somit ein gemischtes Publikum, welches gemeinsam in guter Atmosphäre zusammen kommt.

Auf Grund der Tatsache, dass das Archiv weder die Besucherzahlen seiner Veranstaltungen auflistet, noch über eine Übersicht des Jahresprogrammes verfügt, konnte die Forschungsgruppe keinen Abgleich mit den Veranstaltungen des Jahres 2011 vornehmen. Auf Grund des Internetauftrittes kann lediglich festgestellt werden, dass regelmäßige Veranstaltungen wie das wöchentliche Tischtennis sowie das Offene Atelier und die monatliche 80er Jahre Party „back to the 80s“ ergänzt durch einzelne Konzerte und Info- und Diskussionsveranstaltungen, durchgeführt werden. Bemerkenswert bleibt, dass der Verein es seit 14 Jahren schafft, trotz viel öffentlicher Kritik und problematischen Situationen, wie den Auflagen der Brandschutzbestimmungen, ihre Idee und das Leben vor Ort zu realisieren.

## 4. freiLand

### 4.1 Geschichte und Selbstverständnis

freiLand ist der Name des Geländes in der Friedrich-Engels-Strasse 22, das von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in einem langen Diskussionsprozess von der Landeshauptstadt Potsdam erkämpft wurde. Engagierte Jugendliche von verschiedenen Einrichtungen wie zum Beispiel dem Jugendclub S 13 (heute Klub Innenstadt), dem Spartacus e.V., sowie Bands und Sprayer, schlossen sich im Herbst 2008 zu einer Arbeitsgruppe zusammen, der AJKP (Arbeitsgruppe Alternative Jugendkultur Potsdam) zusammen. Sie erarbeiteten zusammen mit weiteren VertreterInnen aus dem Archiv, dem besetzten Haus la datscha, aus dem studentischen Kulturzentrum KuZe und weiteren Protagonisten der Jugendkultur in Potsdam, einen 10+ Punkte-Plan mit Forderungen. Ein wesentlicher Punkt dieses Planes war der Wunsch nach Räumlichkeiten und Flächen zur freien Gestaltung und Verwirklichung von Ideen der jungen Erwachsenen. Dazu gehören unter anderem Probenräume für Bands, legale Flächen für Sprayer und ein neues Vereinsheim für den S13 und für den Spartacus e.V., der keine Vereinsstätte mehr hatte. Nach ungefähr zwei Jahren der stetigen Verhandlung zwischen AJKP und der Landeshauptstadt Potsdam wurde den Jugendlichen das Gelände an der Friedrich-Engels-Strasse 22 von den Stadtwerken Potsdam unentgeltlich als Veranstaltungs- bzw. Gestaltungsort zugesprochen.

Für den Modellzeitraum von drei Jahren ist die dafür gegründete CULTUS UG, mit den zwei Gesellschaftern Dirk Harder und Achim Trautvetter, die Betreibergesellschaft. Trautvetter und Harder sind beides Personen mit langjähriger Erfahrung in den Bereichen Projektarbeit, Soziokultur und Jugendarbeit in der Stadt Potsdam. Die CULTUS UG verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke und hat die Zielsetzung Kunst und Kultur, politische Bildung und Kinder- und Jugendhilfe zu fördern. Die CULTUS UG möchte der Zielgruppe von Kindern und Jugendlichen bis 27 Jahren das freiLand *"[...] als Raum für eine selbstbestimmte und -organisierte Jugendkultur [...]"*<sup>87</sup> zur Verfügung stellen. "Das freiLand soll sich in den kommenden 3 Jahren zu einem barrierefreien, pulsierenden, lebendigen Ort entwickeln, welcher von Jugendlichen als Experimentier- und Freiraum zur Verwirklichung ihrer Ideen und Bedarfe angenommen wird."<sup>88</sup> Es soll ein Ort sein *„[...] der offen für alle Jugendliche ist, insofern sie nicht andere Menschen durch rassistisches, gewalttätiges, homophobes, sexistisches oder anderweitig*

---

87 Betriebskonzept freiLand, 3. Zielgruppen, S. 8

88 a.a.O., 4. Ziele, S. 9

*diskriminierendes Verhalten einschränken.*<sup>89</sup>, so die Grundsätze aus dem Betreiberkonzept. Ein Raum *"[...] in dem Jugendliche inhaltlich autonom agieren, ihre programmatischen Inhalte flexibel und kreativ gestalten und diese in Abwesenheit von Leistungskontrollen und Konkurrenz realisieren können."*<sup>90</sup>

Die CULTUS UG möchte außerdem *"Wege der Mittelbeschaffung aufzeigen und bei Bedarf Hilfestellung bei der Projektrealisation [...]"*<sup>91</sup> anbieten. *"Gegenstand, Ziel und Größe des Projektes finden, planen und realisieren die Kinder und Jugendlichen nach diesem Ansatz selbst"*<sup>92</sup>. Das bedeutet, dass alle stattfindenden Aktionen und Events, also alle Inhalte, nur von außen von den jungen Erwachsenen kommen können und sollen, die bei der Realisation ihrer Ziele von der CULTUS UG unterstützt werden. Die NutzerInnen des freiLand sind der Spartacus e.V., der Klub Innenstadt (= S13), Bands und Sprayer sowie allgemein Kinder und junge Erwachsene. Das freiLand soll innerhalb der nächsten drei Jahre in zwei verschiedenen Phasen auf- und ausgebaut, zu einem Jugendsoziokulturprojekt entwickeln werden. In der ersten Phase steht die Umsetzung der Ziele<sup>93</sup> aus dem Konzept an, deren Inhalte maßgeblich vom 10+Punkte-Plan der AJKP begründet wurden.

## **4.2 Ziele Phase 1**

- 1) Betreuung, Koordinierung und Begleitung der zukünftigen freiLand-NutzerInnen (Spartacus e.V., Klub Innenstadt, Bands, Sprayer)
- 2) Aufbau einer Beteiligungsstruktur (partizipativen NutzerInnenstruktur)
- 3) Begleitung und Koordinierung der Eigenleistungen der künftigen NutzerInnen im Bezug auf die Erschließung der jeweils von ihnen genutzten Räume
- 4) Begleitung der Bautätigkeiten auf dem Gelände
- 5) Unterstützung des Spartacus e.V. im Neuanfang des Veranstaltungsbetriebes (z. B. Hilfe bei Anschaffung der Veranstaltungslogistik)

---

89 a.a.O. 2. Ausgangslage und aktuelle Situation, S. 7

90 a.a.O. 4. Ziele, S. 9

91 a.a.O., S. 7

92 a.a.O.

93 a.a.O., 5. Inhalte, S. 11

- 6) unterstützende Vernetzung der Projekte untereinander, um Synergien und Kooperationen zu fokussieren und entstehen zu lassen
- 7) Bindung der Sprayer-Szene an das Gesamtprojekt und künstlerisch-konzeptionelle Entwicklung der Wandflächen mit den ProtagonistInnen der Sprayer-Szene
- 8) Veranstaltungen auf dem freiLand-Gelände, die alle NutzerInnengruppen und AnwohnerInnen einbinden
- 9) Aufbau eines nach außen gerichteten Kommunikationskonzeptes in Abstimmung mit den NutzerInnengruppen, welches alle bevorzugten Medien (wie facebook, myspace, blogs, etc) einschließt
- 10) Entwicklung eines gemeinsamen Corporate Designs mit interessierten NutzerInnen (daraus kann dann z.B. ein freiLand-Webauftritt und ein monatlicher Flyer für das Gesamtprojekt entstehen)
- 11) notwendige Regelungsvorschläge (z.B. Hausordnung) im Plenum mit den vorhandenen NutzerInnengruppen besprechen, um diese gleichberechtigt zu entwickeln und zu entscheiden. (Hier sieht sich die CULTUS UG in der Position, vor allem Regelungsinhalte zu kommunizieren und zu vertreten, die eine rechtliche Notwendigkeit darstellen)

In der zweiten Phase geht es der CULTUS UG um „[...] eine Gesamterschließung des Geländes [...]“<sup>94</sup> und um die „[...] Weiterentwicklung der Potentiale des freiLand-Areals [...]“<sup>95</sup>.

### **4.3 Ziele Phase 2**

- 1) Begleitung und Koordinierung der (Bau-)Eigenleitungen der künftigen NutzerInnen im Bezug auf die sukzessive Gesamterschließung des Geländes
- 2) Öffnung von Büros, Ateliers und Werkstätten mit den jeweiligen NutzerInnen
- 3) Ausbau eines Übernachtungsbereiches mit dem Spartacus e.V. und den Seminarbereichverantwortlichen für die Unterbringung von KünstlerInnen und SeminarteilnehmerInnen

---

94 a.a.O.

95 a.a.O.



- 4) gemeinsamer Aufbau eines Cafébetriebs als ganztägiger Begegnungsraum auf dem freiLand-Gelände
- 5) Entwicklung eines Seminarbereichs für externe Vermietungen, wie auch für eigene kulturelle und politische Projekte

#### **4.4 Erkenntnisse**

Am 13. Mai 2011 wurde das freiLand mit einem dreitägigen Veranstaltungsprogramm offiziell eröffnet. Die engagierten Jugendlichen vor Ort haben zusammen mit der CULTUS UG bis zum heutigen Tag alle in Phase 1 genannten Ziele erreicht bzw. sind aktiv mit ihrer Umsetzung beschäftigt. Auch die Ziele der Phase 2, konkret die Punkte eins und zwei, konnte teilweise erreicht werden.

Aufgrund des erst kurzen Zeitraumes seit der Geländeübergabe und -erschließung sind noch nicht alle Ziele erreicht bzw. ist der Veranstaltungsbetrieb erst teilweise aufgenommen worden.

Die Instandsetzung des Geländes und seiner Räumlichkeiten ist Voraussetzung, um das Ziel, jungen Erwachsenen Raum für ihre Ideen und deren Umsetzung zu geben, zu realisieren. Im Juli 2010 haben freiwillige HelferInnen und UnterstützerInnen des freiLand-Projektes, Jugendliche aus dem Spartacus, Klub Innenstadt sowie SprayerInnen und andere Engagierte, mit den Bauarbeiten begonnen. Damit wurden wesentliche Punkte aus Phase 1 des Betreiberkonzeptes umgesetzt (Pkt. 2, 3, 4, 5). Insgesamt ist das freiLand durch die Bereitstellung der Räumlichkeiten und die Kompetenzen der CULTUS UG zum heutigen Zeitpunkt bereits ein Zentrum, selbstbestimmter und -organisierter Jugendkultur geworden. Wie im Konzept angekündigt, haben der Spartacus und der Klub Innenstadt Räumlichkeiten auf dem Gelände bezogen und den Veranstaltungsbetrieb aufgenommen.

#### **Besuchte Veranstaltung**

Das HipHop´N Youth Culture Festival wurde von einer Gruppe Jugendlicher und StudentInnen konzipiert, organisiert und realisiert. An drei Veranstaltungstagen vom 15. Bis 17. Juli 2011 fand das Festival täglich ab 14 Uhr auf dem gesamten freiLand-Gelände statt. Das Event war für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene konzipiert, was sich entsprechend im Programm widerspiegelte. Von Kinderschminken, Geschichtenerzählen, Bauchtanzeinlagen und Leselounge über nationale und internationale Freestyle HipHop-Beiträgen auf der großen Bühne, Live

Percussion bis hin zu Bandauftritten im Bandraum des Klub Innenstadt. Ein Tagesticket kostete 6 Euro, ermäßigt 4 Euro, ein Festivalticket für alle 3 Tage 15 Euro, ermäßigt 10 Euro. Die Eintrittspreise sind, gemessen am gebotenen Programm, somit günstig und im niedrigschwelligem Bereich. Auf Nachfrage wurde auch ein „Sonderrabatt“ für BesucherInnen mit nicht ausreichendem Budget eingeräumt.

Interaktive Angebote, welche maßgeblich von der Partizipation der Jugendlichen abhängig sind, machten einen großen Teil des bisherigen Programmes aus. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes und darüber hinaus, fanden viele weitere Veranstaltungen im freiLand statt, welche die im Konzept benannte Zielgruppe der 12- bis 27-Jährigen ansprachen. Dazu zählen Live-Konzerte, Partys, Diskussionen, vielfältige Workshops bzw. Freizeitangebote wie zum Beispiel: Siebdruck, Kunst-Flohmarkt, Hörspiel- und Filmzelt, Bauchtanz, Capoeira, Tischtennisturnier und Graffiti- Aktionen.

Die NutzerInnen kreieren und entwickeln alle Angebote im freiLand selbst und erhalten im Rahmen dessens, die Möglichkeit zur kreativen Selbstentfaltung. Sie schaffen ein Programm am Puls ihrer eigenen Zeit und Vorstellung. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes wurde dieses Programm in Workshops der dreitägigen Eröffnungsveranstaltung oder auf dem HipHop-Festival im Juli 2011 sichtbar. Rezeptive Angebote wie Partys, Konzerte und Workshops fanden ebenfalls innerhalb des Untersuchungszeitraumes statt. Zum Beispiel die Partyreihe der elektronischer Musik „I've Lost My Identity“, oder der Workshop „Marionetas Moviendohilos, Frühstück und Recycle-Puppenworkshop“. Neben den jungen Erwachsenen, bieten auch engagierte Erwachsene der Potsdamer Kunst- und Kulturszene ihre Hilfe an. So geschehen zum Beispiel bei der künstlerischen Gestaltung des Eingangstors des freiLands.

Durch die Unterbringung des Spartacus und des Klub Innenstadt auf dem freiLand-Gelände, haben diese zwei Institutionen wieder eine Heim- und Wirkungsstätte erhalten. Die Jugendlichen, welche sich im Klub Innenstadt und Spartacus engagieren, haben einen Raum um ihre eigenen Ideen für Veranstaltungen aller Art zu entwickeln und durchzuführen. Von vereinsinternen bis standortweiten Projekten sind ihrer Kreativität und Selbstverwirklichung keine Grenzen gesetzt (Ph.1, Pkt. 8). Alle Aktionen und geplanten Veranstaltungen werden vereinsintern bzw. je nach Größe und Charakter des Projektes auch standortweit im Plenum besprochen. Hier steht die CULTUS UG den NutzerInnen beratend zur Seite. Im freiLand gibt es viele Plenen. Eingeteilt in verschiedene Bereiche bzw. nach Institutionen auf dem Gelände, existiert ein Spartacus-Plenum, ein Soundplenum für

Musikschaffende, ein Sportraum-Plenum, ein Theater-Plenum, ein Bildungsplenum (für die außerschulischen Bildungsangebote in Kooperation mit dem Wissenschaftsladen auf dem Gelände) u.s.w. Hinzu kommt ein Gesamt-Plenum in dem alle Bereiche des freiLand-Geländes zusammen kommen. Manchmal ist der Diskussionsprozess langwierig, so Dirk Harder, denn um eine Entscheidung zu fällen, müssen alle zustimmen. Das sei eine große Hürde, denn es zwingt die Beteiligten, Stellung zu beziehen. Dieses Vorgehen sei von allen NutzerInnen akzeptiert und funktioniere.

Wie angekündigt erhielten Potsdamer SprayerInnen im freiLand neue und legale Graffitiflächen. Über 800 qm stehen zur kreativen Gestaltung zur Verfügung und wurden im Rahmen der Eröffnungs- und anderen Veranstaltungen großflächig besprüht (Ph.1, Pkt. 7). Probenräume stehen bisher noch nicht zur Verfügung. Von der CULTUS UG hieß es dazu: *„Wir fahren mit angezogener Bremse.“* Dirk Harder führte weiter aus, dass die Pläne für den Bau der Probenräume von Seiten des freiLands fertig seien, aber noch das OK seitens der Stadtwerken Potsdam zum Einreißen der Wände fehle. Man hoffe, so Harder, dass die Probenräume voraussichtlich 2012 fertig gestellt werden.

Zum jetzigen Zeitpunkt sind schon viele Ziele erreicht, die im Konzept beschrieben werden. Die CULTUS UG ist gemeinsam mit den Geländeaktiven momentan auf der Suche nach Spenden für den Sport- und Atelierraum. Es gibt immer wieder Bauaktionen in den Häusern, um weitere Bereiche des Geländes nutzbar zu machen. Mittlerweile haben neben dem Spartacus und dem Klub Innenstadt auch weitere Initiativen Räumlichkeiten auf dem Gelände bezogen. Im Haus 1 des freiLands hat der Wissenschaftsladen Potsdam e.V. sein Büro. Dieser Verein hat sich die unabhängige Wissensvermittlung verschiedener Natur-, Umwelt-, Kommunikations- und Geisteswissenschaften zur Aufgabe gemacht. Die politische Kinder- und Jugendorganisation „Die Falken“ sind am 12. September 2011 in das Haus 1 eingezogen. Als weiterer Mieter gesellt sich das Laboratorium (früher „unartich“-Gruppe) hinzu, eine Gruppe von KünstlerInnen, die eine freie Werkstatt betreiben und in den Bereichen Malerei, Grafik, Design, Bildhauerkunst, Musik und Multimedialkunst aktiv ist. Weitere Mietparteien im freiLand sind der Chill out e.V., der Bildung für Galanka e.V., die Foodcoop Nahrungskette Potsdam, die Regenbogen PA Medientechnik und weitere einzelne MieterInnen aus den Bereichen Medien, Design und Tanz. Diese im freiLand ansässigen Mieter verschaffen dem Gelände nicht nur Einnahmen, die wiederum in die Umsetzung von Baumaßnahmen und Projekte investiert werden, sondern bereichern das freiLand um Freizeitangebote und Informationen für die Nutzergruppen.

## 5. Fazit zur Untersuchung

Der vorliegende Schlussbericht gibt eine Übersicht über das Programm der soziokulturellen Zentren WASCHHAUS, Lindenpark, Archiv und freiLand für das Jahr 2011 sowie einen Einblick in die Umsetzung der hauseigenen Zielstellungen der Zentren. Während des Untersuchungszeitraumes und in den Gesprächen mit VertreterInnen der Häuser wurde versucht, einen möglichst konkreten Eindruck über die Arbeit der einzelnen Häuser zu erhalten.

2008 gingen aktive PotsdamerInnen auf die Straße, um für mehr kulturelle Freiräume und Akzeptanz für jugendliche Belange zu protestieren. Dabei richtete sich die Kritik gegen die Schließungen von Häusern wie dem Spartacus, dem Archiv sowie der Insolvenz von WASCHHAUS und Lindenpark. Diese Ereignisse hatten den Wegfall von Bandproberäumen, Graffitiflächen und Räumen für Projekte und Entfaltung von Jugendlichen zur Folge. Der Protest zeugte von dem Willen einiger Potsdamer Jugendlicher nach eigenen Räumen, die sie selbstbestimmt gestalten und in denen sie sich abgegrenzt von Erwachsenen entwickeln und ausprobieren können.

Während der Untersuchung wurde deutlich, dass es eine starke Nachfrage nach partizipatorischen Angeboten gibt. Bandproberäumen, freie Graffitiflächen und Auftritts- bzw. Gestaltungsmöglichkeiten wurden in den Anfragen an die einzelnen Institutionen am häufigsten erwähnt. Auch belegt wiederum die Wahrnehmung von partizipatorischen Angeboten durch die NutzerInnen den Bedarf solcher Veranstaltungen.

Die vier untersuchten Häuser bieten ein breites Angebot an partizipatorischen und rezeptiven Angeboten für Kinder, Jugendliche, junge, mittlere und ältere Erwachsene. Die jeweiligen Einrichtungen haben verschiedene Schwerpunkte und sind damit für die unterschiedlichen Nutzergruppen attraktiv. Im Folgenden wird das Profil der untersuchten soziokulturellen Einrichtungen bzw. der besondere Beitrag zum soziokulturellen Angebot in Potsdam noch einmal kurz dargestellt.

Der Lindenpark bietet ein verstärktes Familien- und Konzertangebot. Die Institution fokussiert vor allem Familien und Kinder als Zielgruppe. Workshops und kulturelle Bildungsangebote, aber auch Jugendkultur und Aktionen für die Skater- und Graffitiszene werden bedient. Darüber hinaus macht der Bereich Musik und die Nachwuchsförderung in diesem Bereich einen wesentlichen Teil aus. Die offensive Kommunikation der Teilhabe und auffordernde Elemente verleihen dem Lindenpark einen bestärkenden und offenen Charakter.

Das WASCHHAUS konzentriert sich auf konsumtive Party- und Musikveranstaltungen und rezeptive Angebote im Bereich Bildende Kunst. Nur im Tanzbereich ist die Aktivierung der TeilnehmerInnen zentral. Mit seinem Programm spricht das WASCHHAUS Jugendliche und junge bis hin zu älteren Erwachsenen an. Um die Chance und das Ziel generationsübergreifender, aktivierender Arbeit wahrnehmen zu können, müsste zunächst die anvisierten Zielgruppen näher bestimmt werden, um dann auf sie zugehen zu können. Wenn dazu eine Verbesserung bzw. Belebung der internen Kommunikation und die Nutzung der kooperativen Möglichkeiten des Standortes gelingen würde, dann könnte sich das WASCHHAUS neu positionieren.

Das Archiv ist Teil einer gewissen Szene, welche sich am ehesten über die Musikstile definieren lässt. Der Verein und das Haus an sich wirken aus Sicht des Besuchers sehr frei und ungezwungen. „Das man das machen kann, was man möchte und nicht nur das, was gerade angeboten wird“. Das Archiv spricht spezielle Gruppen von Menschen mit besonderer lebensweltlicher und politischer Ausrichtung an. Das ist den InitiatorInnen besonders wichtig. Damit ist das Haus weniger offen. Diese Einschränkung lässt sich legitimieren solange das Archiv keine öffentliche Förderung bekommt.

Das freiLand Projekt bietet Raum zur kreativen Entfaltung, vor allem durch Projekte, welche von außen eingebracht werden können. freiLand ist der Raum, in dem Jugendliche eine eigene Idee oder Projektkonzepte selbstständig umsetzen und nach Bedarf dabei fachkompetente Unterstützung erhalten. Die entstehenden Angebote im freiLand sprechen die Zielgruppe von Jugendlichen bis hin zu älteren Erwachsenen an.

Im Anhang befinden sich erklärende Materialien zur Untersuchung: SWOT-Analysen zu den einzelnen Häusern, die Auflistung der besuchten Veranstaltungen während des Untersuchungszeitraumes, die Erläuterung der von der Gruppe intern definierten Begrifflichkeiten sowie die Auswertungsbögen, welche bei den Veranstaltungen ausgefüllt wurden.

## 6. Quellen

Gesamtkonzept **WASCHHAUS** 2008

Jahresplan WASCHHAUS 2011 (alle Veranstaltungen des Waschhauses in 2011)

Übersicht Führungen Bildende Kunst Waschhaus 2011

Homepage des Waschhauses: <http://www.waschhaus.de/>

Drucksachen vom WASCHHAUS (Programmhefte, Flyer etc.) von Mai bis Juli 2011

Gesamtkonzept **Lindenpark** 2008

Lindenpark-Konzept aktualisierte Kurzfassung

Homepage des Lindenparks: <http://www.lindenpark.de/>

Übersicht der Veranstaltungen mit Besucherzahlen Monate Mai-Juli 2011

Übersicht der Veranstaltungen Monate August-Dezember 2011

Projektliste 2011

Think Big-Projektliste

Drucksachen des Lindenparks (Programmhefte, Flyer etc.) von Mai bis Juli 2011

Konzept des **Archiv e.V.**

Homepage des Archives: <http://www.archiv-potsdam.de/joomla4/>

Drucksachen des Archiv e.V. (Flyer, Plakate) von Mai bis Juli 2011

Betreiberkonzept CULTUS UG 2010 (**freiLand**)

Homepage des freiLand: <http://88.198.250.210/cms/freiland/>

Drucksachen vom freiLand (Programmhefte, Flyer etc.) von Mai bis Juli 2011

### Gesprächsprotokolle zu den Gesprächen mit:

WASCHHAUS Geschäftsführer Wilfried Peinke

WASCHHAUS Programmchef Tilo Schönbeck

WASCHHAUS Bereichsleiterin Bildenden Kunst Katja Dietrich-Kröck

WASCHHAUS Bereichsleiterin Tanz Anja Kozik

Lindenpark Geschäftsführer Andreas von Essen und die Bereichsleiter des Hauses

freiLand Gesellschafter Dirk Harder

Archiv-Sprecher Kay-Uwe Kärsten (+ 2 weitere Vereinsmitglieder)

## 7. Anhang

### 7.1 SWOT-Analysen

#### SWOT-Analyse WASCHHAUS

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vielzahl etablierter Veranstaltungen in allen Sparten</li> <li>- breit gefächerte Besucherstruktur</li> <li>- dem WASCHHAUS stehen viele Räumlichkeiten zur Verfügung</li> <li>- Geschichte und Tradition in Potsdam – war 1. Soziokulturelles Zentrum in Potsdam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Synergien der Sparten werden nicht ausreichend genutzt</li> <li>- Mangelnde interne Kommunikation und schlechtes Betriebsklima</li> <li>- kein Verantwortlicher für Marketing</li> <li>- unterschiedliche Auffassungen und Kommunikation der Marke WASCHHAUS,</li> <li>- teilweise unzureichendes Marketing im Bereich Tanz und Bildende Kunst</li> <li>- große Anzahl an rezeptiven Veranstaltungen, wenige Partizipationsmöglichkeiten</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kooperationen mit Hochschulen und Kultureinrichtungen in allen Sparten</li> <li>- Potenzial des Standortes Schiffbauergasse</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuell schlechter Ruf in der Fachöffentlichkeit</li> <li>- Spannungsverhältnis zwischen Qualitätsansprüchen und Eigeneinnahmen</li> </ul>

### SWOT-Analyse Lindenpark

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- gut vernetzt, viele Partner und Kooperationen in der Stadt</li> <li>- spricht als einziges soziokulturelles Zentrum speziell die Zielgruppe Familie und Kinder an</li> <li>- verbindet Kultur- und Sozialarbeit</li> <li>- stark im Bereich Musik und musikalischer Nachwuchsförderung</li> <li>- Gelände als täglicher Anlaufpunkt geöffnet</li> <li>- spricht speziell Skater- und Graffiti-Szene an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- einige Konzerte sind nicht so gut ausgelastet</li> <li>- ungenaue Formulierungen im Konzept</li> <li>- starke Konzentration auf den Stadtteil und die unmittelbare Umgebung</li> <li>- schlechte Anbindung an den ÖPNV</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- viele Familien in Babelsberg</li> <li>- Bedeutung von kultureller Bildung rückt zunehmend ins öffentliche Bewusstsein</li> <li>- durch verstärkte Ansprache von Kindern und Jugendlichen könne diese als zukünftige Zielgruppe an das Haus gebunden werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kaum Laufpublikum, da das Haus in der Stahnsdorfer Straße etwas versteckt liegt</li> <li>- Toleranzgrenze der Nachbarschaft bezüglich des zum Teil entstehenden Lärms und Müll bei einzelnen Veranstaltungen</li> </ul>



## SWOT-Analyse Archiv

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- fester Publikumsstamm</li> <li>- großes, persönliches Engagement der Beteiligten seit 1994</li> <li>- sehr niedrige Preise / unkommerziell</li> <li>- prinzipiell großer Handlungsspielraum und Flexibilität in der programmatischen Gestaltung</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wenig Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Gebäude befindet sich in schlechtem Zustand</li> <li>- von außen kaum erkennbar, dass es sich um ein kulturelles Zentrum handelt</li> <li>- starke Fokussierung auf die scheinbar in sich geschlossene Gruppe der Aktiven im Archiv</li> <li>- starre Haltung bezüglich der eigenen Prinzipien, wenig Kompromissbereitschaft</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interesse von außen besteht, neue Engagierte kommen hinzu</li> <li>- gute Verkehrslage durch Anbindung an den Hauptbahnhof Potsdam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuell stattfindende Baumaßnahmen</li> <li>- durch die Förderung der Stadt entsteht eine größere Abhängigkeit und eventuell eine Einschränkung der Freiheit</li> <li>- der Ausbau der Speicherstadt mit Wohnungen in unmittelbarer Nachbarschaft, gefährdet die Akzeptanz für den Verein</li> <li>- kritische Stimmen in der Öffentlichkeit und Politik</li> <li>- allgemeine Vorurteile gegenüber dem Archiv</li> </ul>

### SWOT-Analyse freiLand

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- starke ehrenamtliche und institutionelle Unterstützung</li> <li>- erfüllt die meisten Punkte des „10 Punkte Plus“ Planes der AJKP</li> <li>- vielfältige Angebote und großer Zuspruch von einem breiten Publikum durch unterschiedliche Projekte und durch Beheimatung des Vereins Spartacus und dem Klub Innenstadt auf dem Gelände</li> <li>- Kommunikation, Internetauftritt und Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Weiträumigkeit des Geländes</li> <li>- zum Teil sanierungsbedürftige Gebäude</li> <li>- Viele Plenen und Aktive erschweren schnelle Entscheidungsprozesse</li> </ul>
<b>Chancen</b>	<b>Risiken</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- günstige Lage in der Nähe des Hauptbahnhofes</li> <li>- Experimentierraum für unterschiedlichste Akteure und Interessenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projekt und Bespielung des Geländes ist vom Engagement der Jugendlichen abhängig</li> <li>- das Gelände ist zunächst befristet auf drei Jahre vergeben</li> <li>- kritische Stimmen in der Öffentlichkeit und Politik</li> <li>- Abhängigkeit von öffentlicher Förderung und Spenden</li> <li>- Abhängigkeit von Verwaltungs- und Entscheidungsprozessen der Stadtwerke Potsdam</li> </ul>

## 7.2 - Auswertungsfragebogen zu den soziokulturellen Zentren in Potsdam - WASCHHAUS

Veranstaltung: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_

offizieller Beginn: \_\_\_\_\_ Ende: \_\_\_\_\_ Besuchszeitraum : \_\_\_\_\_

### ① Veranstaltungstyp:

- Konzert  Lesung  Ausstellung  Party  Filmveranstaltung  Wettbewerb  
 Diskussion/Künstlergespräche  Festival

### ② Veranstaltungsformat:

- Einzelveranstaltung (nur 1 Genre)  
 Reihe:  wöchentlich  monatlich  vierteljährlich  halbjährlich  jährlich  
 übergreifende Veranstaltung (Kombination mehrerer Genre)  
 neues Format: \_\_\_\_\_
- Saal  Club  Kesselhaus  Open-Air-Bereich  Arena  
 Saal + Club + Kesselhaus + Open-Air-Bereich  Saal + Club + Kesselhaus + Open-Air-Bereich + Arena

### ③ Besucherzahl: \_\_\_\_\_

- ④ Auslastung:  0-20%  20-40%  40-60%  60-80%  80-100%

Anmerkungen (z.B. Parallelveranstaltungen): \_\_\_\_\_

### ⑤ Wie ist die Altersstruktur der Besucher der Veranstaltung?

- Kinder (0-13 Jahre)  Jugendliche (14-17 Jahre)  junge Erwachsene (18-26 Jahre)  
 mittlere Erwachsene (27-49 Jahre)  ältere Erwachsene (ab 50 Jahre)

Hier sind Kennziffern bei den vorhandenen Kategorien je nach Anteil zu vergeben:

1 = dominante Altersgruppe(n) vor Ort, 2 = kaum/wenig vorhandene Altersgruppe

Anmerkungen: \_\_\_\_\_

### ⑥ Preisstruktur der Veranstaltung:

Eintritt VVK: \_\_\_\_\_ € Abendkasse: \_\_\_\_\_ € Spätkasse: \_\_\_\_\_ € ermäßigt: \_\_\_\_\_ €  Kein Eintritt

Anmerkungen (Anmerkungen z.B. HappyHour): \_\_\_\_\_

### ⑦ Mit welchen Mitteln wird die Veranstaltung beworben?

- Flyer, Postkarte  Plakate  Homepage  Facebook lokale Medien:  Events  Friedrich  PNN  MAZ

Anmerkungen (z.B. illegale Plakatierung; nationale oder internationale Acts mit größerem PR-Aufwand): \_\_\_\_\_

---

**⑧ Welchen Charakter hat die Veranstaltung?**

- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Kinderarbeit (0-13 Jahre)
- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Jugendarbeit (14-17 Jahre)
- Einbeziehung von:  Sozialelementen  Umweltelementen  Bildungselementen
- gesellschaftlich relevante Themen
- Partizipationsmöglichkeiten, beteiligungsorientierte Kulturpraxis
- Schwerpunktbildung in Bezug auf politische Bildung und demokratische Praxis
- Förderung kreativer Eigentätigkeit und Vermittlung zwischen professioneller und selbst organisierter Kunstproduktionen und kulturellem Schaffen
- niedrigschwelliges Angebot: ■ Preis: \_\_\_\_\_
- räumliche Barrieren (Zugang zur VA): \_\_\_\_\_
- sozial-psychologische Barriere: \_\_\_\_\_
- Unterhaltung  Avantgarde/experimentell/elitär  Nischenkultur/Fachleute
- Einnahmeaspekt steht im Vordergrund

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑨ Wie präsentieren sich die Besucher? (Selbstdarstellung)**

Gewichtung mit 1=dominant und 2= kaum vertreten

- leger  trendy  elegant  punk  fetisch

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑩ Wie lässt sich die Stimmung auf der Veranstaltung beschreiben?**

- Sehr gute, ausgelassene Stimmung  gute Stimmung  teils, teils  schlechte Stimmung
- teilweise aggressive Stimmung

**Eindruck der kommunikativen Atmosphäre** (kommunikativ, aufgeladen, jeder für sich etc.)

---

**11. Wie ist die Einlasspolitik des Hauses (Einlasspersonal/Security)?**

- strenge Kontrolle (Abtasten von Körper und Taschen)  Taschenkontrolle  Ausweiskontrolle
- keine Einlasskontrolle ■ Atmosphäre am Eingang/Freundlichkeit: \_\_\_\_\_

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**12. Wie ist die Kundenfreundlichkeit des Personals? (Höflichkeit, Bedienung, Service allgemein)**

- (sehr) höflich  mittelmäßig  eher unhöflich |  schnelle Bedienung  mittelmäßig  eher langsam |  (sehr) serviceorientiert  mittelmäßig  eher nicht serviceorientiert

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**- Auswertungsfragebogen zu den soziokulturellen Zentren in Potsdam -  
LINDENPARK**

**Veranstaltung:** \_\_\_\_\_ **Datum:** \_\_\_\_\_

**offizieller Beginn:** \_\_\_\_\_ **Ende:** \_\_\_\_\_ **Besuchszeitraum :** \_\_\_\_\_

**① Veranstaltungstyp:**

- Konzert  Lesung  Ausstellung  Party  Filmveranstaltung  Wettbewerb  
 Diskussion/Künstlergespräche  Festival

**② Veranstaltungsformat:**

- Einzelveranstaltung (nur 1 Genre)  
 Reihe:  wöchentlich  monatlich  vierteljährlich  halbjährlich  jährlich  
 übergreifende Veranstaltung (Kombination mehrerer Genre)  
 neues Format: \_\_\_\_\_

- Saal  Salon  Keller  Open-Air  Skatepark  Spielplatz

**③ Besucherzahl:** \_\_\_\_\_

**④ Auslastung:**  0-20%  20-40%  40-60%  60-80%  80-100%

**Anmerkungen** (z.B. Parallelveranstaltungen): \_\_\_\_\_

**⑤ Wie ist die Altersstruktur der Besucher der Veranstaltung?**

- Kinder (0-13 Jahre)  Jugendliche (14-17 Jahre)  junge Erwachsene (18-26 Jahre)  
 mittlere Erwachsene (27-49 Jahre)  ältere Erwachsene (ab 50 Jahre)

Hier sind Kennziffern bei den vorhandenen Kategorien je nach Anteil zu vergeben:

1 = dominante Altersgruppe(n) vor Ort, 2 = kaum/wenig vorhandene Altersgruppe

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑥ Preisstruktur der Veranstaltung:**

Eintritt VVK: \_\_\_\_\_ € Abendkasse: \_\_\_\_\_ € Spätkasse: \_\_\_\_\_ € ermäßigt: \_\_\_\_\_ €  Kein Eintritt

**Anmerkungen** ( Anmerkungen z.B. HappyHour): \_\_\_\_\_

**⑦ Mit welchen Mitteln wird die Veranstaltung beworben?**

- Flyer, Postkarte  Plakate  Homepage  Facebook lokale Medien:  Events  Friedrich  PNN  MAZ

**Anmerkungen** (z.B. illegale Plakatierung; nationale oder internationale Acts mit größerem PR-Aufwand):

---

**⑧ Welchen Charakter hat die Veranstaltung?**

- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Kinderarbeit (0-13 Jahre)
- spartenübergreifend mit Schwerpunkt auf Jugendarbeit (14-17 Jahre)
- Einbeziehung von:  Sozialelementen  Umweltelementen  Bildungselementen  
 gesellschaftlich relevante Themen
- Partizipationsmöglichkeiten, beteiligungsorientierte Kulturpraxis
- Schwerpunktbildung in Bezug auf politische Bildung und demokratische Praxis
- Förderung kreativer Eigentätigkeit und Vermittlung zwischen professioneller und selbst organisierter Kunstproduktionen und kulturellem Schaffen
- niedrigschwelliges Angebot: ■ Preis: \_\_\_\_\_  
■ räumliche Barrieren (Zugang zur VA): \_\_\_\_\_  
■ sozial-psychologische Barriere: \_\_\_\_\_
- Unterhaltung  Avantgarde/experimentell/elitär  Nischenkultur/Fachleute
- Einnahmeaspekt steht im Vordergrund

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑨ Wie präsentieren sich die Besucher? (Selbstdarstellung)**

Gewichtung mit 1=dominant und 2= kaum vertreten

- leger  trendy  elegant  punk  fetisch

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**⑩ Wie lässt sich die Stimmung auf der Veranstaltung beschreiben?**

- Sehr gute, ausgelassene Stimmung  gute Stimmung  teils, teils  schlechte Stimmung
- teilweise aggressive Stimmung

**Eindruck der kommunikativen Atmosphäre** (kommunikativ, aufgeladen, jeder für sich etc.)

---

**11. Wie ist die Einlasspolitik des Hauses (Einlasspersonal/Security)?**

- strenge Kontrolle (Abtasten von Körper und Taschen)  Taschenkontrolle  Ausweiskontrolle
- keine Einlasskontrolle ■ Atmosphäre am Eingang/Freundlichkeit: \_\_\_\_\_

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

**12. Wie ist die Kundenfreundlichkeit des Personals? (Höflichkeit, Bedienung, Service allgemein)**

(sehr) höflich  mittelmäßig  eher unhöflich |  schnelle Bedienung  mittelmäßig  eher langsam |  (sehr) serviceorientiert  mittelmäßig  eher nicht serviceorientiert

**Anmerkungen:** \_\_\_\_\_

## **7.3 Besuchte Veranstaltungen**

### **Archiv**

#### Freizeitangebote:

B-Day Party: Offener Treff (Billard, Kicker, Kneipe, Bar, Kartenspielende) am 21. Mai 2011

Offenes Atelier am 20. Juni 2011

#### Lesungen:

Schementhemen am 25. Juni 2011

#### Party/Disco:

80er Jahre Party, am 11. Juni und 09. Juli 2011

Archiv-Nacht am 02. Juli 2011

### **freiLand**

#### Eröffnungsveranstaltung:

Besucht am 15. Mai und 16. Mai 2011

#### Festivals:

HipHop'n Youth Culture Festival 15. Juli 2011

### **Lindenpark**

#### Events/Festivals:

„Außenbeobachtung/Eindrücke“ Psychomania am 11. Juni 2011

#### Für Kids:

Spielplatzbeobachtung am 25. Juni 2011 (Eindrücke gesammelt)

#### Skater:

Summer Slam Skatercontest am 25. Juni 2011

#### Konzerte:

Dusk plays Radionhead unplugged am 17. Juni 2011

Götz Widmann am 23. Juli 2011

Music Supercup 2011 am 18. Juni 2011

Nur die Harten komm' in Park am 27.Mai 2011

Sonstiges:

Public Viewing: Frauenfußball WM am 26. Juni 2011

Workshops/Kurse:

FeZ Phantasiereisen am 27.Juli 2011

FeZ (Flitze)Bogen am 27.Juli 2011

**Waschhaus**

Kino:

Der Auftragslover am 11. Juli 2011

Kunst:

Red Wall Ausstellungseröffnung am 5. Juli 2011

Lesungen:

Peter Zudeick „Ich bejahe die Frage mit Ja“ am 16. Juni 2011

David Vann „Im Schatten des Vaters“ am 08. Juni 2011

Unerkannt durchs Freundesland 4. Mai 2011

Oxymoron:

Work out am Montag (11.Juli 2011) 20.30Uhr

Partys:

Ruby's Weekend am 5. Juli 2011

Bad Taste am 1. Juni 2011

Firestarter am 4. Juni 2011

Rubys:

Konzert:

Kim Nixon am 21. Juni 2011

Beckmaakon am 24. Mai 2011

Open Rubys am 28. Juni

Club:

24. Mai 2011

21. Juni 2011

9. Juli 2011

Sonstiges:

Stadt für eine Nacht am 9. und 10. Juli 2011

Zum weißen Rössl (Musical) am 21.Mai 2011



## Tanz:

Oxymoron, Work out am Montag (11.Juli 2011) 20.30Uhr

### **7.4 Begriffe**

#### **Avantgarde:**

- Künstlerische Entwicklungen, welche nicht Mainstream sind werden präsentiert
- Starke Orientierung an Fortschrittlichen, heben sich vom Vorherrschenden Normen ab
- Musik: "Als Avantgarde wird Musik bezeichnet, die sich so weit vom Mainstream entfernt, dass sie in ihrer Andersartigkeit als experimentell empfunden wird." Oder "Die avantgardistische Kunst tritt vor allem als antibürgerliche, bewusst provokante, betont innovative sowie stark selbstreflexiv orientierte Kunst auf."
  
- die Aufgabe, im Dienste eines emphatischen Fortschrittsglaubens Neue Ideen unter den Menschen zu verbreiten.
  - bei den Futuristen: Künstler wollen damit ihr "vorgeschobenes" Bewusstsein, eine informelle Zusammengehörigkeit und ein spezifisches Kunstwollen definieren, welches sich gegen die Macht der Traditionen und einen selbstgenügsamen Ästhetizismus wendet
- A. gilt heute als Sammelbegriff, der für unterschiedliche Künstlergruppen und Kunstrichtungen, die eine programmatisch fixierte Kunstabsicht und die Frontstellung gegen den etablierten Kulturberieb verbindet. Gegen Kommerzialisierung, agiert Publikums- und Marktverachtend und Rücksichtslos gegenüber dem gängigen Geschmack. Die A. ist heute kommerzialisiert und akademisiert. Avantgardistische Kunstwerke sind sind längst Aktivposten des Kunstmarktes und Glanzstücke der Museen.

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

#### **Gesellschaftlich relevante Themen:**

- Aktuelle Themen und Diskussionen, welche für alle Bürger oder eine bestimmt Gruppe wichtig scheinen, werden abgehandelt
- Bezug zu Allgemeine Interessen

#### **Kommerz:**

- Die Unterordnung von ideellen, kulturellen Werten unter ökonomische Interessen
- massenwirksame Inszenierungen, internationale Starsysteme oder Versuche, so etwas wie künstlerische oder "kulturelle" Marken zu prägen, treten in den Vordergrund

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

#### **niedrigschwelliges Angebot:**

Zugang zu Kunst und Kultur erleichtern

- Räumliche Barrieren: Erreichbarkeit, Ambiente, einladender Eingangsbereich
- soziale-psychische Hürden: Zwischenmenschliche Beziehungen, wie wird der Besucher aufgenommen, Freundlichkeit, Kleidung
- preisliche Gestaltung: Eintritt, Preise für Speisen und Getränke

#### **Nischenkultur** (Subkultur):

- Abgrenzung von der „herrschenden“ Hochkultur
- Die Ausgrenzung zu dominant gesetzten Kulturen (bürgerliche Hochkultur vs. Bohème, Hochkultur vs. Alltagskultur/Arbeiterkultur/Massenkultur). S.en negieren somit jene gesamtgesellschaftlichen Normen die durch Establishment und kompakte Majoritäten bestimmt und z.B. durch Schule vermittelt werden. S.en setzen die Entstehung sozialer Gruppen voraus, die sich gegenüber anderer Gruppen abgrenzen, und ein eigenes Selbstbewusstsein (gemeinsame Wertvorstellungen, soziale Beziehungen, gemeinsame Praktiken) entwickelt haben.

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

#### **Partizipationsmöglichkeiten:**

- eigene Interesse mit einbringen (gemeinsame Treffen, Programmmitgestaltung, Angebote auf Nachfrage)
- direkte Mitgestaltung und Beteiligung der Veranstaltung durch Besucher und Bürger der Stadt
- gestalterische Selbsttätigkeit möglichst vieler Bürger fördern

#### **reine Unterhaltung:**

- mehrdimensionaler begrifflicher Komplex, der mit Vergnügen, Genuss, Spaß, Spiel und dem Gegenteil von Langeweile in Verbindung steht. U. in einem

modernen Sinne ist gebunden an die Erscheinung der Massenkultur Ende des 19. Jh. und deren unmittelbare Verknüpfung mit Freizeitorientierung. Da U. auf Ablenkung, Entspannung und insgesamt auf angenehme Empfindungen abzielt und nicht auf kognitive Anstrengung, darf das U.s-Angebot dem Rezipienten nicht zu komplex erscheinen.

Nach Metzler Lexikon "Kultur der Gegenwart" (2000), Ralf Schnell (Hrg), Verlag J.B. Metzler (Stuttgart/ Weimar)

**Service:**

- Freundlichkeit des Personals(Lächeln, „Bitte“/“Danke“/ Begrüßung?), Schnelligkeit (evtl. in der Reihenfolge der Bedienung?) , Flexibilität und Extras (mit/ ohne Eis, Stift und Zettel zum Verleih, ...) Geduld

**Sozialelemente:**

- dauerhaft relevante Beziehungen und Alltagsfaktoren werden gestützt (Netzwerken, Austausch, Geselligkeit (Kinder zusammenbringen...)...)
- die alltägliche Lebenswelt einbezieht

**spartenübergreifend:**

- Veranstaltung in der zwei oder mehrere Genre (Bsp.: Lesung und Ausstellung, Konzert und Vernissage, Tanz mit Live-Musik) parallel oder in gegenseitiger Ergänzung statt findende



öffentlich

**Betreff:**

Umbenennung Hiroshima Platz

**Einreicher:** Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

Erstellungsdatum 16.08.2011

Eingang 902: 16.08.2011

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
31.08.2011	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		X

**Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, die Umbenennung des Hiroshima-Platzes zu veranlassen.

Der Platz erhält den Namen "Hiroshima-Nagasaki Platz".

gez. Saskia Hüneke  
Fraktionsvorsitzende

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

Ergebnisse der Vorberatungen  
auf der Rückseite

**Entscheidungsergebnis**

Gremium:

Sitzung am:

<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mit Stimmenmehrheit	Ja	Nein	Enthaltung
<input type="checkbox"/> erledigt		<input type="checkbox"/> abgelehnt		
<input type="checkbox"/> zurückgestellt		<input type="checkbox"/> zurückgezogen		

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Demografische Auswirkungen:

Klimatische Auswirkungen:

**Finanzielle Auswirkungen?**

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

**Begründung:**

Einer der beiden Steine des Hiroshima-Nagasaki Gedenkortes auf dem Hiroshima-Platz ist gestiftet und geweiht aus Nagasaki.

Immer wieder wird lediglich Hiroshima in das Zentrum des Interesses gerufen, wenn es um die Abwürfe der beiden Atombomben geht. Nagasaki findet zwar eine Erwähnung, ist jedoch weniger präsent.

Der Bürgermeister von Nagasaki, Tomisha Tauke, der auch Mitglied der Internationalen Organisation Bürgermeister für den Frieden (Mayors for Peace) ist, schrieb in seiner Grußbotschaft zur Einweihung des Gedenkortes am 25. Juli 2010:

" Am 09. August um 11.02 Uhr wurde Nagasaki durch eine Atombombe zerstört. Jetzt, wo die Kriegserinnerungen nach und nach getilgt werden und die Mehrheit der Bevölkerung aus Generationen besteht, die den Krieg nicht miterlebt haben, ist es immer wichtiger, über die Kriegs- und Atombombenerinnerungen weiter zu erzählen und die Wichtigkeit des Friedens erneut zu erkennen."

Die Stadtverordneten und der Oberbürgermeister erfüllen damit auch den Wunsch von Prof. Hideto Sotobayashi, einem Überlebenden der atomaren Katastrophe in Hiroshima, der in Nagasaki geboren ist.



öffentlich

**Betreff:**

Seebühne des Hans Otto Theaters

**Einreicher:** Fraktion DIE LINKE

Erstellungsdatum 17.10.2011

Eingang 902:

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
02.11.2011	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		

**Beschlussvorschlag:**

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, für die Seebühne des Hans Otto Theaters am Tiefen See alle Voraussetzungen für die Planung und Finanzierung im städtischen Haushalt zu schaffen, damit die Nutzung im Jahr 2013 gesichert werden kann.

Die Stadtverordnetenversammlung ist dazu mit der Beschlussfassung zum Haushalt 2012 zu informieren

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

Ergebnisse der Vorberatungen  
auf der Rückseite

**Entscheidungsergebnis**

Gremium:

Sitzung am:

<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mit Stimmenmehrheit	Ja	Nein	Enthaltung
<input type="checkbox"/> erledigt		<input type="checkbox"/> abgelehnt		
<input type="checkbox"/> zurückgestellt		<input type="checkbox"/> zurückgezogen		

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Demografische Auswirkungen:

Klimatische Auswirkungen:

**Finanzielle Auswirkungen?**

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

**Begründung:**

Im Sommer 2011 ist öffentlich mitgeteilt worden, dass die Seebühne des Hans Otto Theaters im Sommer 2012 ihren Betrieb aufnehmen wird. Das Repertoire stand bereits fest. Jetzt ist durch die Verwaltung übermittelt worden, dass eine Investition für die Seebühne 2012 nicht erfolgen wird. Um das Projekt dennoch zu sichern und damit den Kulturstandort Schiffbauergasse weiter zu profilieren, soll für das Jahr 2013 die Realisierung beschlossen werden und dazu alle Vorkehrungen planerischer und finanzieller Art getroffen werden.