

I. Zielsetzung der Arbeit

In der BA-Arbeit soll ein Konzept erstellt werden, das versucht, urbane Subkultur zu mobilisieren, indem ein mobiles Event entwickelt wird, das sich zur Aufgabe macht, Lebensqualität und eine anregende Atmosphäre in den öffentlichen Raum verschiedenster Regionen zu bringen, indem ein alternatives Kulturangebot geschaffen wird und so selbstorganisierte Kulturprojekte vernetzt, gestärkt und motiviert werden können, sich aktiv an Gesellschaftsprozessen zu beteiligen.

II. Theoretischer Bezugsrahmen

Der theoretische Bezugsrahmen bildet ein Fundament aus Themengebieten für die Projektidee.

Die Fokussierung auf die Chancen urbanen Lebens leitet die Grundlagenerarbeitung ein und zeigt die Potentiale auf, die letztendlich im mobilen Eventkonzept vermittelt werden sollen. Die Thesen zur Stadtkultur verdeutlichen, dass durch das Aufeinanderprallen diverser Lebensstile eine Kulturform entsteht, die nicht in einer Normkultur definiert werden kann, sondern sich in verschiedene Subkulturen aufteilt. Durch diese Vielfalt in metropolitanen Städten entsteht eine kreative Dynamik mit großem Ausmaß, die neue Denkweisen und Innovationen ermöglicht und Kultur als zentralen Faktor einer geistigen, politischen und wirtschaftlichen Entwicklung versteht. Aus den verschiedensten urbanen Lebensstilen entsteht ein enormes Potential an kultureller Produktivität.

Aus der Perspektive „Die Stadt als Nährboden für was Neues“ wird diese kulturelle Produktivität beleuchtet. Die Ausführungen zur Gentrifizierungs-Debatte zeigen, wie marginalisierte Gruppen in Form von Subkultur höchst qualitative Lebensräume produzieren, wenn sie miteinander in Austausch kommen. Der Diskurs um das Verständnis von Kultur hin zu Transkulturalität erläutert die veränderte Auffassung heutiger Kulturen, um auf die Stärken und Entwicklungschancen einer sich immer mehr vermischenden Kultur hinzuweisen. Transkulturelle Phänomene zeichnen sich in urbanen Subkulturen als Nischenprodukt einer heterogenen Gesellschaft ab und veranschaulichen eine mögliche, lebenswerte Gesellschaftsform. Was macht diese urbane Subkultur aus? Subkultur verstanden als Teil der Hochkultur macht die Bedeutung dieser zeitgenössischen Kulturströmung bewusst und

Mobiles Eventkonzept zur Stärkung urbaner Subkultur
Zusammenfassung der BA-Thesis von Christoph Matenaers

fordert das Recht auf eine angemessene Unterstützung und Förderung ein. Dabei sind Ansätze mobiler Kulturvermittlung besonders naheliegend aber auch effizient, leistungsstark und flexibel. Unterwegssein bedeutet im besten Sinne: Begegnung, Austausch, Voneinander lernen, Miteinander feiern, in Fremdes eintauchen und in anderen Kulturen heimisch werden – Kultur nicht mehr als Abgrenzung, sondern als integrativer Weg des Nomaden.

Bedingt durch den demographischen Wandel und Migration wird sich die Gesellschaft verändern. Das europäische Statistikamt Eurostat geht davon aus, dass bis 2030 für drei Viertel aller europäischen Regionen die Zuwanderung der einzig mögliche Wachstumsfaktor sein wird. Durch die Etablierung einer umfassenden Anerkennungs- und Willkommenskultur könnte durch Migration der demographische Wandel umgelenkt werden – hin zu einer kulturell heterogenen Gesellschaft. Toleranz und Weltoffenheit sind daher Standortfaktoren für zukünftige Unternehmen und hochqualifizierte internationale Arbeitskräfte. Durch die Vermittlung von Subkultur könnte diese Entwicklung unterstützt werden.

Am besten erreicht man Menschen in ihren Lebensräumen, an den Orten, wo sie leben und gleichzeitig Öffentlichkeit stattfindet. *„Die europäische Stadt ist durch den öffentlichen Raum definiert. Ohne öffentlichen Raum ist Stadt für uns nicht vorstellbar. Die unterschiedlichen sozialen und ästhetischen Qualitäten ihrer öffentlichen Räume prägen den Charakter europäischer Städte stärker als ihre topografischen Eigenarten oder die Besonderheiten ihrer Bautypologien* (REIB-SCHMIDT, 2011, S. 1).

Der öffentliche Raum als Plattform für Interaktionen und soziales Leben in der Gesellschaft – ein Raum, der das Leben in der Stadt attraktiv macht, bildet somit ein ideales Einsatzgebiet für das mobile Eventkonzept.

Der historische Rückblick auf Events im öffentlichen Raum zeigt, wie sich eine Eventkultur schon seit Beginn der Stadt in der Antike entwickelt hat, welche Bedeutungen und Auswirkungen Events haben, und wie der öffentliche Raum durch sie inszeniert, benutzt oder auch kommerzialisiert wird.

Wie Menschen verzaubert werden, wie mobile Events inszeniert werden, verdeutlichen die verschiedenen Beispiele. Wie durch ein liebevolles Ambiente ein „Wohlfühlort“ der sozialen Durchmischung entsteht, veranschaulicht das Beispiel KJOSK aus Berlin Kreuzberg. Dass kommerzielle Unternehmen wie Puma oder Red Bull auch auf mobile Eventsysteme setzten, dokumentiert, wie gut dieses Tool Menschen erreicht.

III. Die konzeptionelle Ausarbeitung

Die konzeptionelle Ausarbeitung des mobilen Eventkonzepts stellt sich den verschiedenen gesellschaftlichen Entwicklungen, Trends und Zukunftsprognosen aus dem ersten Teil dieser Arbeit: ein Eventmobil, das durch ein integriertes Cafe, Veranstaltungstechnik und das Personal aus Musikern und Veranstaltern ein mobiles Festival in den verschiedenen öffentlichen Räumen verschiedener Regionen temporär anbieten kann, um eine Plattform für Subkultur da zu schaffen, wo sie Verstärkung braucht. Durch das Programm, das lokale Akteure miteinbindet, soll die selbstorganisierte Kulturarbeit aktiviert und kurzgeschlossen werden.

Es ist ein mobiler Katalysator im Lebensraum Stadt, der zur Partizipation an der Gesellschaft animieren soll, um sie bunter, facettenreicher und lebenswerter zu machen.

Durch ein begleitendes, interaktives, internetbasiertes soziales Netzwerk sollen Kulturschaffende, Kulturvermittler und Kulturveranstalter eine optimale Plattform zur besseren Übersicht, so wie zur leichten und schnellen Kommunikation erhalten.

Die Entschlüsselung des Titels der Arbeit klärt die Fragen warum mobiles Event, warum urbane Subkultur und warum Stärkung.

Das Einsatzgebiet ist der öffentliche Raum, um direkt im Lebensraum der Gesellschaft, nahe bei den Menschen zu sein. Den kulturellen, politischen, gesellschaftlichen und bildenden Herausforderungen stellt sich das Konzept, indem auf eine Wohlfühl-Atmosphäre gesetzt wird, in der eine soziale Durchmischung stattfinden kann.

IV. Die praktische Umsetzung

Der praktische Teil der Arbeit liefert ganz konkrete Realitätsbezüge für das Konzept. Der bibermovement e.V. als organisatorischer und künstlerischer Rahmen bildet das je nach Gegebenheiten erweiterbare Fundament des mobilen Eventkonzepts. In der Drei-Säulen-Struktur des Vereins wird besonders Wert auf einen Dialog zur Kulturvermittlung gelegt, sowie auf innovative, kreative Projekte, die sich der Zielsetzung des Vereins verschreiben.

Die konkreten Fragen wie Mittel beschafft werden können, wieviel Geld benötigt wird, und welche konkreten Förderadressen es gibt, werden beantwortet, um der Realisierung einen Schritt näher zu rücken. Die Kulturstiftung des Bundes z. B. hat in ihren Förderrichtlinien sehr enge Parallelen zu diesem Konzept. Gerade über das Tool des Fundraising können

Mobiles Eventkonzept zur Stärkung urbaner Subkultur
Zusammenfassung der BA-Thesis von Christoph Matenaers

Sachleistungen generiert werden, da für die spendenden Akteure (kommerzielle Anbieter von Sach- oder Dienstleistungen) es einfacher ist, einer Organisation seine Leistung billiger oder kostenlos anzubieten, als den entsprechenden finanziellen Gegenwert zu spenden (Vgl. URSELMANN, 2007).

Die Projektpartner sind für das Projekt von enormer Bedeutung, da sie direkte Akteure der internationalen Kunst- und Kulturströmung sind. In ihren Portraits wird deutlich, dass sich ihre Zielsetzung in der des mobilen Eventkonzepts wiederfinden lässt – so entwickelt z.B. das Goethe Institut Konzepte für eine *durch Verständigung humanere Welt, in der kulturelle Vielfalt als Reichtum* erkannt wird, Funkhaus Europa wendet sich an ein *heterogenes kosmopolitisches, urbanes Publikum aller Altersklassen*, das an Internationalität und Vielfalt interessiert ist, und der Intendant des Haus der Kulturen in Berlin will *mit den Mitteln der Kunst und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung den Blick für die neuen Fragen unserer Zeit öffnen*.

Durch Projektpartnerschaften entstehen Synergien, die ihre Produktionen in einem mobilen Konzept vermitteln.

Die Organisationspartner wie Kulturämter, lokale Kulturschaffende, ASTA und Schülervertretungen sind unabdingbar für die konkrete Eventdurchführung. Durch sie entsteht ein direkter Kontakt zu den Einsatzgebieten und deren spezifischen Nachfrage etc..

Die Programmgestaltung aus Musikveranstaltung, spartenübergreifender Kunstprojekte sowie Literatur, Theater und Medienprojekte bindet lokale Akteure interaktiv mit ein.

Der Schwerpunkt wird auf Vielfältigkeit, Facettenreichtum und Grenzüberschreitung gelegt, um Andersartigkeit und Fremdheit vertrauter zu machen.