

The cover features a vibrant, multi-colored border composed of various geometric shapes like triangles and rectangles in shades of orange, green, blue, yellow, purple, and red. The main title 'ART' is rendered in large, bold, block letters, each filled with a different color from the border palette. Below it, the subtitle 'NO STOP' is written in a clean, black, sans-serif font.

ART

NO STOP

**KUNST UND DIE SOZIALE WELT.
NEUE MODELLE AKTIVER
BETREUUNG IN GEMEINSCHAFTEN**

HANDBUCH FÜR SOZIALARBEITER



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



INHALTSVERZEICHNIS

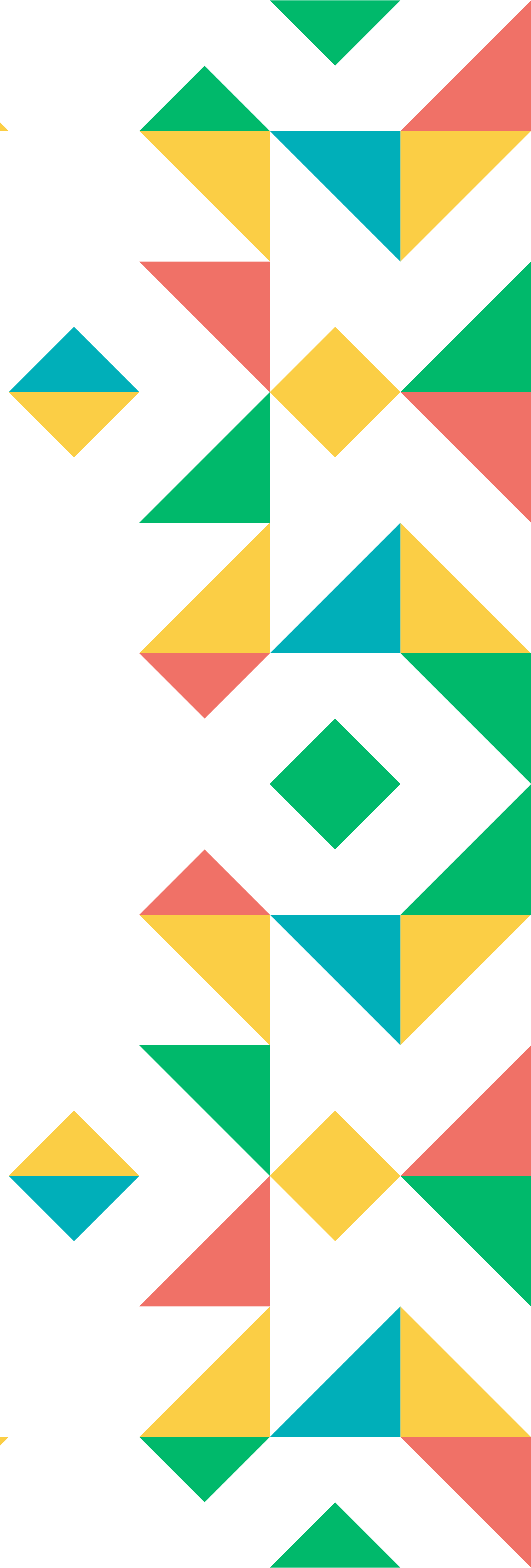
- 1. EINFÜHRUNG**
- 2. DIE GESCHICHTE SOZIALER PRAKTIKEN**
- 3. FORSCHUNGS ERGEBNISSE**
- 4. ROLLEN KÜNSTLERISCHER VERANSTALTUNGEN
& SOZIALER ORGAS**
- 5. TRANSFORMATION DES SZENISCHEN RAUMS**
- 6. PROJEKTENTWURF**
- 7. PLANUNG DER PRODUKTION EINER
VERANSTALTUNG**
- 8. MARKETING UND KOMMUNIKATION**
- 9. GENDER UND DIVERSITÄT IN DER KUNST**
- 10. ÜBUNGEN**
- 11. BEISPIELE GUTER PRAXIS**

1. EINFÜHRUNG

Diese Anleitung wurde entworfen, konzipiert und verfasst für alle Organisationen, die im Bereich Unterstützung schutzbedürftiger Personen tätig sind und über Räumlichkeiten verfügen, die für kreative Wohnprojekte sowie Organisation und Durchführung von künstlerischen Veranstaltungen genutzt werden können. Wir betrachten dieses Handbuch als Werkzeugkasten, den soziale Fachkräfte (Pädagog*innen, Sozialarbeiter*innen, Community Koordinator*innen, Psycholog*innen usw.) verwenden können, um informelle Lernpraktiken und Arbeitsintegration für die in ihren Einrichtungen untergebrachten vulnerablen Personen zu entwickeln.

Hinter den Kulissen geht es darum, soziale Innovation zu verbreiten, indem die offenen oder ungenutzten Räume von Sozialeinrichtungen in Orte verwandelt werden, an denen Kunst zu einer Chance für ein Leben der Gemeinschaften selbst und deren Bewohner wird. Mit der gleichen Methodik werden einige der Ziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen verfolgt und wirksam unterstützt:

- den Kampf gegen Armut, einschließlich Bildungsarmut;
- die Bekämpfung von Hunger, die Sicherstellung der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit des Projekts sowie der Menschen in den beteiligten Gemeinden;
- Förderung des psychischen Wohlbefindens;
- hochqualifizierte nicht-formale Bildung;
- aktive Partnerschaften, zum Erreichen gesetzter Ziele



1.1 DAS PROJEKT ART NO STOP


Die von uns vorgeschlagenen Praktiken sind Ergebnisse des Erasmus+ ART NO STOP-Projekts, welches auf den Erfahrungen derjenigen beruht, die während des Lockdowns in den Gastgemeinden gearbeitet haben. Diese haben die Einschränkungen erlebt, die sich aus der Tatsache Lernaktivitäten und soziale Interaktionen reduzieren zu müssen ergaben. In diesem historischen Kontext nahm eine der Partnerorganisationen des Projekts acht Monate lang Straßenkünstler auf, die in Wohnmobilen in den externen Bereichen ihres Anwesens untergebracht waren. Diese Künstler nutzten die Zeit der völligen Stilllegung künstlerischen Aktivitäten, um kreative Ansätze zu entwickeln. Die Aufnahme von Künstlern entstand aus einer Perspektive der gegenseitigen Unterstützung von befreundeten Künstlern, die in einem historischen Moment wie der Pandemie plötzlich ihre gesamte Arbeit einstellen mussten und sich praktisch ohne wirtschaftliche Mittel und Unterkunft wiederfanden. Andererseits war es auch eine sehr harte Zeit für betreute Wohngemeinschaften, in denen Menschen mit zahlreichen Problemen zusammenleben. Durch die Notwendigkeit, externe Beziehungen sogar zu engen Familienmitgliedern, zu unterbrechen und die Nervosität der Sozialarbeitern wurde Zusammenleben einer jeden Gemeinschaft auf die Probe gestellt.

einer jeden Gemeinschaft auf die Probe gestellt. Die vorgeschlagene Methodik entstand auch aus dem Vergleich mit den Realitäten der Niederlande und Deutschlands, die durch die Projektpartnern deren Ländern gut vertreten werden. Dort ist das Integrationsmodell bereits weiter fortgeschritten als bei uns und das sozialpädagogische Personal verfügt über grundlegende Kompetenzen in künstlerischen Aktivitäten, die Empowerment und Psychotherapie fördern, da diese in den Lehrplänen der Universitäten für spezifische Berufe als Curricular-Fächer enthalten sind.

1.2 MODELL FÜR INTERVENTIONEN

Unser Ansatz bestand darin, Menschen aus schwierigen Verhältnissen aufzunehmen. Wenn wir an Wohn-Pflege-Gemeinschaften denken, gibt es drei Merkmale, die wir unbedingt beibehalten müssen.

Zuallererst streben wir danach, sicherzustellen, dass eine in der Gemeinschaft aufgenommene Person nicht das Gefühl hat, versagt zu haben. Wir möchten, dass diese Person das anfängliche Gefühl des Scheiterns überwindet, das oft mit ihrer Ankunft einhergeht. Dieses Gefühl, das oft in ihrem Blick erkennbar ist, sollte sich in eine positive Perspektive auf ihre neue Situation verwandeln.



Zweitens streben wir danach, den Menschen Möglichkeiten zu bieten, die sie sowohl in ihrem persönlichen als auch in ihrem beruflichen Leben unterstützen. Wir sind der Meinung, dass sich die Aufnahmezeit an einem sozialen Ort nicht nur auf soziale Notmaßnahmen beschränken sollte. Sie sollte auch Fähigkeiten und Lebensperspektiven vermitteln, die das Leben des Einzelnen bereichern. Metaphorisch möchten wir es als ein Trampolin-Netz beschreiben, das bereit ist, diejenigen zu unterstützen, die sich in Schwierigkeiten befinden, die durch einen unerwarteten Ausrutscher oder einen unbedachten Sprung ins Ungewisse fallen. Aber gleichzeitig auch bereit ist die aufgenommenen Personen mit Tatkraft und Sicherheit in eine andere Zukunft zu führen.

Drittens: Unser Projekt ist auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Ein qualitativ hochwertiges Projekt sollte auf Dauer Bestand haben und alle Aspekte abdecken, die für uns mit dem Wort Nachhaltigkeit verbunden sind, d. h. wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit. Die soziale Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Pfeiler all unserer Maßnahmen, da jede Intervention zur Stärkung der Rechte der Menschen beitragen muss. Es ist kein Zufall, dass das Konzept der sozialen Nachhaltigkeit seinen ersten rechtlichen Schutz in den Menschenrechtserklärungen findet. Zu diesem Zweck ist es wichtig, bei jeder Aktivität die wirtschaftlichen und sozialen

Hindernisse zu verringern, die den Zugang zu den angebotenen Dienstleistungen und Möglichkeiten der persönlichen Entwicklung einschränken. Die Teilnahme an den Aktivitäten muss für alle gewährleistet sein, nicht nur als Nutzer der durchgeführten Maßnahmen, sondern auch als aktive Bürger im Hinblick auf die Entwicklung einer dynamischen Politik. Für uns ist aktive Beteiligung auch für die Menschen, die wir aufnehmen, von grundlegender Bedeutung, denn sie müssen an den Organisations- und Verwaltungsprinzipien beteiligt werden. Dieser Prozess sollte konkreten Bedürfnissen der aufgenommenen Personen gerecht werden und zur Entwicklung von Resilienz-Faktoren beitragen. Die ökologische Nachhaltigkeit ergibt sich aus der Notwendigkeit, Eingriffe zu gewährleisten, die im Einklang mit den Prinzipien des Umweltschutzes und der nachhaltigen Ernährung stehen.

Jeder Eingriff wird im Einklang mit diesem Prinzip gestaltet und ist in den letzten Jahren Teil der Bildungsprogramme für die in die Gemeinschaft aufgenommenen Personen geworden. Dabei werden auch einfache Strategien gefördert, einschließlich:


- Einstellung von Einwegplastikprodukten
- Engagement für erneuerbare Energiequellen und effiziente Nutzung von Ressourcen



- optimales Abfallmanagement
- Recycling von wiederverwendbaren Waren durch Reparatur, Umgestaltung und kreative Recyclingaktionen
- Förderung von nachhaltiger Mobilität
- Einführung von Praktiken, die auf Grundsätzen der Kreislaufwirtschaft beruhen
- Erhaltung und Schutz von Territorien und biologischer Vielfalt
- Produktion von Lebensmitteln aus ökologischem Landbau.

Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit nimmt in vielen europäischen Ländern zu. Dieses Thema bekommt viel Aufmerksamkeit, teilweise aufgrund von Mangel an Ressourcen der öffentlichen Verwaltungen und teilweise aufgrund eines unverhältnismäßigen Anstiegs der Interventionsanfragen, insbesondere nach der Pandemie, die unsere Bevölkerung und Wirtschaft beeinträchtigt hat. Wir stellen uns immer mehr die Frage nach der Notwendigkeit, den aufgenommenen Personen einen hohen qualitativen Standard der sozialen Betreuung zu bieten, stoßen jedoch auf den Wunsch der öffentlichen Verwaltungen, die Kosten für die Unterbringung zu reduzieren, da diese als nicht nachhaltig angesehen werden. Zum Beispiel sind kleine Gemeindeverwaltungen in Italien nicht in der Lage, die Kosten für die Wohnunterbringung von Minderjährigen oder alleinerziehenden Frauen zu decken,

die eine Unterbringung benötigen. Dabei stehen sie vor der Herausforderung, angemessene Maßnahmen zu ergreifen, die den Bedürfnissen gerecht werden, ohne jedoch das wirtschaftliche Gleichgewicht und somit die Gesamtverwaltung zu gefährden. Wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist daher ein wesentliches Element unserer Aufnahme-Projekte. Das Personal der Gemeinschaften ist darum bemüht, Lösungen zu finden, die die Qualität der vorgeschlagenen Maßnahmen sicherstellen können. Die in diesem Bericht vorgeschlagene Methodik sieht die Möglichkeit vor, kostengünstige formale und informelle Schulungsmaßnahmen im künstlerischen Bereich für die Gäste der Gemeinschaften oder Aufnahmeeinrichtungen anzubieten. Diese Schulung bezieht sich nicht nur auf künstlerische Darbietungen, sondern vor allem auf alles, was mit kreativer Orten zu tun hat: Kostüme, Bühnenbild, Licht, Klang usw.




1.3 HYBRIDISIERUNG ZUR INNOVATION


Ein Schlüsselwort unserer Interventionsstrategie zugunsten des beschriebenen Modells ist Hybridisierung. Wir glauben, dass die Erreichung der von uns gesetzten Ziele nur möglich ist, indem wir die Welt der sozialen Gastfreundschaft mit der Welt der Kunst, des Tourismus, des Umweltschutzes, des ehrenamtlichen Engagements und des Geschäftslebens hybridisieren.

Seit Jahren betrachten wir unsere Gemeinschaften nicht mehr als abgeschlossene Blase, als geschützten und abgesonderten Raum, sondern als einen gemeinsamen Raum, der von einer bewussten, verantwortungsbewussten und aktiven Bürgerschaft gemeinsam verwaltet wird. Die kontinuierliche Suche nach Strategien und Methoden, die auf soziale Gemeinschaften die diesen Anforderungen entsprechen, angewendet werden können hat uns dazu geführt, dieses angewandte Forschungsprojekt zu entwickeln, um einen neue Bausteine für ein Modell zu schaffen, das sich im Laufe der Jahre entwickelt hat und einen Unterschied im Leben von hilfsbedürftigen Menschen macht. Die Anwendung der in diesen Seiten vorgeschlagenen Methodik wird es ermöglichen, die notwendigen Elemente für die Durchführung von künstlerischen Aktivitäten und

Veranstaltungen zu erlangen, bei denen Community Bewohner beteiligt sind. Damit diese methodische Vision Wirklichkeit wird, ist es entscheidend, dass das Personal der Unterstützungsgemeinschaft auf diese Möglichkeit vorbereitet ist. Dies ermöglicht es, die Nutzung von Gemeinschaftsräumen durch Künstler als echte Gelegenheit für aktives informelles Lernen zu sehen und den emotionalen Wert anzuerkennen, den Kunst an jedem Ort mit sich bringt.

Es betont auch den Wert einer Ausbildung, der sich über verschiedene Tätigkeitsbereiche erstreckt und somit immer mehr Möglichkeiten zur sozialen und beruflichen Integration für diejenigen bietet, die in den Gemeinschaften leben. Wir sprechen von Hybridisierung, weil es äußerst wichtig ist, dass die Personen, die wir aufnehmen, andere Welten sehen können als die der Straßen in ihrem eigenen Viertel. Oft ist es aus pädagogischer Sicht schwierig, jemanden, der schon immer in einem Umfeld der Bildungsarmut gelebt hat, dazu zu bringen, über den eigenen begrenzten Horizont hinauszublicken. Die Situation ist jedoch anders, wenn das Gegenteil eintritt: Wenn die anderen Welten in den Raum derer eintreten, die wir aufnehmen. Wir haben festgestellt, dass beispielsweise die Einladung eines Buchautors in die Gemeinschaft, Neugierde und Wunsch an Beteiligung hervorruft. Allerdings ist es eine andere Sache, die Frauen derselben





Gemeinschaft dazu zu überreden, zum ersten Mal an einer Buchvorstellung teilzunehmen. Was wollen wir damit sagen? Sicherlich schlagen nicht vor eine geschlossene Welt innerhalb der Aufnahmeeinrichtungen zu schaffen. Im Gegenteil wollen wir Brücken zwischen bekannten Welten und unbekanntem Räumen bauen, in denen das Kennenlernen von etwas aus der unbekanntem Welt hilft uns, diejenigen, die wir aufnehmen, dabei zu unterstützen, diese Brücke zu überqueren.

1.4. DIE KUNST DER SOZIALEN HYBRIDISIERUNG

Wir denken, dass dieses Projekt die Fähigkeit hat, zu erkennen und zu verbreiten, dass jeder aufgenommene Künstler eine Reihe bunter Pinselstriche auf die Leinwand der Aufnahmeeinrichtungen malt, eine Leinwand die mal weiß, mal grau, mal schwarz ist.

Jedes Mal, wenn ein Künstler in die Gemeinschaft kommt, ist es eine neue Farbe, die aus dem Raum eine lebendigere Welt macht.

Jedes Mal, wenn ein Künstler eine Kunst ausübt, stellt dies eine neue Möglichkeit für jemand anderen dar, sich inspirieren zu lassen und zu beteiligen.

Wir denken an die Künstler des sozialen Zirkus, die in der "Fabbrica del Farò" aufgenommen werden und immer kostenlos Kinder und Jugendliche der Gemeinschaft in allen Aktivitäten einbinden. Dabei fällt uns die kleine Irene ein, die seit zwei Jahren an den Aktivitäten teilnimmt und zum künstlerischen Leiter von Tenrock sagte: "Der Zirkus ist mein Leben".

Wir denken an Bibo, der bei FES aufgenommen wurde, und an alle jungen Marokkaner, die kostenlos an seinem Breakdance-Kurs teilgenommen haben.

Wir denken an die Künstlerin Lila, die mit ihrem Akkordeon ganze Nachmittage begleitet hat, in denen schon das Gehen durch die Korridore zu Tanzen wurde.

Wir denken an Skizzo und Carla, die während des Lockdowns aufgenommen wurden und mit ihrer Jonglage und Clownerie in einer sehr schwierigen Zeit für viel Freude gesorgt haben. Wir denken an Julian mit seiner Slackline und die Nachmittage in der Natur, die er mit den Jugendlichen unserer Gemeinschaft verbracht hat, um Formen des Gleichgewichts zu entdecken und die Metaphern, die wir während der Aktivitäten über Balance in einem schwierigen Leben gehört haben.

Und wir denken, wie wunderbar es ist, wenn Kunst das Soziale hybridisiert.



1.5 VOM THEORETISCHEN ZUM PRAKTISCHEN

Wir erkennen in diesem Interventionsmodell ein enormes Potenzial. Aus diesem Grund haben wir es im Rahmen des Projekts ausprobiert, indem wir zunächst eine telefonische und persönliche Befragung von Referenten verschiedener künstlerischer Aktivitäten durchführten, die von sozial-gesundheitlichen Strukturen geleitet wurden.

Das Ziel der Untersuchung bestand darin, qualitative statt quantitative Aspekte der bestehenden Interventionen in verschiedenen europäischen Ländern zu analysieren, um ein Grundmodell zur Erprobung und Umsetzung zu kreieren. Aus der Untersuchung und dem anschließenden Test wurde dieses Handbuch entwickelt, das theoretische und praktische Anregungen für die Anwendung des vorgeschlagenen Modells bieten soll.

Zu diesem Zweck enthält das Handbuch präzise Anweisungen zu verschiedenen Aspekten, die im Folgenden behandelt werden:

- Ausbildung und Stellenbeschreibung des sozialpädagogischen Personals;
- Formulare für organisatorische, logistische und pädagogische Aspekte;
- Vertragsformulare, in denen die Art der gegenseitigen Unterstützung zwischen dem Künstler/Unternehmen und dem Aufnahmezentrum genau festgelegt wird
- Handbuch für Künstler, um nützliche Hinweise zu den Grundregeln zu geben, die im bewohnten Raum anzuwenden sind, in Bezug auf die Räume selbst, aber vor allem in Bezug auf die Menschen, die sie täglich bewohnen.



2. DIE GESCHICHTE SOZIALER PRAKTIKEN

2.1 WIE KULTUR DABEI EINE ROLLE SPIELT

In verschiedenen Ländern existieren unterschiedliche Bezeichnungen: Gemeinschaftliche, öffentliche oder partizipative Kunst, Kulturelle Demokratie und Teilhabe, Soziokultur, Co-Kreation oder Sozialer Wandel, um nur ein paar zu nennen. Wir haben es aus verschiedenen Gründen, zu unterschiedlichen Zeiten und an verschiedenen Orten getan. Soziale Kunstpraktiken gibt es seit fünfzig Jahren oder mehr. Vielleicht sogar schon viel länger. Alles hängt davon ab, wie man Kunst definiert, und natürlich sei dabei zu beachten, dass Kunst im Laufe unserer Geschichte auf unterschiedliche Weisen definiert wurde. Einige Kunsthistoriker*innen argumentieren sogar, dass Gemeinschaftliche Kunst vor 6000 Jahren in Australien begann, wo die Aborigines bereits Kunst in ihren Communities schufen. In unserer Geschichte waren Religion und zeremonielle Rituale oft die wichtigste Motivation für künstlerisches Schaffen.

Die meisten Rituale kommen nicht ohne künstlerische Elemente aus. Natürlich ist das, was man den Göttern opfert, immer das Wertvollste, das Beste, das Schönste, das am schwersten zu Erreichende und das Kostbarste für den Menschen. Nur die wertvollsten Dinge sind es wert, den Göttern geopfert zu werden. So sind die Künste von Anfang an in unserer Kultur mit Handwerk und wertvollen Objekten verbunden gewesen. Künstlerische Objekte haben in allen Kulturen immer eine Rolle in religiösen und anderen Ritualen gespielt. Oft bestand die Rolle der Objekte darin, eine Verbindung zu übernatürlichen Kräften herzustellen. Dabei wurden und werden alle Kunstformen während religiöser Rituale genutzt: Tanz, Musik, Gesang, Poesie, manchmal Bilder und Skulpturen von Göttern oder Körperschmuck, nur um ein paar zu nennen. In gewisser Weise hat sich nicht so viel geändert. Wir feiern immer noch die wichtigsten Momente unseres Lebens - Geburt, Erwachsenwerden, Heirat und Tod - mit Tanz, Musik, Gesang, Poesie, Erzählungen und heutzutage auch mit Fotos und Videoclips.



Die Künste sind nie weit entfernt, und Rituale sind noch immer ein wichtiger Bestandteil unserer modernen Gesellschaft. Dazu gehören nicht nur gottesdienstliche Riten und Sakramente organisierter Religionen und Kulte.

Sportveranstaltungen, Halloween-Partys, Weihnachtseinkäufe usw. können ebenfalls als Rituale gesehen werden. Selbst gewöhnliche Handlungen wie Händeschütteln und Grüßen könnten als solche bezeichnet werden.



Duccio Maesta, 1311 AD

Ein anonymer Bürger von Siena beschreibt, wie eine lange Schlange aller Bürger der Stadt Siena in der Toskana das Gemälde aus dem Atelier des Malers Duccio zur Kathedrale brachte: "Am Tage, an dem die Maestà in die Kathedrale gebracht wurde, führte der Bischof eine lange Prozession von Priestern, Mönchen und Beamten der Kommune an, gefolgt von nahezu der gesamten Bevölkerung der Stadt. Alle Geschäfte waren zu diesem Tage geschlossen und die Armen erhielten zusätzliches Almosen."

Um in primitiven und vorindustriellen Gesellschaften seiner Rolle gerecht zu werden, musste Kunst für alle Mitglieder der Gemeinschaft zugänglich und verständlich sein. Wenn sie mit Religion und Ritualen in Verbindung stand, wurde ihre Rolle und Bedeutung nicht hinterfragt; sie war gewissermaßen Teil des alltäglichen Lebens. Die Dinge änderten sich, als die westliche Gesellschaft im 19. Jahrhundert einen großen Wandel durchlief.

Als Kunst während der Renaissance nicht nur religiöse Geschichten, sondern auch mächtige Personen und ihr Leben darzustellen begann, konnte sie dennoch von allen verstanden werden. Mit der industriellen Revolution änderte sich die Natur und das Wesen der Kunst. In den bildenden Künsten entstanden zum Beispiel neue, andersartige Themen wie Stillleben und Landschaft, Motive, die sich nicht auf religiöse oder mythologische Geschichten bezogen.

Die Fotografie übernahm einen Teil der Rolle der Malerei. Gemälde Motive wurden umso abstrakter, es ging um Farbe, Licht oder Ausdruck. Im frühen 20. Jahrhundert gewann künstlerische Freiheit immer mehr an Bedeutung. Kunst begann, eine neue Sprache der Freiheit zu definieren, und hinterfragte alle traditionellen Ideen.

Von diesem Moment an wuchs eine Kluft zwischen der sogenannten Avantgarde-Kunst und der traditionelleren Kunst. Infolge dessen hörten viele Menschen auf, die Sprache der modernen Künstler*innen zu verstehen.


2.2.MASSENKULTUR, 'HOCH-' UND 'SUB-' KULTUR

Beethoven oder Lady Gaga? Deine Wahl!
Hamlet oder Batman? Du entscheidest!
Eine Oper von Verdi oder ein Arctic
Monkeys Konzert? Wieso nicht beides?

Oftmals werden Kulturen nicht nur als unterschiedlich, sondern auch als ungleich betrachtet.



"Irpin 2022": Der Künstler Banksy bringt die Kunst wieder auf die Straßen mit Wandmalereien, die aktuelle Ereignisse zeigen.




Die Unterscheidung zwischen "Hoch-" und "Subkultur", welche charakteristisch für die westliche Kulturansicht in großen Teilen des 20. Jh. war, wurde oft mit sozialen Klassen in Verbindung gebracht. Hochkultur galt oft als Kultur der Elite, sie wurde als subtiler, ausgewogener, raffinierter und offener für Interpretationen im Vergleich zur Subkultur angesehen. Subkultur dagegen stand in Verbindung mit einfachen und grundlegenden menschliche Bedürfnisse und bietet einen Fluchtweg vor Problemen der realen Welt. Teilhabe an Hochkultur-Aktivitäten stand oft mit Faktoren wie dem sozioökonomischen Status und Geschmackspräferenzen in Verbindung. Wer sich zur Oberschicht zugehörig fühlte, hörte klassische Musik, las Literatur, ging ins Theater oder zu Ballettaufführungen. Subkultur wurde mit Sitcoms im Fernsehen oder populärer Musik in Verbindung gebracht. Manchmal wurde aus Subkultur Hochkultur. Teilhabe an Hochkultur-Aktivitäten stand oft mit Faktoren wie dem sozioökonomischen Status und Geschmackspräferenzen in Verbindung. Wer sich zur Oberschicht zugehörig fühlte, hörte klassische Musik, las Literatur, ging ins Theater oder zu Ballettaufführungen. Subkultur wurde mit Sitcoms im Fernsehen oder populärer Musik in Verbindung gebracht. Manchmal wurde aus Subkultur Hochkultur.

Jazzmusik z.B. galt anfangs als anstößig und wurde mit Dschungelgeräuschen verglichen. Später gehörte Jazz zur Hochkultur und galt als anspruchsvoll. Pop wurde zum Mainstream und impressionistische Gemälde, die um 1900 als abscheulich und simpel angesehen wurden, zählten sich nur ein Jahrhundert später zu den beliebtesten Gemälden in Museen weltweit. Die Theaterstücke, die Shakespeare schrieb, waren ursprünglich für die untere Klasse in England gedacht, waren jedoch von so hoher Qualität, dass es nicht lange dauerte, bis sie zur Hochkultur gezählt wurden.

2.3 KUNST UND ELITE

Lassen Sie uns zunächst einen Schritt zurück ins Mittelalter gehen, als die Kunst noch mit Sakralen in Verbindung stand. Die mittelalterlichen Künstler*innen lebten in Anonymität; ihr Status war vergleichbar mit dem anderer Handwerker*innen. Sie mussten strengen religiösen Konzepten und ästhetischen Regeln, die von der Kirche definiert wurden, folgen. Dies begann sich im fünfzehnten Jahrhundert zu ändern. Während der Renaissance wurden große kreative Fortschritte erzielt.



Individuelle Ausdruckskunst sollte über die Kollektive des Mittelalters gestellt werden. Große Künstler wie Michelangelo, Leonardo da Vinci und Botticelli fanden neue Möglichkeiten sich auszudrücken. Sie waren nicht nur großartige Künstler, sondern auch Wissenschaftler und große Innovatoren. Auch die Gesellschaft veränderte sich, der Adel und die Kirche waren nicht mehr die einflussreichsten Mächte, wenn es darum ging, Städte zu regieren. Erste Schritte hin zur Demokratie wurden genommen.

Die Rolle der Künstler*innen veränderte sich: Von den einfachen Handwerker*innen des Mittelalters, hin zum Teil der oberen Schicht der Gesellschaft, was für kommende Jahre so bestehen sollte. So wurden die Künste mit der Elite assoziiert und in Verbindung gebracht. Arme und Angehörige von Minderheiten wurden oft von der Teilhabe und daher auch von den Vorteilen ausgeschlossen, die mit der Beteiligung einhergingen ausgeschlossen.



im März 2010 lud die Künstlerin Marina Abramovic während einer Aufführung im MoMA (Museum of Modern Art, New York) Menschen ein, sich vor sie zu setzen und ihr so lange in die Augen zu schauen, wie sie wollten. Über mehr als 736 Stunden hinweg wurden mehr als 1500 Menschen von dieser Erfahrung zu Tränen gerührt

2.4 SOCIAL PRACTICES

Die heutzutage populären sozialen Praktiken, bei denen Kunst mehr ein kollektives oder gemeinschaftliches Werk als eine individuelle Schöpfung ist, beziehen sich in gewisser Weise auf beide Perspektiven.

Einerseits werden sie mit der Rolle und gesellschaftlichen Position, die die Künste vor der Renaissance, im Mittelalter und primitiven Gesellschaften trugen, in Verbindung gebracht. Wohingegen andererseits die kreative Freiheit und der abenteuerliche Geist der heutigen Kunst ihre Wurzeln in der Renaissance, aber auch in der Avantgarde-Kunst des 20. Jahrhunderts haben.



Antony Gormley: "Lehm und der kollektive Körper" 2009 Hunderte Bewohner von Helsinki arbeiteten während eines Zeitraums von zehn Tagen mit dem Künstler an diesen Lehm-Skulpturen.

2.5 KUNST IM SOZIALEN

In den letzten Jahren hat sich die Organisation von gemeinschaftlichen Kunstprojekten von individueller Künstler*innen hin zu gemeinschaftlichen Organisationen verlagert, die speziell dafür geschult sind, besagte Art von Initiativen aufzubauen und zu betreuen. Jetzt geht es zwar immer noch hauptsächlich um Emanzipation und Selbstbewusstsein, jedoch wird sie von der Regierung angeregt und Kunst insofern instrumentalisiert.

2.6 DEFINITIONEN

Es ist schwierig, Kunst im Sozialen klar zu definieren. Oft geht es darum, Gemeinschaften anzusprechen und emotional bindende Erfahrungen mit ihnen zu schaffen. Um dies zu verwirklichen, benötigen wir Menschen mit Visionen, Entscheidungsträger*innen und Utopisten, die die Fähigkeit haben, die Gesellschaft zu beeinflussen. Anbei stehen einige Definitionen, die im Internet zu finden sind:



The Brazilian theater director and writer, Augusto Boal presenting a workshop on the concept of theater of the oppressed, a method in which he aims to give a voice to minorities.

Soziale Kunst ist ein künstlerischer und kreativer Prozess, der eine positive Transformation bei den teilnehmenden Einzelpersonen, Gruppen und in der Gesellschaft insgesamt ermöglicht.

- Soziale Kunst ist die Anwendung von Kunst und Kreativität zur Transformation von Einzelpersonen, Gruppen und Gesellschaften, indem mit der Zielgruppe zusammengearbeitet wird, anstatt für sie.
- Eine soziale Kunstpraxis ist eine Praxis, bei der das künstlerische und kreative Medium ein Werkzeug ist, um die tatsächliche Lebensrealität, die sich als individuelle Menschen, Gruppen und Gesellschaften artikuliert zu transformieren.
- Soziale Kunst ist jeder künstlerische Ausdruck, der darauf abzielt, sozialen Einfluss und Veränderung zu inspirieren.

2.7 WAS SIND SOZIALE KÜNSTLER*INNEN?

Soziale Künstler*innen sind Menschen, die teils Künstler*innen, teils Agent*innen des sozialen Wandels, Moderator*innen und Visionär*innen sind. Der soziale Kunstschaffende greift auf künstlerische Praktiken, Gruppendynamik und kreative Ideen zurück, um Veränderungen zu bewirken.

Einige soziale Künstler*innen sind erfahrene Moderator*innen, die ein Verständnis für den kreativen Prozess und den Gebrauch von Kunst in ihre Arbeit einbringen. Andere sind bildende Künstler*innen, Musiker*innen, Dichter*innen oder Schauspieler*innen, die sich dazu entschließen, ihre Fähigkeiten für Programme in Communities einzusetzen. Wieder andere sind visionäre Führungskräfte, die sich künstlerische und Moderationsfähigkeiten aneignen, um neue Ideen in den öffentlichen Raum zu tragen. Es ist wichtig zu betonen, dass Zusammenarbeit eine der wesentlichen Voraussetzungen für soziale Innovation ist. Soziale Künstler*innen müssen drei Schlüsselqualifikationen besitzen: aktives Zuhören, aus dem Herzen sprechen und vollkommen präsent sein. Sie können Katalysatoren für Innovation und Handeln im Namen aller sein. Dies ist die Art von Führung, die das 21. Jh. benötigt und nur die besten sozialen Künstler*innen bieten können. Soziale Kunst dreht sich um Kooperation. Oft verwirklicht ein sozialer Künstler ein Werk in Co-Kreation mit einer lokalen Community. Diese Art von Gemeinschaftskunst ist multidisziplinär.



Daher schätzen mehr Menschen, insbesondere diejenigen, die an der Entstehung beteiligt waren, deren Inhalt. Künstler*innen, die sich mit dieser Arbeitsweise identifizieren, müssen sich darüber im Klaren sein, dass diese Art von Arbeit aufgrund ihrer Natur lokal und oft nur bescheiden finanziert wird, was ihre Entwicklung oder sogar ihre Umsetzung erschwert.

2.8 KERNAUSSAGEN ÜBER SOZIALE PRAXIS

Soziale Kunst ist ein künstlerischer und kreativer Prozess, der eine positive Veränderung bei den teilnehmenden Personen, Gruppen und der Gesellschaft insgesamt ermöglicht.


Soziale Kunst ist die Anwendung von Kunst und Kreativität hin zur Transformation von Einzelpersonen, Gruppen und Gemeinschaften, indem MIT der Zielgruppe gearbeitet wird, anstatt FÜR sie.

Eine soziale Kunstpraxis ist eine, bei der das künstlerische und kreative Medium ein Werkzeug ist, um die Lebensrealität von Menschen, Gruppen und Gemeinschaften zu verändern.

2.9 KUNST IN DER GEMEINSCHAFT

Der Community Arts Ansatz, auf deutsch Gemeinschaftskunst, entstand aus der Idee der kulturellen Demokratie. Die kulturelle Demokratie entwickelte sich nach dem Zweiten Weltkrieg und beschreibt Praktiken, bei denen Kultur und künstlerischer Ausdruck von Einzelpersonen und Gemeinschaften, anstatt von Institutionen zentraler Macht, generiert werden. Die kulturelle Demokratie strebt danach, die Kultur zu demokratisieren, um einerseits ein Bewusstsein und Wertschätzung für Kunst in so vielen Teilen der Gesellschaft wie möglich zu schaffen und andererseits die Grenzen zwischen Hoch- und Subkultur zu durchbrechen und damit Kunst einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Obwohl es frühere Experimente (in dem, was später als Gemeinschaftskunst bekannt wurde) wie beispielsweise die Ansätze des Pre-Raphaelite Brotherhood im 19. Jh. gegeben hatte, dauerte es bis in die späten 1940er Jahre, bis das Konzept der Gemeinschaftskunst sich großflächiger Bekanntheit erfreuen



konnte und als Mittel zur Befähigung von Selbstbestimmung der Menschen anerkannt wurde. Initiativen ermöglichten den aktiven Einbezug von bildenden Künstler*innen, Schauspieler*innen und Musiker*innen in Gemeinschaften, um öffentliche Wandgemälde, Theaterstücke und Kompositionen zu schaffen.


In den 1960er Jahren, als sozialer Wandel von vielen als großes Ziel angestrebt wurde, sah man Gemeinschaftskunst als Möglichkeit, Bürger*innen eine Stimme zu geben. Auf diese Weise kann Gemeinschaftskunst und soziale Praktiken mit Aktivismus in Verbindung gebracht werden, da sie sich oft mit denselben politischen Themen beschäftigen.

Künstler*innen, die in diesem Bereich arbeiten, verbringen oft viel Zeit, sich mit der jeweiligen Gemeinschaft auseinanderzusetzen, die sie unterstützen, informieren oder mit der sie einfach nur zusammenarbeiten möchten. Das Ziel der Künstler*innen kann dabei sein, der Gemeinschaft bei der Arbeit an einem gemeinsamen Ziel zu unterstützen, deren Bewusstsein zu schärfen, Gespräche über Themen anzuregen oder möglicherweise ihre physischen oder psychischen Befinden zu verbessern. Dabei besteht jedoch die Gefahr – was eine arrogante Missachtung der Lebensrealität der Gemeinschaft darstellen würde - zu glauben, dass man innerhalb eines Projekts alle Komplexitäten eines Ortes in kurzer Zeit erfassen könne. Sozial engagierte Praktiken oder Kunst können jede Form, die Menschen und

Gemeinschaften in Debatten, Kooperation oder sozialen Interaktionen einbeziehen, umfassen. Diese Praktiken können das Ergebnis eines Aufklärungs- oder Bildungsprogramms sein, werden aber auch von vielen unabhängigen Künstler*innen verwendet. Das partizipative Element sozial engagierter Praktiken ist entscheidend, wobei die geschaffenen Kunstwerke oft gleich bis weniger wichtig sind als der gemeinschaftliche Akt ihrer Entstehung .

2.10 SOCIAL TURN

Der Begriff "Social Turn" wurde von der Kunsthistorikerin Claire Bishop in ihrem Essay von 2006 "The Social Turn: Collaboration and Its Discontents" geprägt. Kunst, die unter dem Dach des sozialen Wandels operiert, findet in der Regel außerhalb von Museen oder Galerien statt, auch wenn dies nicht immer der Fall ist. Da ein Großteil der Kunst kollaborativ ist und sich auf konstruktiven sozialen Wandel konzentriert, ist sie selten kommerziell oder objektbasiert - zwei Dinge, die als elitär und konsumorientiert gewertet werden. Oft wird bei Diskussionen über den sozialen Wandel auch der Filmemacher Guy Debord erwähnt, der sich für eine partizipative Kunst einsetzte, bei der er die Position des Zuschauers beseitigen wollte.



2.11 KUNST UND KÜNSTLER*INNEN IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Normalerweise, aber nicht immer, wird Kunst im sozialen Raum speziell für den Standort, an dem sie sich befindet, in Auftrag gegeben. Denkmäler, Mahnmale, zivile Statuen und Skulpturen sind die etabliertesten Formen der Kunst im öffentlichen Raum, dabei kann diese auch vorübergehend sein, in Form von

Aufführungen, Tanz, Theater, Poesie, Graffiti, Plakaten und Installationen. Öffentliche Kunst kann oft als politisches Instrument verwendet werden, wie beispielsweise die Propagandaplakate und Statuen der Sowjetunion, die von den Ulster Unionists in Nordirland gemalten Wandgemälde oder neuerdings die Arbeit des Graffiti-Künstlers Banksy. Öffentliche Kunst kann auch eine Form des zivilen Protests sein, wie das Graffiti, das in den 1980er Jahren an die New Yorker U-Bahnen gesprüht wurde.



Joseph Beuys Lehre in Düsseldorf

2.12 JOSEPH BEUYS, SOZIALE PLASTIK

Soziale Plastik ist ein Begriff, der verwendet wird, um ein erweitertes Konzept der Kunst zu beschreiben, das vom Künstler und Mitbegründer der deutschen Partei „die Grünen“, Joseph Beuys, erfunden wurde. Beuys prägte den Begriff "soziale Plastik", um sein Verständnis für das Potenzial der Kunst zur Veränderung der Gesellschaft zu verkörpern. Die zentrale Idee eines sozialen Bildhauers ist ein Künstler, der Strukturen in der Gesellschaft mit Hilfe von Sprache, Gedanken, Handlungen und Objekten schafft. Beuys hatte eine einzigartige Vision für Kunsthochschulen. Er glaubte, dass jeder das Recht haben sollte zu studieren und weigerte sich, sich an Numerus clausus oder traditionelle Zugangsvoraussetzungen wie ein Portfolio zu halten. In dem Bestreben, die Akademie vom Elitismus zu befreien, lud er - entgegen den Schulrichtlinien - jeden ein, sich seiner Klasse anzuschließen. Im Juli 1971 akzeptierte Beuys 142 Bewerber*innen, die ursprünglich von anderen Professor*innen abgelehnt worden waren. Nachdem er die Büros der Akademie mit einer Gruppe von Bewerber*innen, die abgelehnt worden waren, besetzt hatte, wurde Beuys von seinem Posten entlassen.

Die Studierenden weigerten sich Beuys' Entlassung zu akzeptieren. Einige reagierten mit Hungerstreiks und Petitionen, während Künstler*innen und Schriftsteller*innen - darunter große Namen wie Heinrich Böll, David Hockney und Gerhard Richter - offene Briefe verfassten, in denen sie seine Wiederaufnahme forderten. Beuys setzte zwar nie wieder einen Fuß in die Kunstakademie Düsseldorf, blieb aber Lehrer für viele folgende Generationen.

2.13 CORITA KENT

Corita Kent ist eine interessante Außenseiterin in Bezug auf Kunst und Bildung. Sie nutzte alles um sie herum als Quelle für ihre eigene Arbeit - sie sah keine Unterscheidung zwischen 'Hoch-' und Subkultur und glaubte nicht, dass das visuelle Chaos des städtischen Lebens etwas Schlechtes sei. Dabei wurde sie von der Pop-Art-Bewegung beeinflusst. Ihre Arbeit umfasst und transformiert viele banale Dinge. Im Jahr 1965 verwendete Corita den Werbeslogan eines Ölkonzerns, "Power up", um eine Serie von vier Drucken zu erstellen, die sich zu einem spektakulären 3,5 Meter großen Werk kombinieren lassen, welches zum Handeln inspiriert. Corita war nicht nur Künstlerin, sondern auch seitdem sie 18 Jahre alt war Nonne, was sie für ihr ganzes Leben lang bleiben sollte. Eine ungewöhnliche Kombination. Außerdem wurde sie Kunstlehrerin am Immaculate Heart College.

IMMACULATE HEART COLLEGE ART DEPARTMENT RULES

- Rule 1 FIND A PLACE YOU TRUST AND THEN TRY TRUSTING IT FOR A WHILE.
- Rule 2 GENERAL DUTIES OF A STUDENT:
PULL EVERYTHING OUT OF YOUR TEACHER.
PULL EVERYTHING OUT OF YOUR FELLOW STUDENTS.
- Rule 3 GENERAL DUTIES OF A TEACHER:
PULL EVERYTHING OUT OF YOUR STUDENTS.
- Rule 4 CONSIDER EVERYTHING AN EXPERIMENT.
- Rule 5 BE SELF DISCIPLINED. THIS MEANS FINDING SOMEONE WISE OR SMART AND CHOOSING TO FOLLOW THEM.
TO BE DISCIPLINED IS TO FOLLOW IN A GOOD WAY.
TO BE SELF DISCIPLINED IS TO FOLLOW IN A BETTER WAY.
- Rule 6 NOTHING IS A MISTAKE. THERE'S NO WIN AND NO FAIL. THERE'S ONLY MAKE.
- Rule 7 The only rule is work.
IF YOU WORK IT WILL LEAD TO SOMETHING.
IT'S THE PEOPLE WHO DO ALL OF THE WORK ALL THE TIME WHO EVENTUALLY CATCH ON TO THINGS.
- Rule 8 DON'T TRY TO CREATE AND ANALYSE AT THE SAME TIME. THEY'RE DIFFERENT PROCESSES.
- Rule 9 BE HAPPY WHENEVER YOU CAN MANAGE IT. ENJOY YOURSELF. IT'S LIGHTER THAN YOU THINK.
- Rule 10 "WE'RE BREAKING ALL OF THE RULES. EVEN OUR OWN RULES. AND HOW DO WE DO THAT? BY LEAVING PLENTY OF ROOM FOR X QUANTITIES." JOHN CAGE
- HELPFUL HINTS: ALWAYS BE AROUND. COME OR GO TO EVERYTHING. ALWAYS GO TO CLASSES. READ ANYTHING YOU CAN GET YOUR HANDS ON. LOOK AT MOVIES CAREFULLY, OFTEN. SAVE EVERYTHING-IT MIGHT COME IN HANDY LATER.
THERE SHOULD BE NEW RULES NEXT WEEK.

Hier entwickelte sie die Leitsätze, die sie später in ihrem Klassenzimmer aufhing und die sie später berühmt machten. Als äußerst engagierte und experimentelle Pädagogin spiegelt ihre Tatkraft wider, auf welche besondere Weise sie ihre Schüler ermutigte, hart zu arbeiten und zugleich Freude an dieser zu finden.

2.14 SOZIALES DESIGN

Mit sozialer Kunst verwandt ist das sogenannte soziale Design - eine relativ neue Entwicklung. Es handelt sich um Design, das versucht, Lösungen für Probleme unserer Gesellschaft zu finden. Innovationen, die gleichzeitig einen sozialen Bedarf (effektiver als bestehende Lösungen) decken und zu neuen oder verbesserten Kenntnissen, Beziehungen und Nutzung von Ressourcen führen. Mit anderen Worten, soziale Innovationen sind sowohl gut für die Gesellschaft, als auch förderlich für die Handlungsfähigkeit dieser. Soziales Design wird jedoch oft für und weniger mit Gemeinschaften gemacht.

2.15 ZUSAMMENFASSUNG

Soziale Praktiken in der Kunst gibt es seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs, vielleicht sogar noch länger. Es gibt viele Praktiken, die alle unterschiedliche Namen tragen. Was sie gemeinsam haben, ist, dass sie einen sozialen Bedarf erfüllen und mit oder für Gemeinschaften arbeiten, um sie zu stärken oder Lösungen für deren Probleme zu finden. Beteiligung und Mitgestaltung sind in vielen dieser Projekte entscheidend. Oft hat der Kunstschafter die Rolle eines Vermittlers, der oder die, die "Weisheit der Menge" zu lesen versteht, mit der er oder sie arbeitet. Die öffentliche Kunst, die bei sozialer Praxis entsteht, kann sehr vielfältig sein und verschiedenste Ausprägungen haben. Sie kann eher traditionell sein, wie beispielsweise ein Wandgemälde oder eine Skulptur oder sich in einer der vielfältigen weiteren Formen, wie beispielsweise Tanz, Theater, Poesie, Graffiti, Poster, Installationen oder Aufführungen artikulieren.

3. FORSCHUNGS ERGEBNISSE

Bei der Strukturierung der methodischen Grundlagen unserer Forschung sind wir von bestimmten Anhaltspunkten bezüglich des zu erzielenden Resultats ausgegangen. Das Projekt "ART NO STOP" wurde entwickelt, um ein innovatives Modell von hoher Nachhaltigkeit im sozialen und künstlerischen Bereich zu schaffen; ein Modell, das die Kunst buchstäblich in soziale Realitäten übersetzt, indem es ein integraler, aktiver und wesentlicher Bestandteil davon wird und gleichzeitig die wirtschaftliche Nachhaltigkeit sowohl für die Künstler*innen als auch für die Gemeinschaften, die sie beherbergen, gewährleistet. Ausgehend von dieser Prämisse konnte unsere Forschung nur qualitativ sein, in der Hoffnung, Modelle zu identifizieren, die Beiträge passend zu dem zu implementierenden Modell darstellen könnten.

3.1 BETEILIGTE FACHLEUTE

In jeder Organisation waren zwei Forschende mit unterschiedlichen Profilen beteiligt: Eine Fachkraft aus dem künstlerischen Bereich mit Erfahrung in Sozialarbeit sowie eine Fachkraft aus dem sozial-psycho-pädagogischen Bereich.


Diese von allen Organisationen getroffene Wahl ist durch die Notwendigkeit begründet, den Schwerpunkt auf die Verschmelzung der künstlerischen mit der sozialen Welt zu legen.

DORA FANELLI

Interkulturelle Mediatorin mit mehr als 10 Jahren Erfahrung in der Leitung sozialer Projekte für schutzbedürftige Gruppen. Zusätzlich zu ihrer umfangreichen Erfahrung im sozialen Bereich ist ihre berufliche Laufbahn der Kunst, dem Theater und der audiovisuellen Welt auf internationaler Ebene gewidmet. Vor 15 Jahren beschloss sie, die künstlerische mit der sozialen Welt zu verbinden und dauerhaft nützliche Verbindungen für beide Bereiche zu schaffen, von Theater in Gefängnissen bis hin zur Förderung von Kunstfestivals in sozialen Einrichtungen. Außerdem koordiniert sie alle künstlerischen Projekte der Fundación Escuela de Solidaridad (FES).

AYELEN BURSZTYN

Ergotherapeutin mit Erfahrung in der Arbeit mit schutzbedürftigen Gruppen in benachteiligten Distrikten von Buenos Aires (Argentinien). In den letzten drei Jahren hat sie sich der Planung und Verwaltung von Projekten gewidmet, die auf die Bedürfnisse der in der FES-Gemeinschaft



aufgenommenen Gruppen ausgerichtet sind. Durch ihr Studium an der Theaterakademie in Buenos Aires ist ihre Arbeit eng mit der Suche und Erforschung von Kunst sowie ihrer jeweiligen Deklination als Instrument der künstlerischen Intervention in der Sozialarbeit verbunden.

WOLFGANG HAUCK

Projektmanager mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im kulturellen Projektmanagement auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Hat Deutschland innovative und dauerhafte Initiativen in benachteiligten Stadtvierteln gefördert und dabei Kultur und Kunst als Mittel zur Aufwertung dieser Orte eingesetzt. Dazu verfügt er über umfangreiche Erfahrungen in der Welt des Theaters sowie dessen künstlerischen Aspekte im Zusammenhang mit der Schaffung von Bühnen Kostümen, Theaterräumen, Bewegungen und Szenografien.

ANKE NEUDEL

Deutsche Fachkraft mit jahrelanger Erfahrung, Teilnahme und Zusammenarbeit in Erasmus+ Projekten mit der Organisation dieKunBaustelle. Sie übernimmt Management- und Projektkoordinationsaufgaben. Ihre Arbeit in der Organisation als Projektmanagerin hat sich insbesondere auf die Schaffung eines Netzwerks neuer künstlerischer Kooperationen konzentriert, mit denen Interventionen in marginalisierten Stadtteilen von Augsburg geplant werden.

ANKIE TILL

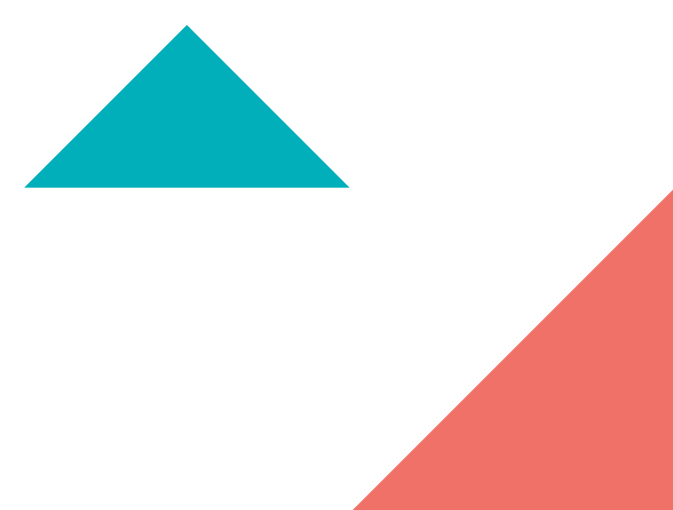
Managerin im künstlerischen Bereich mit langer beruflicher Laufbahn in der Welt des Tanzes und des Theaters. Vor zehn Jahren kam sie in Kontakt mit der Welt der Sozialarbeit, was sie dazu brachte, künstlerische Projekte in Gefängnissen zu fördern. Derzeit leitet sie in den Niederlanden verschiedene Projekte -mit künstlerischen Mitteln arbeitend- zur Wiedereingliederung und Bildung von Erwachsenen.

ED SANTMAN

Absolvierte Studium der Bildenden Künste in Rotterdam und verfügt über Berufserfahrung als Maler und Pädagoge in Kunst- und formalen Schulen. Durch seine Arbeit als Kunstlehrer im Gefängnis begann er mit marginalisierten Gruppen mittels Kunst, Musik und Theater zu arbeiten. Er koordinierte die Kunsterziehung in niederländischen Gefängnissen und ist der Gründer von "Changes and Chances", einer NGO, die in den Niederlanden mit unterschiedlichen Randgruppen arbeitet.

SILVIA PARADISO

Sozialarbeiterin und Pädagogin sowie Gründerin der ersten Gemeinschaft für Mütter und Kinder in Apulien (IT). Seit über 20 Jahren arbeitet sie in dieser Region, die zu den am meisten Benachteiligten des Landes gehört und fördert dort erzieherische Aktivitäten sowie emotionale Unterstützung. Bei



ihren Interventionen arbeitet sie viel mit dem Instrument der Bioenergetik, auf das sie sich seit Jahren spezialisiert hat. Dank ständiger Zusammenarbeit mit einem sozialen Zirkus in der Region fördert sie außerdem dessen Kunst als Mittel zur Intervention zum psycho-emotionalen Wohlbefinden in den von ihr betreuten Gemeinschaften.

GABRIELE CAGNAZZO

Professioneller italienischer Tänzer und Performer. Seit über 10 Jahren steht er in Kontakt mit der Welt der Clowns und des Zirkus und hat das Potenzial dieses Instruments für soziale Interventionen mit Kindern und Jugendlichen entdeckt. Gegenwärtig fördert er den Zirkus und die Clownerie als Mittel zur Stärkung der Handlungskompetenz, zur Vorbeugung von selbstverletzendem und suizidalem Verhalten und als Mittel zur Eingliederung von Kindern aus marginalisierten Verhältnissen. Er koordiniert die soziale Kooperative TenRock, die ein Zirkuszelt in einer der Gemeinden der Cooperativa Sociale Il Faro in Apulien besitzt, wo er mit Kindern und Müttern der Gemeinde mit besagten künstlerischen Werkzeugen arbeitet.

3.2 GEBIETS KARTOGRAPHIE

Im ersten Teil der Vorbereitungsarbeiten für die Untersuchung haben Forschende eine Gebietsanalyse der für die Untersuchung wichtigen Projekte

durchgeführt. Diese Bestandsaufnahme erfolgte sowohl durch Kenntnis hinsichtlich der Gegebenheiten in den jeweiligen Provinzen und Regionen von Seiten der Partner, als auch durch Anregungen aus besagten Realitäten.

3.3 ONLINE RECHERCHE

Der zweite Teil der Vorbereitung für die Forschung umfasste eine entsprechende Online-Recherche nach sozialen Projekten, die Kunstaktivitäten oder Kunstprojekte beinhalten, welche in sozialen Einrichtungen willkommen sind oder dort durchgeführt werden. Die Suche erfolgte mit Hilfe von Schlüsselwörtern, wobei die semantische Suchmaschine von Google es ermöglichte, unbekannte Realitäten, die sich in anderen Gebieten als die der Projektpartner Organisationen befinden, zu identifizieren.

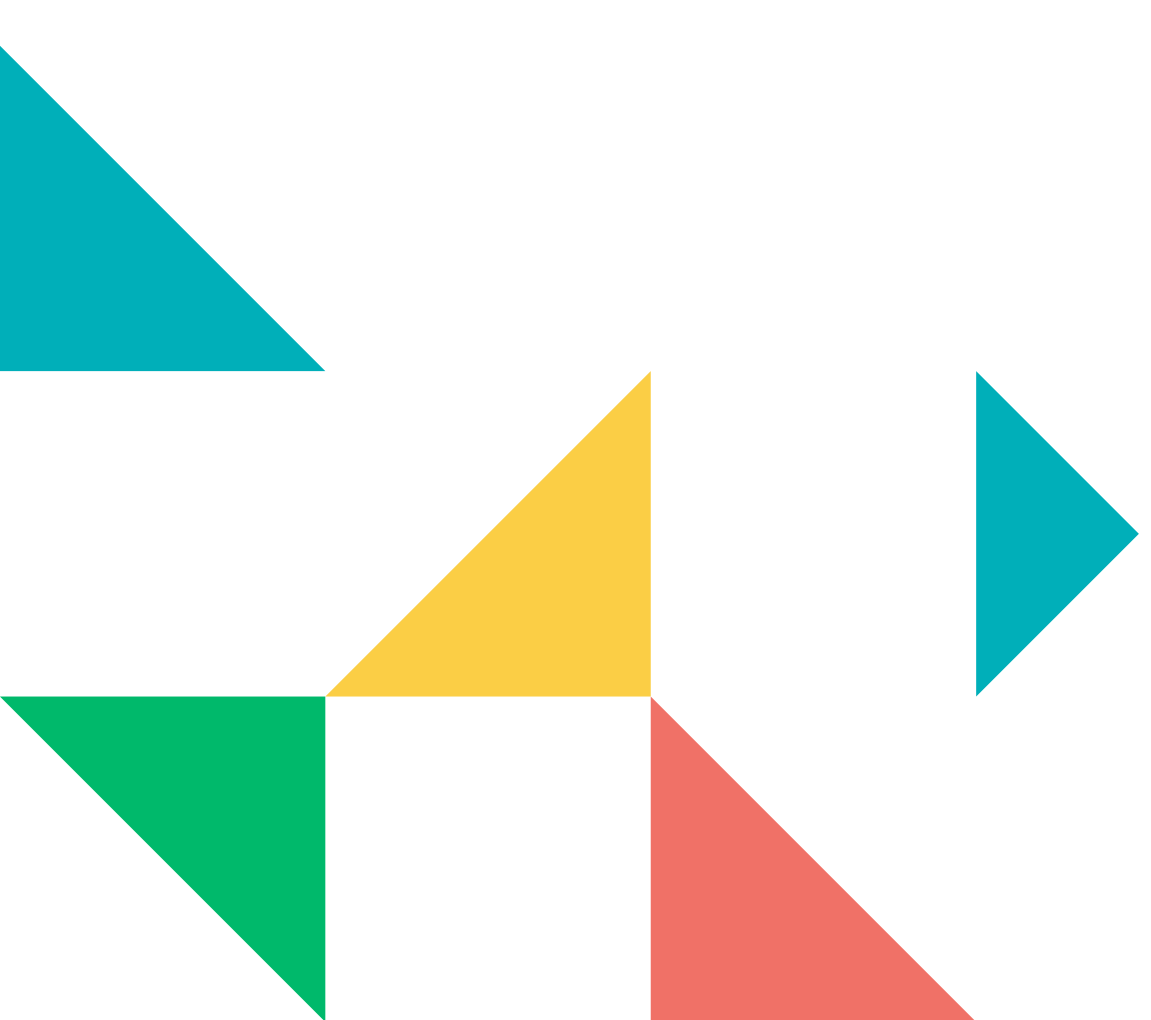
3.4 LEITFADEN- GESTÜTZTE UND NARRATIVE INTERVIEWS

Eine der wichtigsten Methoden dieser qualitativen Untersuchung waren Interviews. Dabei waren leitfadengestützte Interviews eine der angewandten Techniken, welche die Möglichkeit von tiefgreifenden Befragungen und Fachgesprächen mit

Personen aus derselben Organisation aber unterschiedlichen beruflichen Hintergründen boten.

Im leitfadengestützten Interview wurden den Befragten vorgefertigte Fragen gestellt, die von allen Projektpartnern verwendet wurden, dem Befragten aber trotzdem einen gewissen Freiraum ließen. In einigen Fällen, insbesondere bei einigen der als Best Practices ausgewählten Realitäten, gab es eine zweite Phase des Interviews, die stattdessen einen narrativen Aspekt hatte, da die Forschenden daran interessiert waren, die Emotionalität und Lebensgeschichten hinter den Konzepten des ursprünglichen sozialen oder künstlerischen Projekts zu ergründen. Die Entscheidung, kein rein narratives Interview zu führen, war der Notwendigkeit geschuldet, lesbare Daten aus allen Interviews zu sammeln. Die anschließende Möglichkeit, in ein narratives Interview "überzugehen", war diesbezüglich eine Konsequenz aus der Tendenz der Gruppenforscher zu streng narrativen qualitativen Interviews.

Das für die halbstrukturierten Interviews verwendete Schema wird im Folgenden dargestellt:



NR	CHECK	PROJEKTNAME IN LANDESSPRACHE	PROJEKTNAME IN ENGLISCH	PROJEKT-ANSPRUCH
----	-------	------------------------------	-------------------------	------------------

ORGANISATION	ADRESSE	POSTLEITZAHL	STADT	LAND	TEL	EMAIL	WEB
KONTAKT							

ZIELGRUPPE-1	ZIELGRUPPE -2	ZIELGRUPPE -3	ZIELGRUPPE -4
ZIELGRUPPE			

BESCHREIBUNG 300 zeichin	AKTIVITÄT DER KUNST IM SOZIALEN Beschreibung 500 zeichin	Erfolgsfaktoren der Kooperation / des Projektes	Aktivität -1 Schlüsselwörter	Aktivität -2	Aktivität -3
Organisation 300 pro Organisation	AKTIVITÄTEN DER KUNST IM SOZIALEN 500 Zeichen				

KUNSTPRODUKTION -1	KUNSTPRODUKTION -2	KUNSTPRODUKTION -3
KUNSTPRODUKTION		

TECHNISCHE PRODUKTION -1	TECHNISCHE PRODUKTION -2	TECHNISCHE PRODUKTION -3
TECHNISCHE PRODUKTION		

PRODUKTIONSLEITUNG - 1	PRODUKTIONSLEITUNG - 2	PRODUKTIONSLEITUNG - 3	PRODUKTIONSLEITUNG - 4
PRODUKTIONSLEITUNG			

Beschreibung der (Dienst-)leistung	(Dienst-) Leistung - 1	(Dienst-) Leistung - 2	(Dienst-) Leistung - 3	(Dienst-) Leistung - 4
Leistungsangebot in bezug auf die Künstler*innen : max 1000 zeichen				

BILDER	VIDEO
--------	-------

KOMMENTARE

3.5 ERGEBNISSE

Generell zeigen die Forschungsergebnisse starke länderspezifische Unterschiede in den soziopolitisch-kulturellen Hintergründen der verschiedenen Projektpartner in Spanien, Italien, Deutschland und den Niederlanden. Konkreter ergab die Untersuchung die nachfolgenden Punkte:

- Starke Unterschiede in der gesellschaftspolitischen Aufmerksamkeit, die künstlerischen und sozialen Projekten in Deutschland und den Niederlanden gewidmet wird, in Bezug auf die aktive Beteiligung der Verwaltungen sowie Zuweisung entsprechender Gelder
- deutliche Unterschiede in der künstlerisch-kulturellen Vorbereitung von Sozialarbeitern und Erziehenden in den Niederlanden, die Kunst in ihren Studienfächern als konkretes Instrument zur Aktivierung von Bildungsbeziehungen und sozialer Integration sehen
- Starke Neigung der Organisationen in den Niederlanden und in Deutschland, streng strukturierte Marketingaktionen zugunsten ihrer Projekte durchzuführen, entweder durch tatsächliche Werbemaßnahmen oder Testimonials, die für das Projekt werben oder es mit intellektuellen Werken unterstützen (z. B. berühmte

Designer, die Modelle von Kunstgegenständen entwerfen, die von Menschen in benachteiligten Gebieten hergestellt werden sollen, und diese signieren, um deren Verkauf zu erleichtern)

- Nettodifferenz in öffentlichen Fonds, die für Kunstprojekte bereitgestellt werden, sowie in Tageshonoraren, die die Gastgemeinden für Projekte zur Unterstützung von Menschen in benachteiligten Gebieten erhalten, welche in Heimen und Tagesstätten untergebracht sind
- Nettokapazität für eine stärkere Einbeziehung der freien aktiven Beteiligung der Bürger in den Ländern Spanien und Italien
- Unterschiedliche Zielgruppen des Engagements: Während in allen 40 untersuchten Projekten Minderjährige, Menschen sozialer Ausgrenzung, Personen mit Behinderung oder Migrationshintergrund die vorherrschenden Zielgruppen sind, fallen in Deutschland und den Niederlanden Projekte zugunsten älterer Menschen und Präventionsprojekte zugunsten junger Künstler*innen auf; in Spanien und Italien hingegen sind Projekte zugunsten von Frauen, der Roma-Bevölkerung und Obdachlosen zu finden.



4. ROLLEN KÜNSTLERISCHER VERANSTALTUNGEN & SOZ. ORGAS

4.1 ROLLEN IM KÜNSTLERISCHEN BEREICH

4.1.1 KÜNSTLER/ DARSTELLER/SCHAUSPIELER

Der Künstler ist der Darsteller und das Gesicht des Projekts, z.B. Leadgesang, Instrumentalist, Rapper, Schauspieler, Jongleur. Er ist eine kreative Person und hat seine Bedürfnisse

4.1.2 KÜNSTLERISCHER LEITER

Der künstlerische Leiter ist der Chef von Kunstorganisationen wie Orchestern, Opern, Tanz- und Theatergruppen. Neben der Planung und Umsetzung einer langfristigen Vision für das Unternehmen stellt er die Aufführungs- und Produktion Talente ein, wählt das Repertoire für die Saison aus und produziert, inszeniert oder dirigiert oft mit. Er plant z. B. die Theater-, Club- oder Konzert-Saison und bucht die von ihm ausgewählten Künstler.

4.1.3 TOUR MANAGER

Der Tourmanager verhindert, dass die Tour aus dem Ruder läuft.

Durch ihre Organisation und die Koordinierung der Aufgaben sorgt er dafür, dass jeder seiner Pflicht nachkommt. Wenn z.B. eine Veranstaltung mit einem Interview kombiniert werden muss, ist es seine Aufgabe dafür zu sorgen, zu beiden Terminen erscheinen zu können. Auch Aufgaben wie die Vorbereitung des Hotelzimmers oder die Sicherstellung, dass der Veranstaltungsort über alle erforderlichen Mittel verfügt, fallen unter seinen Aufgabenbereich. Er ist die Lebensader der Tour.

4.1.4 TONTECHNIKER

Das sind die Leute, die deine Songs abmischen und dafür sorgen, dass sie so klingen, wie du es willst. Es gibt verschiedene Arten von Tontechnikern:

- Aufnahmetechniker sind für die Tonaufnahme und -bearbeitung im Studio zuständig. Sie haben mit analogen und digitalen Audiosignalen, Kompressoren, Mikrofonen und Datenflüssen zu tun und kombinieren in der Regel sowohl traditionelle als auch technisch versierte Aufnahmetechniken, um Musik aufzunehmen.
- 

- der Front Of The House (FOH)-Ingenieur konzentriert sich auf das Abmischen von Audiosignalen für das Publikum und arbeitet meist in der Mitte oder den letzten Reihen des Publikums. Die Ausgangssignale des FOH-Pults werden an ein Beschallungssystem angeschlossen.
- der Live-Sound-Techniker mischt bei einer Live-Veranstaltung mehrere Töne und gleicht sie aus, indem er ein Mischpult, voraufgezeichnetes Material, Stimmen und Instrumente verwendet. Die Klänge werden entzerrt, weitergeleitet und über Lautsprecher verstärkt.

4.1.5 BOOKING AGENT

Die Rolle des Booking-Agenten besteht darin, die Band auf die Bühne zu bringen. Er ist die Person, die deine Tournee bucht, sicherstellt, dass du bezahlt wirst, und versucht dir einen guten Platz im Line-up zu verschaffen. Normalerweise erhalten sie einen Prozentsatz von dem, was du an dem Abend auf der Bühne verdienst, was bedeutet, dass du wahrscheinlich erst einmal Geld verdienen musst, bevor sie interessiert sind. Booking-Agenten erleichtern einen Großteil der Logistik rund um Live-Auftritte, einschließlich der Suche nach Konzertorten, der Aushandlung von Verträgen, der Organisation von technischem Equipment und der Bewirtung. Das Tourbook ist das Wichtigste für den Tourmanager, da es alle Informationen enthält, die er für seine Arbeit benötigt.

4.1.6 PRODUCTION MANAGER


Der Produktionsleiter ist die Kontaktperson des Künstlers und hat den Überblick über die gesamte Produktion, d. h. er verwaltet, plant und koordiniert alle Produktionsabläufe: Audio, Bühnenbild, Beleuchtung, Video, Transport, Tournee Personal, Requisiten/Szenen, Bühnenarbeiter, Strom, Logistik usw. Ein Teil seiner Arbeit wird im Voraus per Telefon und E-Mail erledigt, indem er mit den Veranstaltungsorten/Promotern über die verschiedenen Bedürfnisse des Künstlers verhandelt.

4.1.7 LICHTTECHNIKER

Ein Lichttechniker ist zum Teil Techniker, zum Teil Künstler. Ihr Medium ist die Beleuchtung, und sie verfügen über ein hohes Maß an Erfahrung mit einer Vielzahl von Vorrichtungen und Techniken. Der Lichtdesigner stimmt sich in der Regel eng mit dem Regisseur und dem künstlerischen Leiter ab, um zu bestimmen, welche Art von Beleuchtung das gewünschte Ergebnis auf der Bühne hervorbringt.

4.1.8 KOSTÜMBILDNER

Ein Kostümbildner ist für das Kostüm-Team zuständig: Er entwirft, kreiert oder schneidert die Kleidungsstücke, die die Schauspieler in einer Film-, Bühnen- oder Straßenproduktion tragen. Sie verfügen über ähnliche Fähigkeiten wie traditionelle Modedesigner, müssen aber auch die einzigartigen und exzentrischen Anforderungen des Kreativdirektors, der



Künstler oder des Regisseurs für Theater, Film, Musik und Show erfüllen. Bei der Zusammenstellung der Kostüme muss der Designer sicherstellen, dass jedes Outfit die Anforderungen der Aufführung/Show effektiv vermittelt.

4.1.9 BÜHNENBILDNER

Bühnenbildner entwerfen und gestalten die Szenen eines Theater- oder eines Live- / aufgezeichneten Stücks, bei dem die Schaffung eines Raums mit bestimmten Einstellungen oder einem bestimmten Klima erforderlich ist. Sie bauen diese Szenen architektonisch durch Dekorationen, Möbel, Objekte, visuelle Effekte usw. auf.

Szenografie wird bei jeder Art von Veranstaltung/Show eingesetzt, z. B. im Theater, bei Modenschauen, Fernsehserien, in der Werbung, bei Straßen-Gigs, Konzerten, PR-Veranstaltungen usw.

4.1.10 GASTGEWERBE MANAGER


Der Gastgewerbe-Manager muss die Künstleranfrage vorbereiten, die mit einem Dokument namens Rider eintrifft. Die Künstler und das Technik Team brauchen viele Stunden, um die Show aufzubauen und zu proben. Daher kommen sie sehr früh im Vergleich zur Aufführungszeit an und haben keine Zeit, um einzukaufen oder zu essen, also bitten sie um Essen (Sandwiches, Süßigkeiten, Trockenobst, Käse, Obst, Gemüse...), Getränke und Annehmlichkeiten.

4.1.11 BILDENDE KÜNSTLER

Ein bildender Künstler schafft Kunstwerke durch verschiedene Praktiken. Er kann Bilder zeichnen, mit Farbe arbeiten, Wandbilder entwickeln, 3D Grafiken entwerfen, Videos schneiden oder Kunst aus verschiedenen Medien schaffen. Viele bildende Künstlerinnen und Künstler schaffen Kunstwerke, um sie in Galerien auszustellen und an Sammler zu verkaufen, aber sie können auch in einer Vielzahl anderer Bereiche arbeiten.

4.1.12 PRESSEREFERENTEN

Pressereferenten beantworten Anfragen von Journalisten, schreiben Pressemitteilungen, versuchen Journalisten für die Themen und Kampagnen ihrer Organisation zu interessieren, buchen Pressesprecher und beobachten die Medienberichterstattung. Pressereferenten arbeiten in der Regel für große Organisationen in verschiedenen Sektoren, wie z. B. in privatwirtschaftlichen Unternehmen, im öffentlichen Sektor/Regierungsstellen und in Wohltätigkeitsorganisationen. Medienbeauftragte andererseits nehmen in diesem Bereich eine sehr wichtige Position ein, da sie dem Unternehmen/Künstler/Einrichtung helfen, das Publikum zu erreichen. Sie entwickeln die Social-Media-Strategie und führen sie aus, um sie dem Marketingleiter der Organisation zu präsentieren und sicherzustellen, dass eine angemessene Marketingbotschaft übermittelt wird, die die Position des



Unternehmens stärkt. Außerdem müssen sie gängigen Trends in den sozialen Medien erkennen und Interpretieren können.

4.1.13 PHOTO/VIDEO

Jede Art von kultureller Veranstaltung erfordert jemanden, der Fotos und Videos macht. Dabei muss man kein Profi mit der neusten Ausrüstung sein, sondern ein Auge für schöne Videos und Bilder haben, welche die Atmosphäre der Veranstaltung widerspiegeln. Fotos und Videos können aus zahllosen Gründen nützlich sein: einfaches Archiv, Throwbacks, für Fehlererkennung und zur Verbesserung, zur Erstellung von Werbeinhalten in sozialen Medien, Kurzfilmen, Broschüren, Titelbildern, Zeitschriftenartikeln, Flyern oder Dokumentationen über eine bestimmte Veranstaltung / ein bestimmtes Festival.

Es gibt viele andere Berufsgruppen, die an der künstlerischen Produktion beteiligt sind, z. B. Maskenbildner, Friseure, Runner, usw. Auf unserer Website www.artnostop.com (in der Rubrik "Ausbildung") finden Sie ein ausführlicheres Handbuch über diese.

4.2 ROLLEN IN SOZIALEN ORGANISATIONEN

Wir haben im Rahmen dieser Untersuchung festgestellt, dass jeder der verschiedenen Berufsgruppen, die an einem sozialen Projekt beteiligt sind, während der Entwicklung des künstlerischen Projekts spezifische Aufgaben übernehmen kann.

4.2.1 VERANTWORTLICH FÜR DAS ZENTRUM DES KÜNSTLERAUFENTHALTES

Die Person, die für die verfügbaren Plätze zuständig ist:

- prüft den Antrag und beantwortet ihn nach Rücksprache mit dem Leiter der Räumlichkeiten für künstlerische Zwecke, indem er die Verfügbarkeit von Räumen und Zeiten sowie die Arten von Vereinbarungen angibt, die im Hinblick auf die gegenseitige wirtschaftliche Nachhaltigkeit möglich sind (siehe Anhänge)
- kontaktiert je nach Art des Antrags den Aufnahmekoordinator, um neue Möglichkeiten vorzustellen;
- Wenn die vom Personal ermittelte Zahl der teilnehmenden Gäste unter der möglichen Zahl liegt, hat der Manager die Aufgabe, einen Aufruf an externe Familien zu starten und eine Anmeldung mit einer größeren Anzahl in Aussicht zu stellen;

- beruft Treffen zwischen dem Koordinator des Aufnahmezentrums, dem Gastdozenten und dem Künstler ein, um die Ziele, an denen die Gemeinschaft arbeitet, vorzustellen, sie zu verbreiten im Hinblick auf Zusammenarbeit im Rahmen vorgeschlagener neuer Aktivitäten
- überwacht die Aktivitäten und prüft, ob sie mit dem Vereinbarten übereinstimmen.

4.2.2 KOORDINATOR DES EMPFANGSZENTRUMS

- Nach der Kontaktaufnahme durch die Kontaktperson des Community informiert sie das sozialpädagogische Team über die Möglichkeit eines nicht-formalen Angebots durch den gastgebenden Künstler.
- Das Team genehmigt das Schulungsangebot für die Mitarbeiter der Rezeption und bestimmt die zu beteiligenden Gäste.
- nimmt an der ersten Sitzung mit dem Künstler und dem Verantwortlichen des Raumes teil, um die Ziele zu definieren, die in den betreffenden Fällen erreicht werden sollen.

4.2.3 BERUFSPÄDAGOGE/ERZIEHER

- nimmt an der ersten Sitzung mit dem Künstler und dem Verantwortlichen für die Räume teil, um die Ziele zu definieren, die in den betreffenden Fällen erreicht werden sollen;

- führt regelmäßige Kontrollen durch, um die Umsetzung mit den Beobachtungen/Erwägungen des Künstlers zu vergleichen;
- aktualisiert den Lehrplan auf der Grundlage der erreichten Ziele.

4.2.4 PÄDAGOGISCHE FACHKRÄFTE

- fördert die Teilnahme an den Aktivitäten
- sammelt die Beobachtungen/Berichte des Teilnehmers am Ende der Aktivität und trägt sie in das Protokoll ein

4.2.5 FREIWILLIGE HELFER

- begleiten die Teilnehmer
- kümmern sich um die Räumlichkeiten und bereiten sie auf die entsprechenden Aktivitäten vor;
- unterstützen selbst bei den Aktivitäten

4.2.6 EINWOHNER

Bedürftige Personen, die in Sozialzentren untergebracht sind, werden anhand der im folgenden Leitfaden beschriebenen Trainingsmodule und der Videotutorials geschult, deren Links am Ende der Beschreibung der Trainingsmodulen angegeben sind.

- Sie sind verantwortlich für:
- Begrüßung der Künstler bei ihrer Ankunft
- bei Bedarf für die Zubereitung der Mahlzeiten;
- gemeinsam mit den Freiwilligen die Räume betreuen;

- fungieren als Betreuer bei verschiedenen Aktivitäten und verfügen dabei Kenntnisse über Räume und Orte, an denen die für die Aktivitäten benötigten Gegenstände/Ausrüstungen gelagert werden könnten.

- darüber hinaus können sie, soweit möglich, an den Aktivitäten teilnehmen und dabei Fähigkeiten und Kompetenzen erwerben, die sowohl für den Erwerb von Resilienz als auch für Arbeitsszwecke nützlich sind.

5. TRANSFORMATION DES SZENISCHEN RAUMS

5.1 EINFÜHRUNG

Der szenische Raum, verstanden als der physische oder imaginäre Ort, an dem ein Musik-, Tanz- oder Theaterstück aufgeführt wird, hat im Laufe der Geschichte eine Reihe von Wandlungen durchgemacht und verschiedene Rituale, Charakterzüge von Gottheiten, Menschen und deren Träume sowie ganze Kulturen und andere Einflüsse mit einbezogen. Ihre Macht war immer mit der Vermittlung von Ideen, der Darstellung von Wünschen und dem Ausdruck von Wertschätzung verbunden. Auch die Sprache hat sich im Laufe der Zeit verändert, indem sie sich aus der Architektur und dem Bühnenbild bedient hat, um die Ideen der Künstler gegenüber den Zuschauern, den Göttern oder der Welt deutlicher darstellen zu können. Seit geraumer Zeit werden in den meisten Fällen ähnliche kreative Freiheiten gewährt, die es auch erlauben, Mythen in die Bühnenräume zu integrieren.

Der Bühnenraum ist ein Ort, an dem im Laufe seiner Geschichte Flexibilität und Inklusion gefördert wurden, sowohl in der physischen Infrastruktur, als auch hinsichtlich der menschlichen und künstlerischen Vielfalt.

Gegenwärtig geht die Schaffung eines Bühnenraums zunächst mit einer Reihe von Fragen, die individuell beantwortet werden müssen einher und sich an den jeweiligen Ort, alle beteiligten Darsteller*innen, Künstler*innen, Regie und deren jeweilige Eigenheiten und gewissermaßen Magie richten, um zielgerichtet einen gesamten Prozess der Anordnung verschiedener Formen, Lichter, Farben und Klänge durchzuführen. Wie kommuniziert man eine Tragödie? Welche Klänge vermitteln ein melancholisches Gefühl? Wie bewegt sich ein Körper, der Freude empfindet? Welcher Raum enthält Stille oder Aufregung?

In den folgenden Seiten werden wir die Formen des Raums, dessen künstlerische Potentiale und zu Grunde liegende Kultur - die in jeder Epoche Einfluss nimmt - und deren Menschen, mit denen diese Arten von Medien aus historischer Sicht verbunden sind, analysieren und die aktuellen Entwicklungen erforschen. Ziel besagter Erörterung ist es, den Begriff der Bühne zu erweitern und Werkzeuge zu fördern, die die Gruppenbindung stärken, Sicherheit und Unterstützung in künstlerischen Umgebungen bieten.

2. MAGIE UND KUNST IN IHREN ANFÄNGEN


Es ist leicht vorstellbar, dass die Menschen in ferner Vergangenheit das Bedürfnis hatten, mit ihren Mitmenschen und ihren Göttern zu kommunizieren, um Hilfe zu erbitten, Befehle zu erteilen, abzulehnen oder zu danken sowie ihre Ängste und Zuneigungen auszudrücken. Unsere Vorfahren erfanden die Kommunikation. Heutzutage lösen wir im westlichen Kulturkreis fast alles mit mündlicher, artikulierter Sprache. In jenen Zeiten jedoch kommunizierten unsere Vorfahren mit ihrem gesamten Wesen: mit ihren Füßen, ihren Händen, dem Ausdruck in ihren Gesichtern und ihrer Stimme durch die Modulation von Klangfarbe und Lautstärke.

Kurz gesagt, mit dem ganzen Körper und seinen Möglichkeiten. Wenn wir an die flüchtigen Künste denken, begann die Anerkennung von Rhythmus mit der Beobachtung natürlicher Zyklen von Tag und Nacht, Jahreszeiten, Leben und Tod, dem Klang des Herzens. Allmählich begleitete dieser Rhythmus die Bewegungen und Tänze, die durch Trance oder Ritual kanalisiert wurden und eine Verbindung zu den Göttern herstellten. Die Riten waren Anlässe, bei denen die Gemeinschaft zusammenkam, soziale Ordnungen etabliert und Aufgaben verteilt wurden.



Bild: 1. "Der Tanz von Cogull". Höhlenmalerei, Tanzszene. Gefunden in der Roca de los Moros, Katalonien, Spanien

Sie waren auch eine Gelegenheit, Ekstase zu erleben und sich dem Vergnügen hinzugeben. Die Mutter Erde als erste Göttin wurde durch verschiedene Riten gesegnet, bei denen die Menschen um das Feuer tanzten, in einer großen Grube oder auf einem Berggipfel, immer in engem Kontakt mit der Natur und der Gemeinschaft.

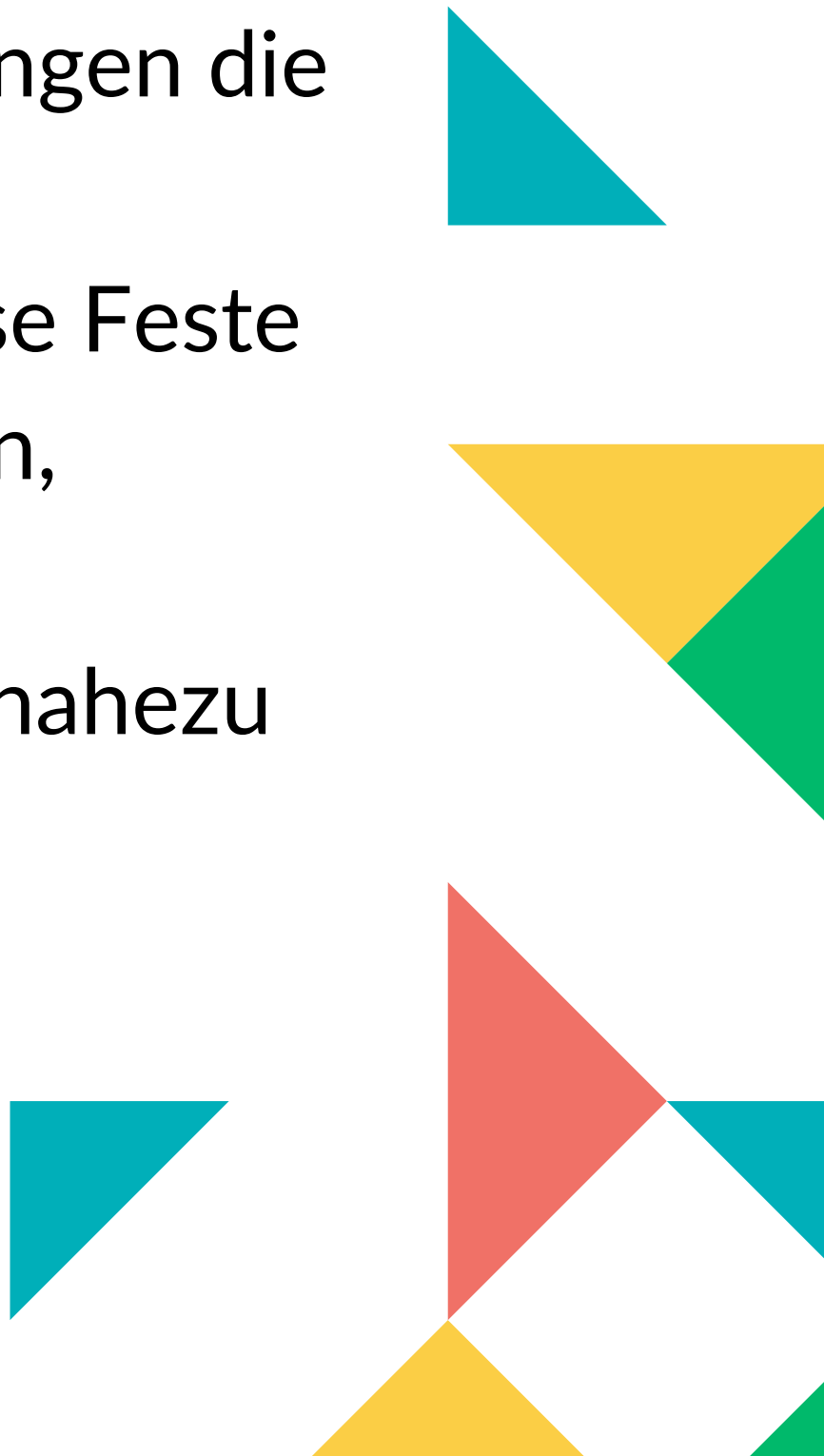


Während der Zeremonien wurden Kreistänze organisiert, die etwas symbolisierten, das keinen Anfang oder kein Ende hatte. Außerdem verwendeten sie zum Beispiel Masken, die zunächst mit dem Tod in Verbindung gebracht wurden; dem Tod unseres Egos, der es uns ermöglicht, in uns selbst einzutauchen, und zu unseren fantastischsten und geheimnisvollsten Ursprüngen zurückzukehren.

Die Beziehung zwischen den darstellenden Künsten und der Magie besteht seit der prähistorischen Zeit. In primitiven Gesellschaften spielten Musik, Aufführung und Tanz, untrennbar verbunden durch die rhythmische Komponente, eine wichtige soziale Rolle, die mit der Feier ritueller Handlungen verbunden war, die die Gemeinschaft vereinten. Heute ist es in den darstellenden Künsten erlaubt, das Imaginäre zu repräsentieren, das Verbotene zu kommunizieren, Errungenschaften zu feiern oder Kämpfe zu tanzen. Magie existiert in diesem Bühnenraum und steht in direktem Zusammenhang mit der Gesellschaft.

5.3 KLASSISCH GRIECHISCH- RÖMISCHES THEATER

Ab dem 4. Jahrhundert v. Chr. erlebten verschiedene Gesellschaften Veränderungen in den Zeremonien, deren Betrachtung zu drei Rollen führte, aus denen besagte Handlungen beobachtet oder daran teilgenommen werden kann: als Darstellende / Produzierende, als Zuschauende / Rezipierende oder als Architekt*innen. Die Rituale, bei denen die Teilnehmer*innen sich trafen, begannen, strukturierter zu sein. Außerdem führte der Aufstieg der patriarchalen Systeme (die mit der Eroberung neuer Gebiete verbunden waren) dazu, dass das matriachale System zurückging und mit ihm seine Göttinnen. Mythologische Götter begannen verehrt zu werden und für Jahrhunderte waren alle Darstellungen und Riten ihnen gewidmet. Die Dionysien-Feste führten zu den ersten Interpretationen. Diese Zeremonien des Weingottes zwangen die Architekten dazu, mehr über den Bühnenraum nachzudenken. Diese Feste dauerten selbst 12 bis 24 Stunden, manchmal bis zu 3 Tage und die Beteiligung der Gesellschaft war nahezu absolut.



PARTES DEL TEATRO GRIEGO

- A. «Koilon»
- B. «Skené»
- C. «Orchestra»

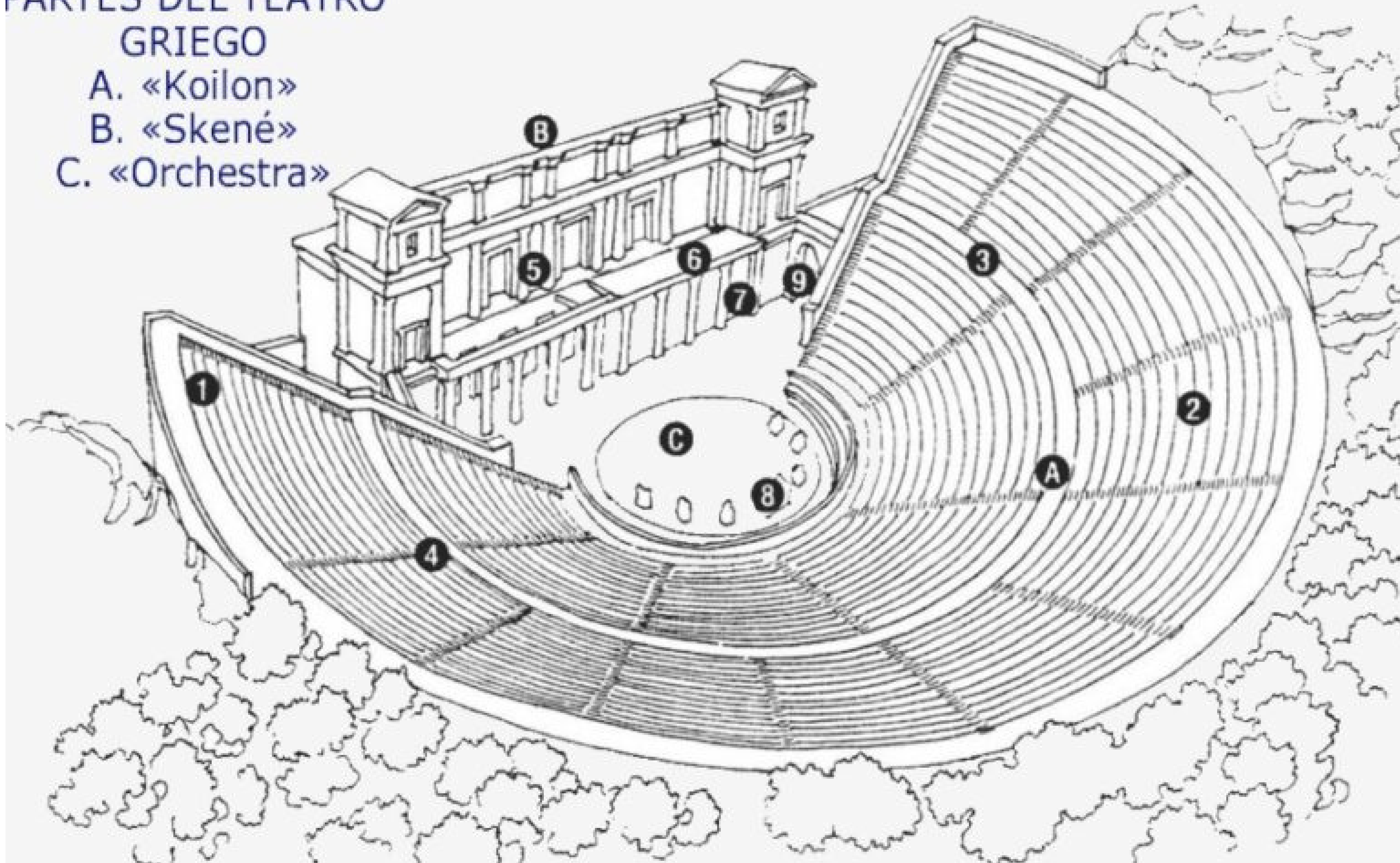


Bild: 2. Schema des griechischen Theaters

So entstand das griechische Theater, mit Tragödie, später Komödie und Satire. Auf der Bühne finden wir den Chor, bestehend aus mehr als 15 Männern, die lyrisch sangen und von ein oder zwei Schauspielern begleitet wurden. Frauen nahmen zu diesem Zeitpunkt noch nicht teil. Der physische Raum, in dem das griechische Theater stattfand, bestand aus zwei Hauptteilen. Der erste - Koilon - war so angeordnet, dass die Sitzreihen im Auditorium in einen Hang eingebaut waren und hatte eine halbkreisförmige Form um den Chor herum. Der zweite Teil - Orchestra - der sich auf Bodenniveau von Koilon befand, war kreisförmig. Die Eingänge - zwei Korridore namens Parodos - befanden sich auf jeder Seite.

Skené war der Ort, an dem die Solodarsteller waren; der vordere Teil wurde Proskênion genannt, der hintere Teil wurde von den Schauspielern genutzt, um Kostüme zu wechseln und vor und nach ihrer Aufführung zu warten. Diese Theater hatten eine Kapazität von mehr als 15.000 Menschen. Was das römische Theater betrifft, sind seine Hauptmerkmale die halbkreisförmigen Bögen und Tonnengewölbe, die zu den Tribünen führten, da sie nicht auf einem Hügel platziert werden mussten. Unterschiede sind auch beim Betrachten der Bodenebene erkennbar: Die meist kreisförmige Form wird durch eine halbkreisförmige ersetzt, außerdem wird der Vorhang eingeführt. Die Scaenae oder Szene gewinnt an Bedeutung und das Gebäude selbst wird aufwändiger dekoriert.



Bild: 3. griechisches Theater in Athen

Darüber hinaus wurde die Größe einiger Theater erhöht, die beiden Stockwerke übereinandergestapelt und ein drittes hinzugefügt. Im Laufe der Zeit wird dies dazu führen, dass Theater in den städtischen Raum integriert werden, später sogar von Bürgerhäusern umgeben sein werden. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung des Orchestra ab. Ihre Größe wird ebenfalls aufgrund der geringeren Bedeutung des Chor reduziert, und sie wird als Raum für illustre Persönlichkeiten genutzt. Die Cavea spiegelt die römische Gesellschaft wider, da sie in drei Teile - ima, media und summa - unterteilt ist, was ebenfalls zur Abgrenzung der sozialen Klassen führt. In dieser Phase der Geschichte machte der Bühnenraum einen großen Sprung und verwandelte sich von der Natur selbst in ein Gebäude, das als Ort für Aufführungen diente. Dieser Prozess wurde von sozialen Veränderungen, den Verehrungen und Gottheiten, beeinflusst.

Mit den Römern tauchten öffentliche Spiele auf, bei denen Wettbewerbe, Tierrennen usw. stattfanden. Die Gedanken und Bräuche jeder Bevölkerung machen die Bühne zu einem Ort, an dem

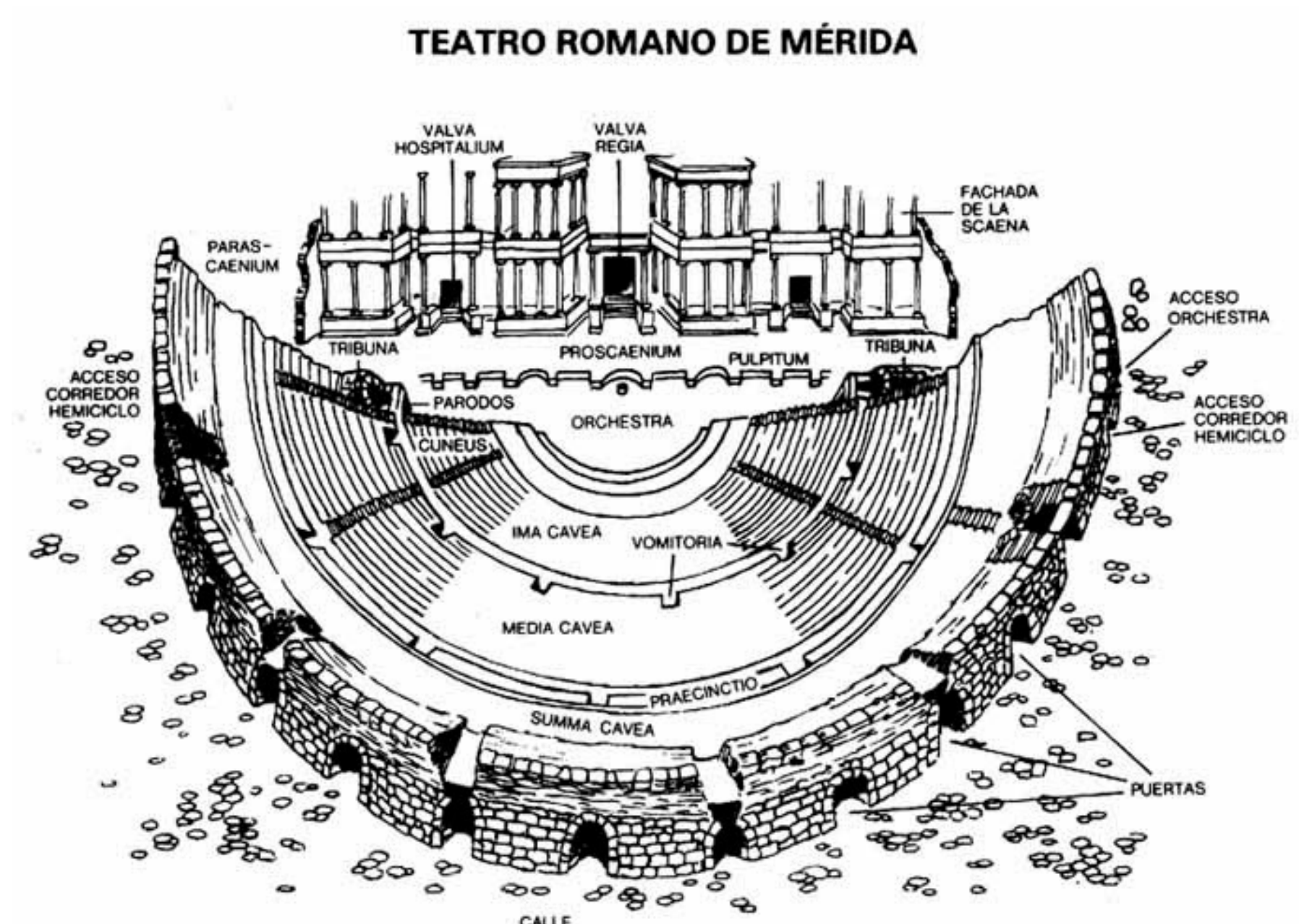


Bild: 4. Schema des römischen Theaters in Merida.

Wünsche zum Ausdruck gebracht werden. Daher werden auch die soziale Schichtung, wirtschaftliche Unterschiede sowie die Aufteilung der Macht deutlich sichtbar. Die Technologien in jener Zeit hatten einen direkten Einfluss auf die Gestaltungsmöglichkeiten und hinterließen ein architektonisches Erbe für zukünftige Kulturen.



Bild: 5. römisches Theater in Aspendos

5.4 MITTELALTER

Das Römische Reich fällt und damit treten verschiedene sozio-politische Probleme auf, die zeigen, wie eine neue Gesellschaft geformt wird, mit Werten, die eine radikale Veränderung der Überzeugungen fordern: von der polytheistischen römischen Gesellschaft zur christlichen Gesellschaft. In der Logik dieser neuen Gesellschaft verschwinden das Theater und die heidnischen Vorstellungen; es gibt keinen Ort für die Verehrung falscher Götter. Die Zivilisation wird sich um einen neuen Helden, Christus, drehen.

Liturgische Zeremonien gedenken seines Lebens und seiner Lehren. Dies geschah gleichzeitig in ganz Westeuropa und führte zum religiösen Theater.

Innerhalb der Tempel fanden szenische Darstellungen der biblischen Heiligkeit statt. Hier wurden bewegliche szenografische Kulissen verwendet, wie zum Beispiel die Arche des Himmels, ein Aufzug, der von Seilzügen bewegt wurde und Schauspieler hoch- und herunterfahren konnte. Andere Theater- und Tanzgenres wurden aufgrund mangelnder Anstandswahrung und Überschreitung der Feierlichkeiten vertrieben.

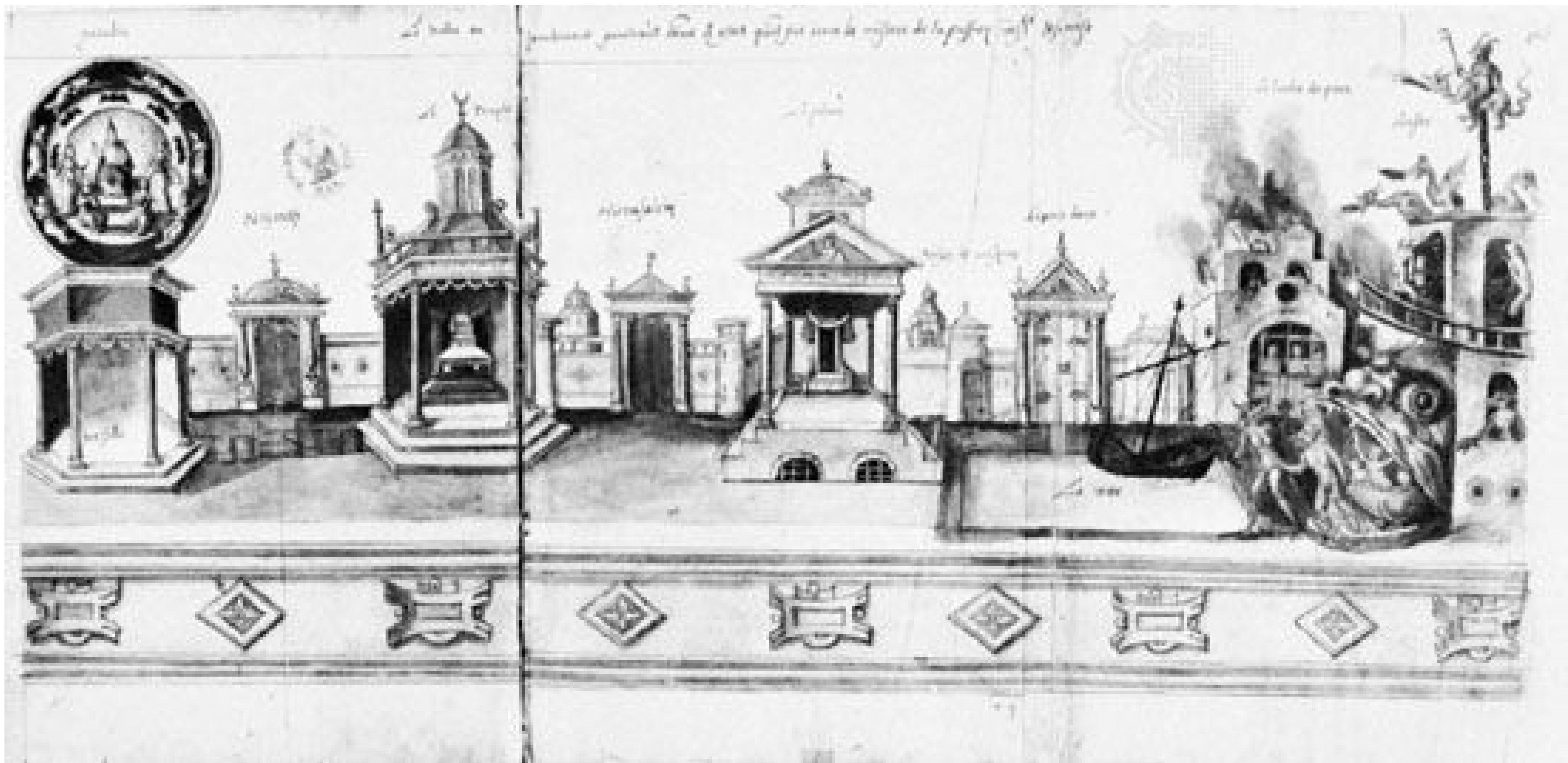


Bild: 6. horizontale mehrstufige Bühne

Berufsmusiker, Tänzer, Schauspieler und Akrobaten erhielten keinen Zugang zu den Tempeln, weil viele ihrer Darbietungen als respektlos angesehen wurden. Nach der Vertreibung aus den Tempeln mussten sie auf das Auftreten auf der Straße zurückgreifen. Einige der glücklicheren, wie Minnesänger, traten auch in Schlössern und Hofzentren auf, wo sie Troubadour-Poesie mit einem Liebesthema rezitierten und aufführten. Der Mangel an physischem Raum in den Kathedralen verlagerte die Bühne in die Vorhallen der Kirchen. Dies führte zur Entstehung des im Mittelalter am häufigsten verwendeten Bühnentyps im religiösen Theater: der horizontalen Mehrfachbühne. Eine Plattform an der Fassade der Kirche war der Ort, an dem die Handlung stattfand, später Mansions genannt, mit drei gut definierten Orten:

Paradies, Himmel und Hölle. Um verschiedene Szenen zu schaffen, erreichten diese Orte Dimensionen von bis zu 60 m Länge und 8 m Breite, wobei die Zuschauer*innen vor ihnen auf Tribünen saßen. Dieses Format wurde auf den Straßen, Plätzen und sogar auf Friedhöfen angewendet. Eine Art der Mehrfachbühne platzierte die Szenen nicht nebeneinander, sondern übereinander, was zur vertikalen Mehrfachbühne führte: der Himmel oben, die Erde in der Mitte und die Hölle unten.

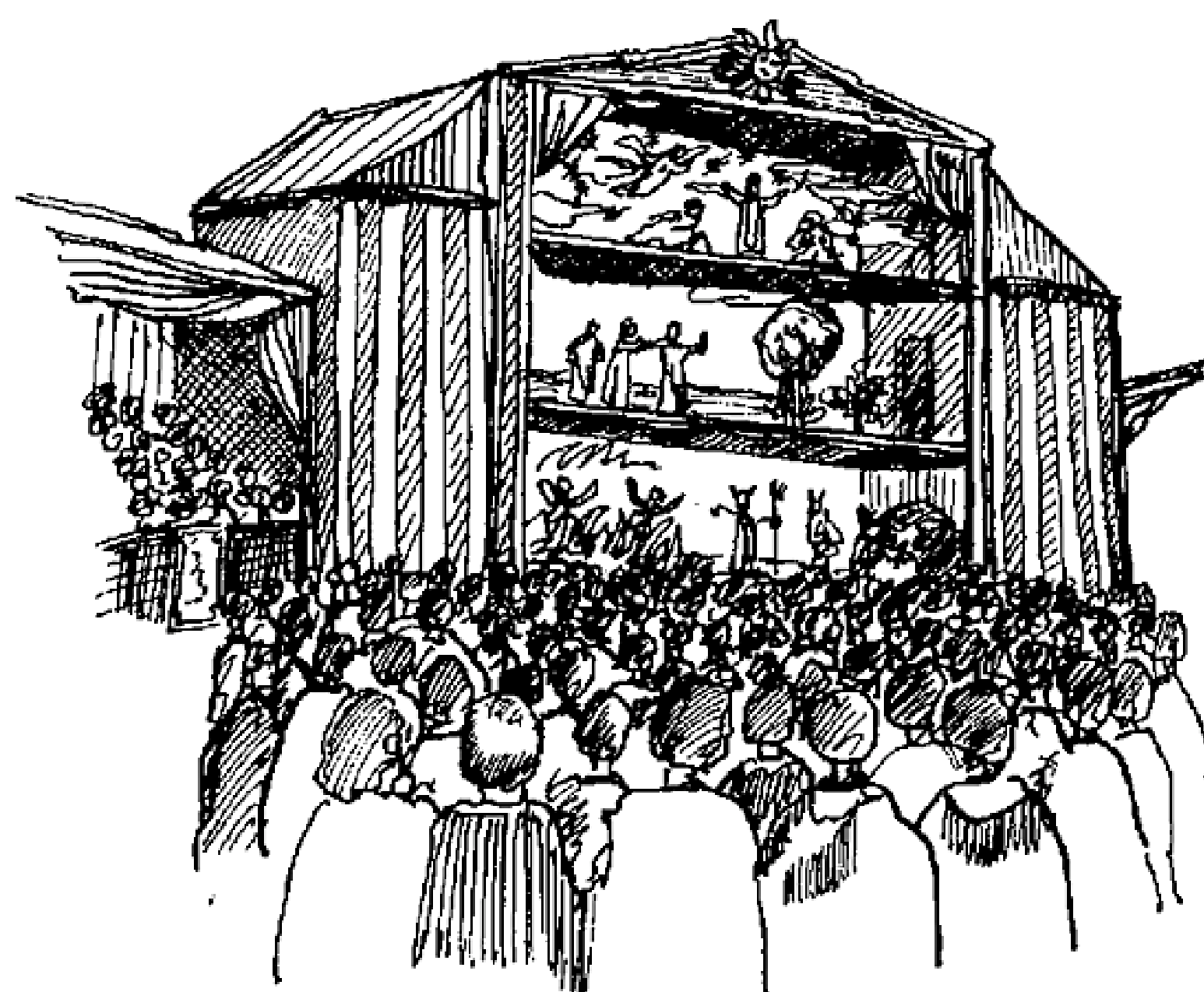


Bild: 7. vertikale mehrstufige Bühne

Eine weitere Form der Darstellung waren Prozessionen durch die Straßen mit religiösen Stationen auf Rädern, die als Wagen bekannt waren. Diese Shows führten zu den sogenannten sakramentalen Mysterien oder Mysterienspielen. Sie wurden durch die Straßen der Städte gefahren und an bestimmten Punkten entlang der Route hielten sie an, damit die Schauspieler ihre Charaktere zum Leben erwecken konnten, in der Regel mit Themen über das Leben und den Tod von Jesus. Später wurden die Wagen alle an einem einzigen Ort präsentiert.



Bild 8: Wagen

Während die Kirche nach und nach die Kontrolle über die Aufführungen verlor, entstand die dreidimensionale Mehrfachbühne. Der Bühnenraum war jetzt der Stadtplatz. Hier wurden die Plattformen im gesamten Raum platziert und jede von ihnen stellte eine andere Szene dar, sodass die Menschen den Platz umrunden konnten, um alle Akte zu sehen.



Bild 9: Bühnenraum, ein Platz

Auf der anderen Seite etablierten sich im Mittelalter Charaktere mit vielschichtiger Arbeit und Persönlichkeit, die als Spielleute bekannt waren. Sie wurden zu großen Vertretern der Straßenunterhaltung durch die Ausführung von Akrobatik, Liedern, dem Umgang mit Musikinstrumenten, Kompositionen, Rezitationen usw. Während dieser Phase wurde die Idee von Dekorationen entwickelt, sowohl innerhalb der Tempel als auch in jedem Wagen oder jeder Plattform auf den Plätzen. So wurden die römischen Theater hinter sich gelassen, und der Freiluftraum führte die Darstellung der Künste an. Einerseits durch das Christentum verbunden, um die Verehrung eines allmächtigen Gottes zu zeigen, andererseits fanden in dieser Zeit die Geschichten der Menschen, der Heiligen, der Jungfrauen statt, die dem säkularen Theater ihren Namen gaben.

Säkulares Theater hat viele Formen, zeichnet sich jedoch durch einen Mangel an Ressourcen und einem spezifischen Raum aus. Das populäre Theater wurde von Laiendarstellern durchgeführt, die einen transgressiven Charakter hatten und bei dem einige biblische Passagen parodiert oder improvisierte Witze über Predigten gemacht wurden. Ihr Ziel war es, die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen, weshalb sie auf Schlaginstrumente zurückgriffen, um diese zu erhaschen. Stelzen und Werkzeuge, die die menschliche Figur vergrößern, wurden verwendet. Dabei ist zu erwähnen, dass diese Art der Darstellung kostenlos war und erst später ein Hut herumgereicht wurde, um ein Gehalt zu sammeln.

Diese Bühne zeigt deutlich die Institutionalisierung des Christentums, das heidnische Theatervorstellungen in den Bereich der Sünde verbannte. Sowohl die Bühnenbilder, Kostüme als auch die Infrastruktur waren dem religiösen Theater gewidmet. Die Unterschiede in der Klasse und den Überzeugungen waren sehr deutlich. Es hieß, dass alle Handlungen außerhalb der Kirche Handlungen des Teufels waren, und diese Gedanken schlossen auch die Vorstellung ein, dass Frauen in der religiösen Liturgie keine Stimme oder Rolle hatten. Doch nicht alles war religiös, die Spielleute und Straßenkünstler brachten ihre Kunst in die Städte, Dörfer und Märkte, wo sie gut aufgenommen wurden.

Diese Menschen wurden von der Kirche verfolgt und für unfähig erklärt, da sie als Fortsetzung der römischen Mimen angesehen wurden. So fand die Straßenkunst allmählich außerhalb der christlichen Gemeinschaft statt.

5.5 RENAISSANCE

Die Renaissance war eine Bewegung, die darauf abzielte, das klassische Wissen wiederzugewinnen. Es gab eine kulturelle Transformation in den Bereichen Wissenschaft, Kunst, Denken und Schreiben. Sie entstand in Italien und drehte sich um den Menschen. Im Allgemeinen zeigt die Nachrichtenlage dieser Zeit, dass die Adligen und Priester des 15. Jahrhunderts Theater in ihren eigenen Palästen einrichteten, basierend auf dem Traktat von Vitruv. Dieses architektonische Traktat basierte auf menschlichen Proportionen. Der Bühnenraum innerhalb der Höfe war ein Raum mit einer in Perspektive gemalten Szenerie am hinteren Ende der Bühne,



Bild: 10. Renaissance-Perspektivtheater

eingerahmt von einem Proszeniumsbogen und einer ornamentalen architektonischen Fassade, wo die Szene als Gemälde interpretiert wurde. Perspektivische Szenen entstanden mit einem einzigen Fluchtpunkt, einer Form, die als "Bühnenwürfel" bezeichnet wird. Die Schauspieler*innen waren Imitatoren und beherrschten Fähigkeiten wie Mimik, Tanz, Musik und Gesang. Mit der Commedia dell'arte begann die Professionalisierung des Theaters.



Bild 11: Olympisches Theater in Vincenza

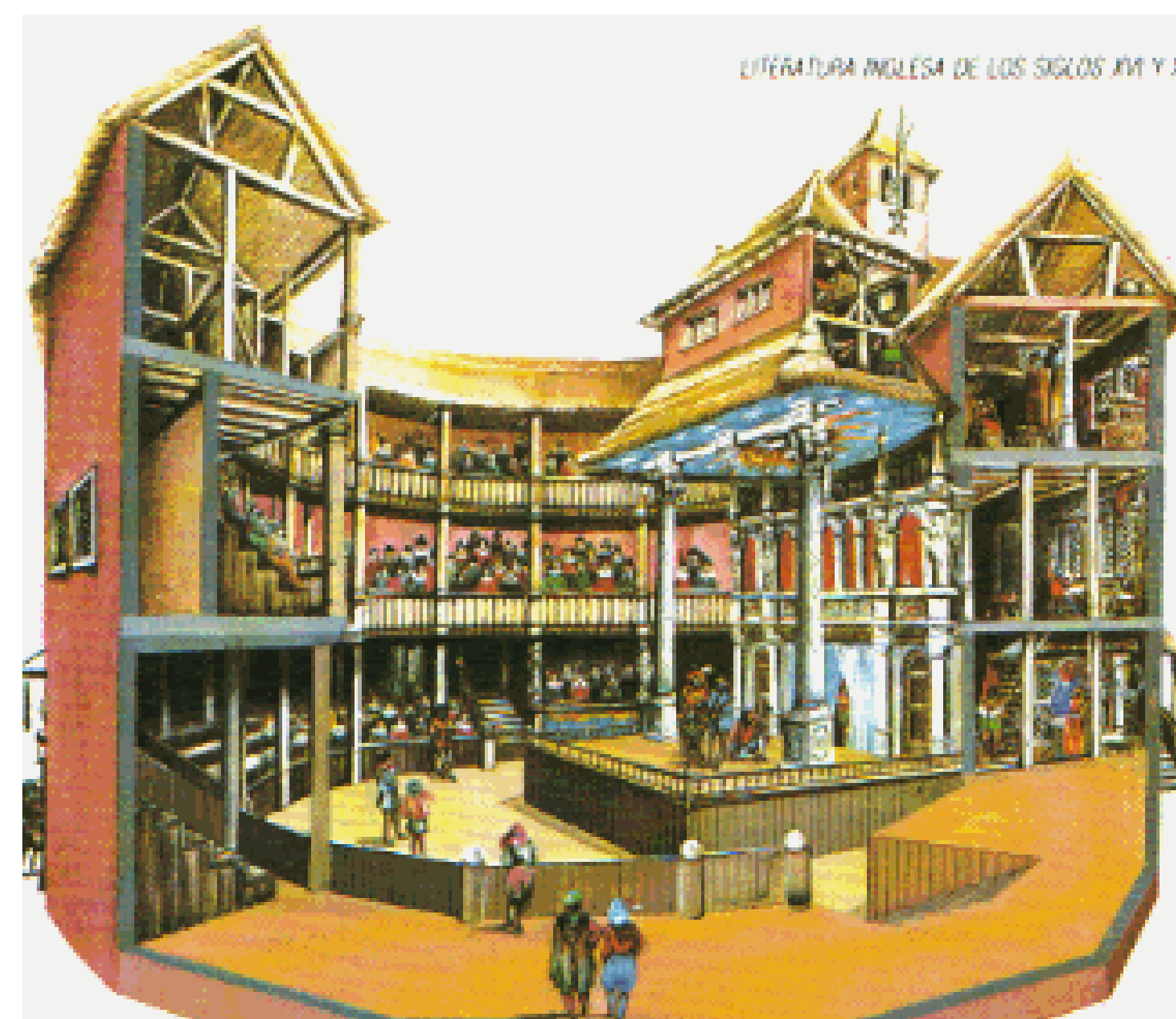
Sie setzten Masken und Höhepunkte ein, die das Erscheinen von Frauen auf der Bühne betonten. Das beliebteste Theater auf den Plätzen existierte weiterhin parallel.

Das Renaissance-Theater entwickelte sich nicht nur in Italien, sondern auch in England, gefördert von Königin Elizabeth, und so erhielt es auch ihren Namen - elisabethanisches Theater. Die Gebäude hatten eine runde oder achteckige Form, ahmten die Struktur der Arenen für Tierkämpfe nach und hatten nur ein Dach auf der Bühne und über den Balkonen.

Der zentrale Bereich des Gebäudes war den Wetterverhältnissen ausgesetzt. Das Bühnenbild war nicht vorhanden oder sehr mangelhaft. Sie hatten eine Kapazität von mehr als 3.000 Zuschauenden. Elizabeth I. beschränkte sich jedoch auf die Einrichtung von Bühnen im Hof oder im großen Raum ihrer Residenz, sodass sie die Shows im Innenbereich durchführte. In dieser Zeit tauchten auch die ersten Amphitheater mit horizontalen Etagen



12. Elisabethanisches Theater



13. Schema des elisabethanischen Theaters

auf, die Darstellung der Perspektive und die Illusionen wurden aufgegeben. Ein Beispiel hierfür ist das Swan-Theater in London.

Auch in Spanien entstanden sogenannte Corrales; Dabei handelt es sich um Freiluft-Innenhöfe mit flachem Boden, die vorne durch das Haus begrenzt waren, das zur Straße führte und in dem der Vermieter normalerweise wohnte. Die Seiten des Innenhofs waren von den Wänden der Nachbarn umgeben und im Hintergrund befand sich die Bühne, die eine perfekte Sicht von jedem Ort aus ermöglichte.

Die Zuschauer hatten die Möglichkeit, die Aufführung stehend im Hof zu betrachten, auf den Reihen der Seitenränge zu sitzen oder in den Privaträumen in benachbarten Gebäuden oder vor der Bühne zu sitzen. Diese Privaträume waren rund herum mit kleinen Baldachinen bedeckt, um Sitzplätze zur Verfügung zu stellen. Die Balkone, genannt "Cazuelas", waren ausschließlich für Frauen reserviert. Die ersten Gilden oder Bruderschaften sind die direkten Vorläufer des modernen Theaterunternehmertums.

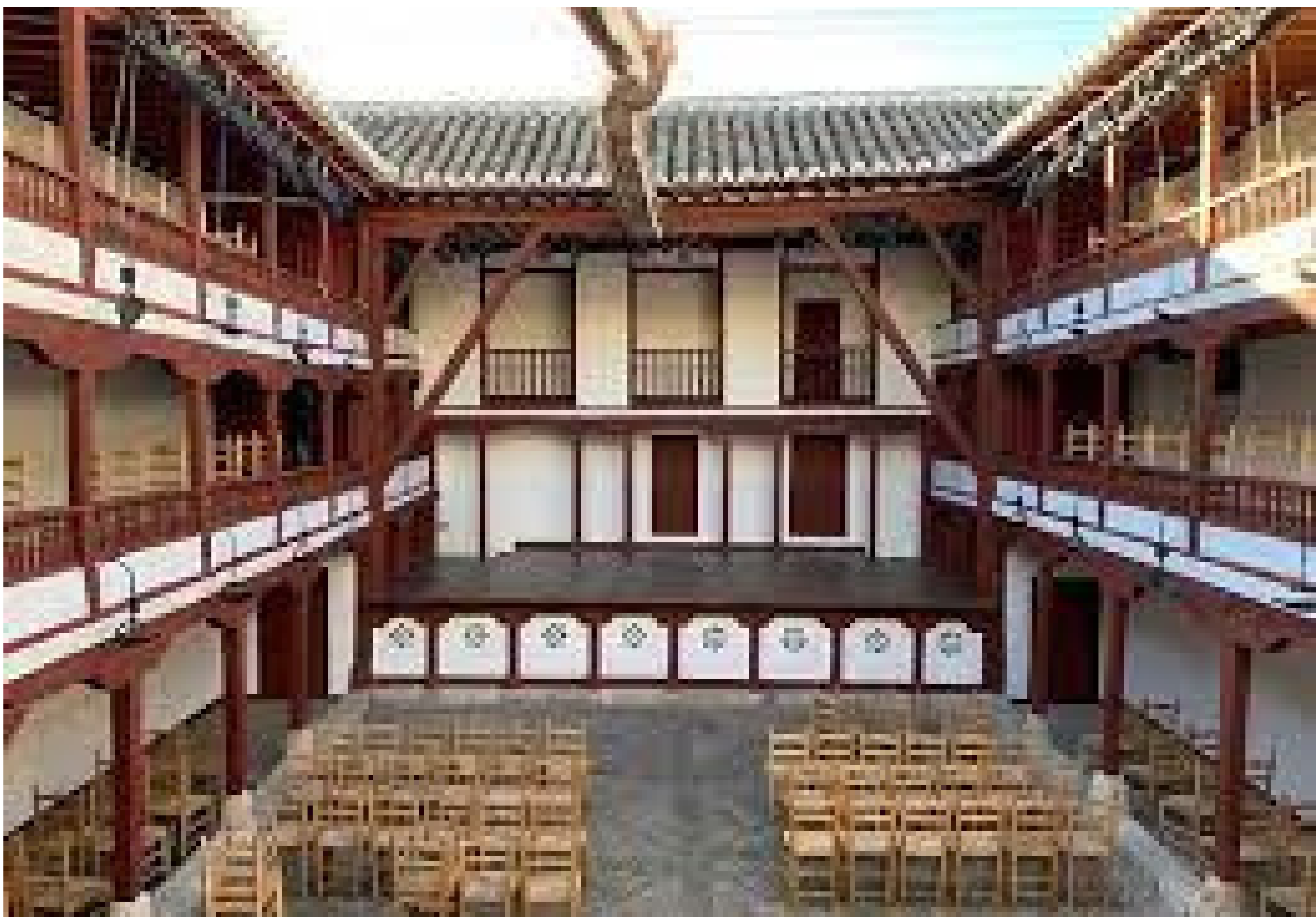


Bild: 14. Corral de Comedia (Theaterhöfe) in Spanien

Sie mieteten einen Innenhof und schufen eine authentische Bühnenstruktur, von der der Rat profitierte und dessen wohltätige Aktivitäten, die diese Bruderschaften und das Theater initiierten, durch dessen Fachleute aufrecht erhalten wurde.

Schließlich kommen wir zur Aufführung, ihrer Konfiguration und dem Verkauf als Konsumgut wird im sozialen, kulturellen Bereich und der Unterhaltung als grundlegend betrachtet.

5.6 ACHTZEHNTES JH. UND SPÄTER

Das 18. Jahrhundert hat endgültig ein Modell des szenischen Raums bestätigt, das in seinen Grundelementen bis heute erhalten geblieben ist. Es handelt sich um das so genannte italienische Theater, das höfischen Ursprungs ist. Die Theaterbühne ist ein Bühnenkasten, der aus drei Teilen besteht: dem Orchestergraben, einem Raum, der die Bühne und den ausschließlich für das Orchester geschaffenen Zuschauerraum

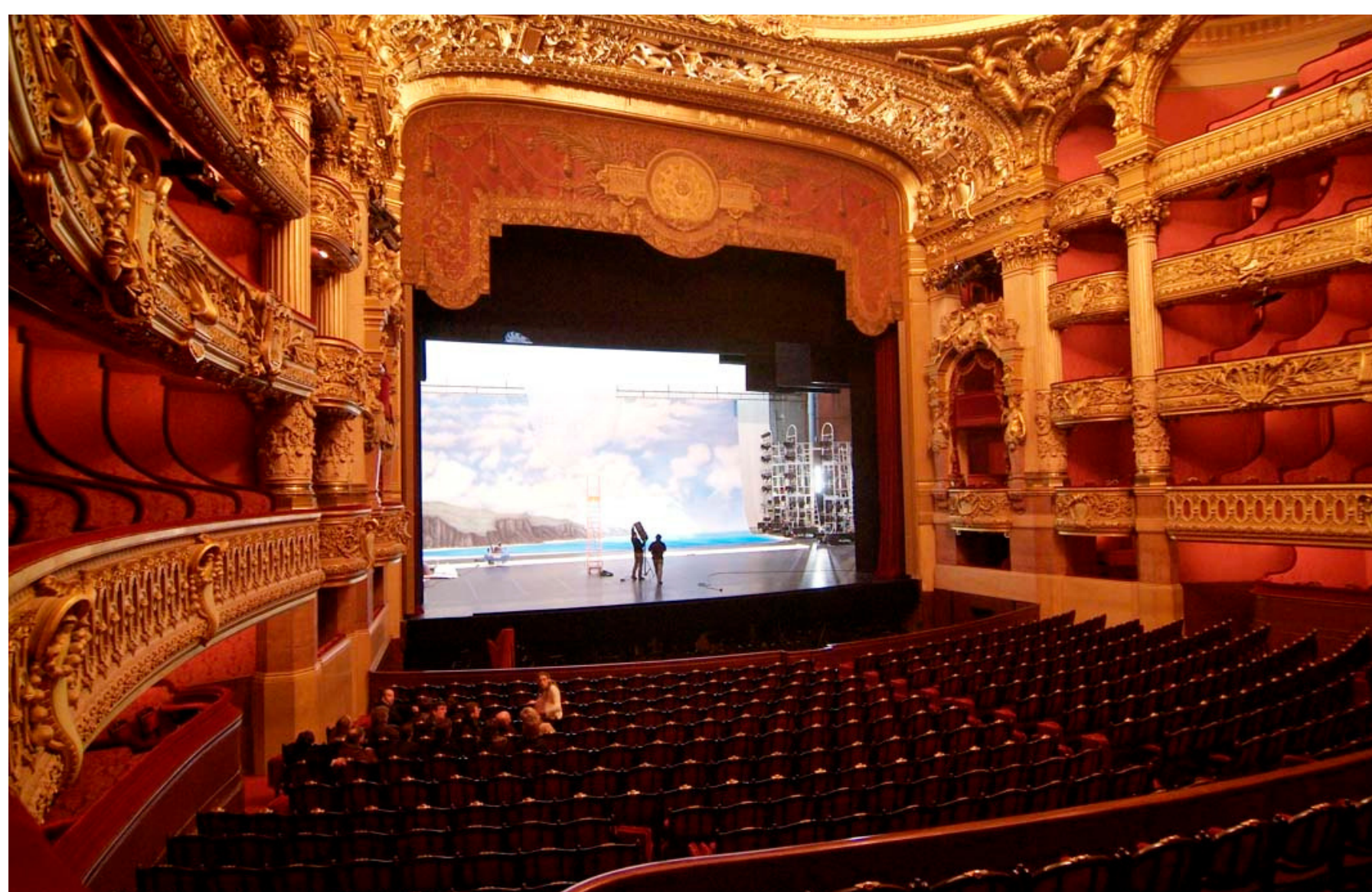


Bild:15.Italienisches Theater.Opéra Garnier, Paris, Frankreich.

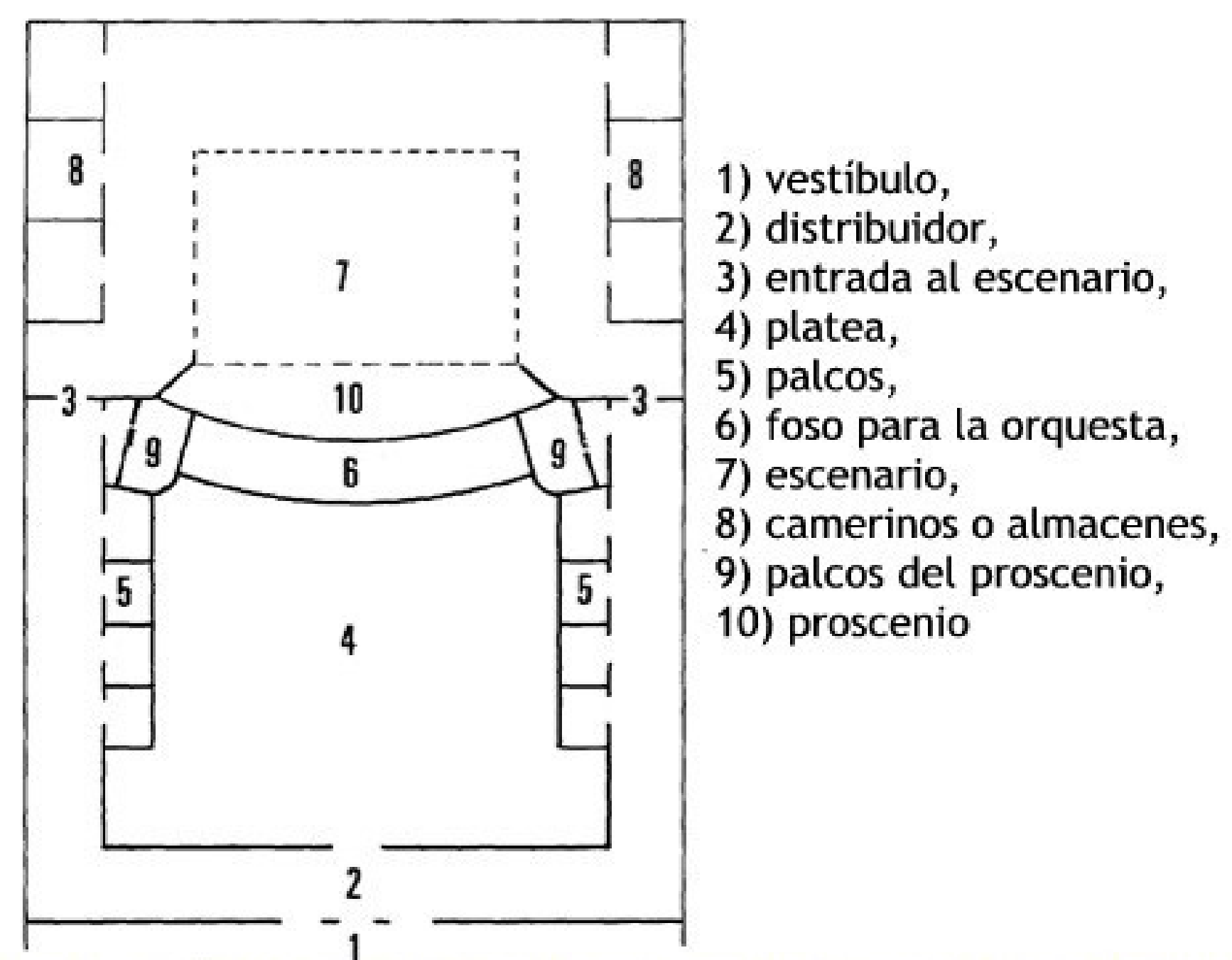


Bild: 16. Teile eines italienischen Theater.

trennt, dem Webstuhl, der sich am oberen Ende der Bühne befindet und aus dem Kamm besteht, der wiederum aus einem speziellen Gitter besteht, in dem die Seile zirkulieren, die die Vorhänge, die Hinterbühne usw. auf- und abziehen, und der Szene, dem Ort, an dem die Aufführung stattfindet und an dem verschiedene szenografische Elemente platziert sind. Sein vorderer Teil wird durch den Ansatz und das Proszenium begrenzt. Die Oper wird geboren, die Musik, die im Barock als Propagandamittel der Kirchen und des Adels verwendet wurde und die in der Lage war, das professionelle Niveau der Musiker*innen zu halten. Die Musik wird wieder unverzichtbar für jegliche Tätigkeit, die Interpretieren werden zu Dienern des Adels. Alle Künste werden dramatisiert und mit Ornamenten versehen.

Der szenische Raum gewinnt an Bedeutung, denn man will die Aufmerksamkeit des Zuschauenden so lange wie möglich aufrechterhalten, mit Effekten, Licht, Ton, Kulissen, Gemälden und kinematografischen Mitteln, die den



Bild: 17 Surrealismus. 1921. "Die Braut und der Bräutigam des Eiffelturms". Cocteau

Werken Glanz verleihen. Man begann, komplexe und vielfältige Maschinerien einzusetzen, die zweifelsohne darauf abzielten, die Leichtigkeit oder den nicht-künstlichen Charakter der verwendeten szenischen Mittel deutlich zu machen. Im Laufe der Jahre bis zum 20. Jahrhundert werden die Maschinen perfektioniert, die kulturellen Räume vielfältigt, es gibt einen großen Aufschwung von Konzertsälen und Theatern, in denen versucht wird, die Trennung zwischen Zuschauenden und Künstler*innen aufzuheben, wodurch das



Bild:18.Romantisches Theater 19. Jahrhundert.

Totale Theater entsteht, in dem der Körper und die Körpersprache die Hauptrolle spielen und die Zuschauer*innen erschauern lassen. In der Narration werden außerdem sozio-politische Geschichten erzählt, die auf Plätzen, Straßen usw. in propagandistischer Manier aufgeführt werden.

5.7 20. JH.

Das zwanzigste Jahrhundert kommt und die Fortschritte werden akzentuiert, nuanciert und andere Innovationen und Verbesserungen werden präsentiert. Mit der Geburt der Fotografie und des Kinos wird es möglich, die Kunst in der Zeit wahrzunehmen. Es geht nicht mehr nur darum über das Sehen, Hören, Fühlen zu sprechen, sondern jede Aufführung mitzuerleben, emotional zu werden und das Warum und Wie eines jeden Moments der Geschichte auf der Bühne von nun an zu verstehen. Die Aufführungen werden immens - in großen öffentlichen Räumen und



Bild: 19. Szenischer Raum in Deutschland, 20. Jahrhundert.

Auditorien, sogar unter freiem Himmel, als Gegenreaktion auf das Theater der bürgerlichen Klasse. Der gesellschaftspolitische Ursprung ist in Mode und breitet sich in ganz Europa aus. Es entstehen die großen Volksfeste im Sommer oder Frühjahr, die sich nicht auf das Theater beschränken, sondern auch Musik, Oper oder Tanz bieten. Um Räume, Architektur und Kulissen bereitzustellen, muss man die



Bild: 20. Theater Hellerau. Gordon Craig

Aufführungen, die Darstellenden und die Zuschauenden verstehen. Die Dekorationen mit ihren schrägen und asymmetrischen Linien und Flächen widersetzen sich den Gesetzen des Gleichgewichts. In den Aufführungen wird die szenografische Plastik durch die psychologischen Effekte der Projektionen und die Schatten- und Helligkeitsspiele der Beleuchtung unterstützt. Nicht minder wichtig ist die Rolle, die der Musik in vielen Aufführungen zukommt. Man könnte sagen, dass alle Künste einander brauchen und sich gegenseitig helfen, da sie alle die gleichen Wurzeln haben.

In Europa entstand eine weitere Strömung, die von Ideen aus Nord- und Südamerika beeinflusst war.

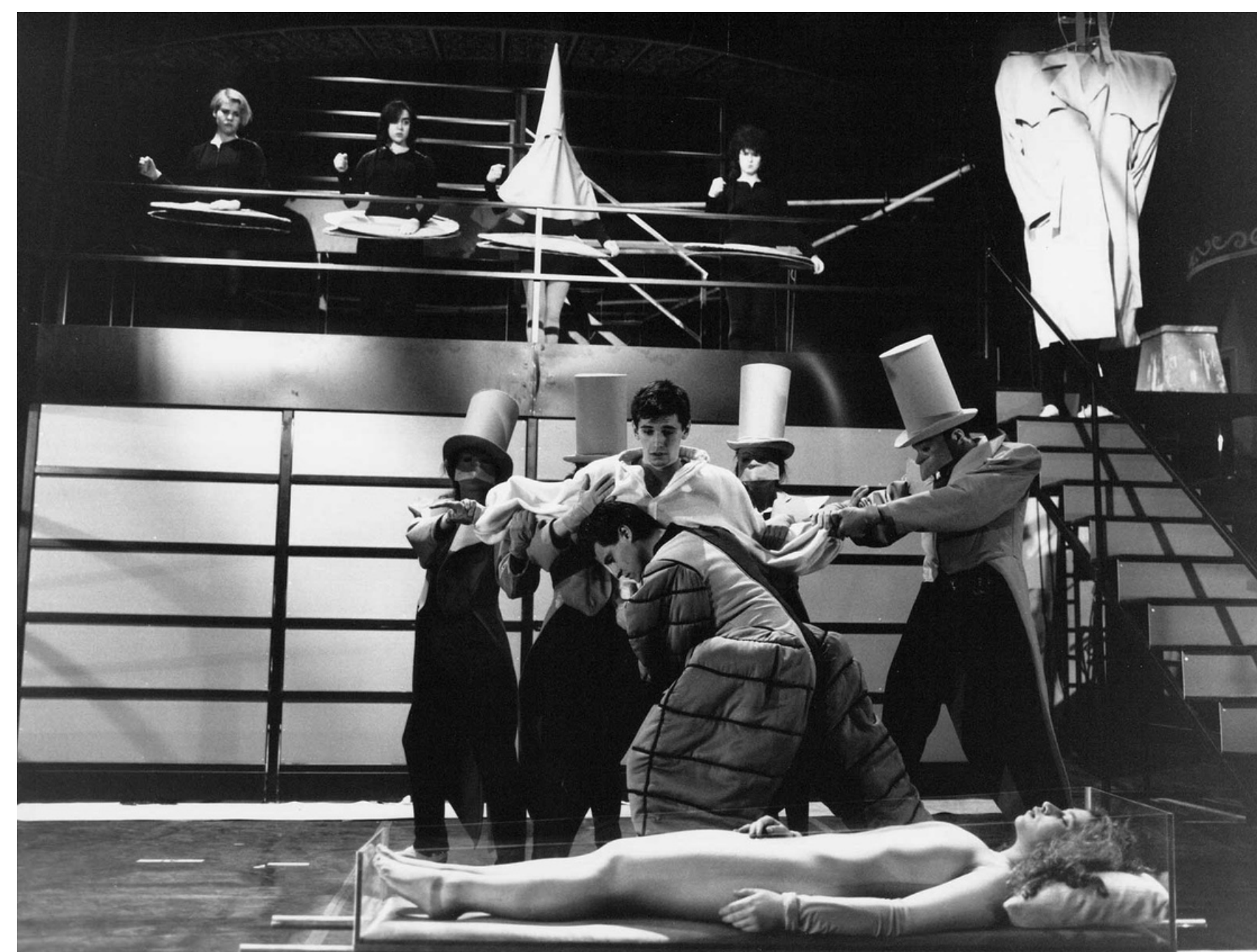


Bild: 21. Kollektive Kreation, 20.

Jahrhundert.

Die pazifistischen Anarchisten dieser Zeit entwickelten viele Konzepte und Methoden, wie zum Beispiel das kollektive Schaffen, die Improvisation als Mittel zur Kreation, die Aufführung oder die Einbeziehung des Publikums. Die Unterscheidung zwischen Regisseur*innen und Schauspieler*innen wurde aufgehoben. Das ideologische Engagement führte zur Schaffung einer neuen Szene, in der die Schlüsselideen



Bild: 22. Concertgebouw-Saal. Amsterdam.

nicht nur Teil ihrer Aussagen waren, sondern auch Auswirkungen auf ihr tägliches Leben hatten: Selbstbestimmung, Gemeinschaft, Spontanität, Gleichheit, Partizipation, Unterhaltung, Kreativität, Unabhängigkeit, sexuelle Befreiung, Kollektivierung von Funktionen und Aufgaben, Ablehnung von wirtschaftlichen Vorteilen, Ablehnung von Gewalt usw.



23. Philharmonie. Berlin.

In der Musik brachte die Verbindung von polyphonen Klängen und Kinematographie eine Wende in der Inszenierung von Musikwerken und auch die Oper erfand sich neu und ließ die Klassiker hinter sich. So entstand die zeitgenössische Musik mit einer großen Vielfalt an Genres, es entstanden elektronische Klänge, die ein freies Experimentieren in der Klangkunst ermöglichten. All dies fügt dem szenischen Raum eine Dimension über die Akustik der Stätten hinzu, die ihre Hochphase im 21. Jahrhundert erlebte.

Das neue Tanzballett wird zur Illustration von Musik, es erinnert an Poesie. Es erschafft sich selbst und schafft durch die Musik eine neue Art von Szene. Und das tut es nicht allein, es greift auf Kunstschaaffende, Maler*innen,



Bild 24. Oper, 20. Jahrhundert.

Näher*innen zurück und versucht mit ihnen, einen flüchtigen Raum zu schaffen, um die tiefsten Gefühle auszudrücken. Die Ausdrucksmöglichkeiten des Tanzes werden sich mit dem ständigen Aufkommen neuer Technologien und Multimediasysteme ebenfalls radikal verändern. Die Beleuchtung ist ein Schlüsselement, das sich direkt auf das Bühnenbild und damit auch auf die Darsteller*innen auswirkt. Der moderne Tanz entsteht aus dem Bedürfnis nach Freiheit für die Tanzenden und ihre Bewegungen, er wird bald den Namen Zeitgenössischer Tanz tragen. Dieser Tanz will seine eigenen Regeln haben, die des jeweiligen Choreografen, des jeweiligen Tänzers. Um die Möglichkeit zu haben, neue Formen zu schaffen, werden neue Shows und neue Bühnenbilder kreiert.

Diese Bewegungen wollen neue Räume und sie wollen mit ihnen spielen. Sie wollen mit ihnen verschmelzen oder mit ihnen kontrastieren, sie wollen sie betreten oder verlassen, sie wollen sie überspringen oder unterwandern. Aber in all diesen Fällen müssen sie die Beziehung zwischen Performenden und Szenografie auf die Spitze treiben. Der Tanz löst sich von der Musik und dem Thema, er flieht vor der klassischen Perspektive und dem festen szenischen Raum. Jenseits religiöser Darstellungen und mit Hilfe verschiedener Technologien wird der szenische Raum zu einem Ort, an dem viele künstlerische und technische Disziplinen zusammenkommen. Kreativität und Anpassung des Ortes, um Empfindungen, Konzepte oder Metaphern zu erzeugen, sind der Schlüssel in der heutigen Welt, in der wir nach Originalität suchen. Es gibt viele verschiedene Strömungen und Werke, es gibt eine Legitimation für jegliche Art von Szenografie, von der subtilsten bis zur aufwändigsten. Es ist wichtig, die Inszenierung und ihre Bedürfnisse zu verstehen, um Geschichten zu erzählen und eine Show zu realisieren.



Bild: 25. Video Tanz. Le chambre. 1988



Bild 26. Tanz SXX. Pulcinella.



Bild: 27. Tanz SXX. Soda Lake.

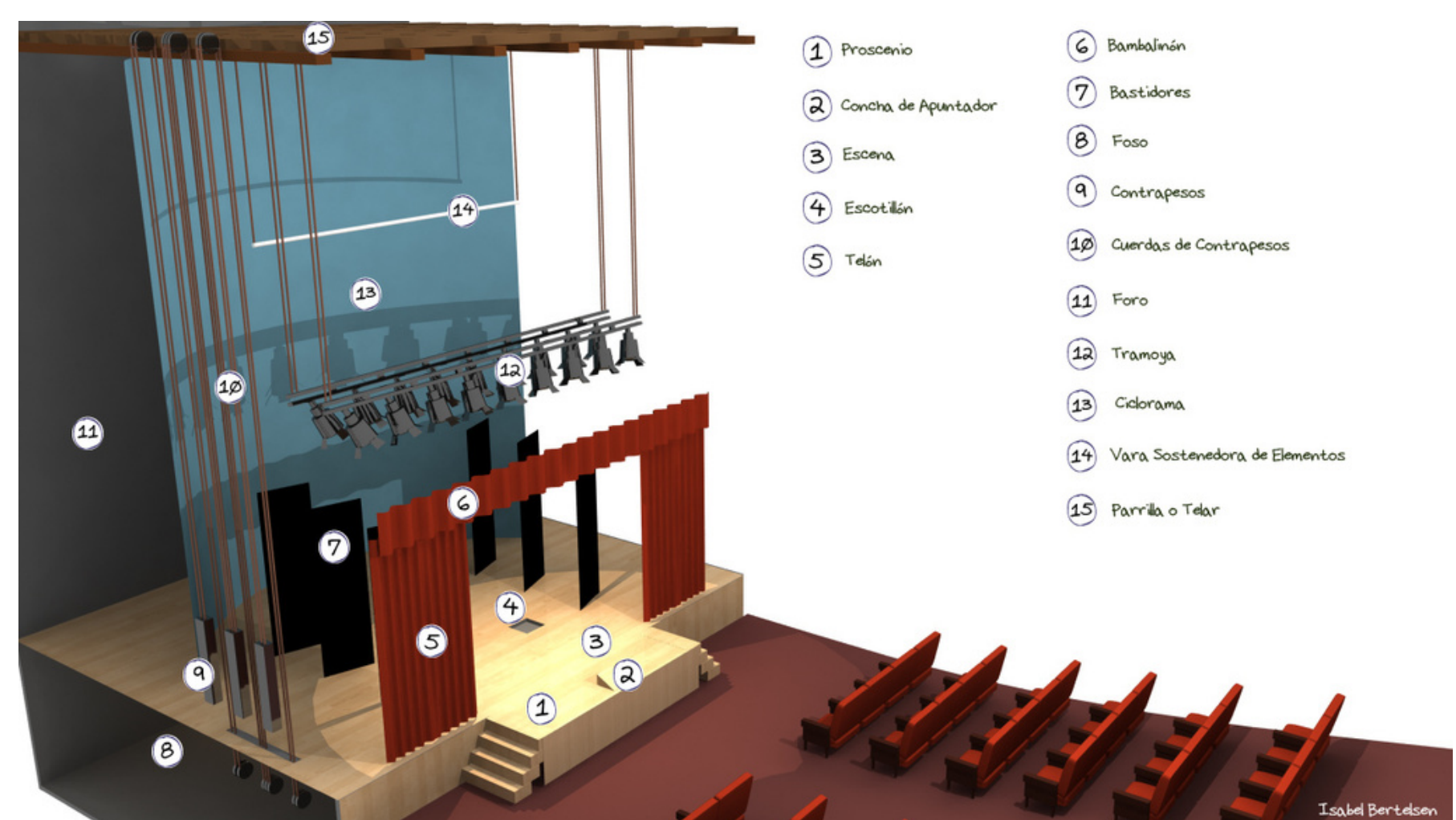
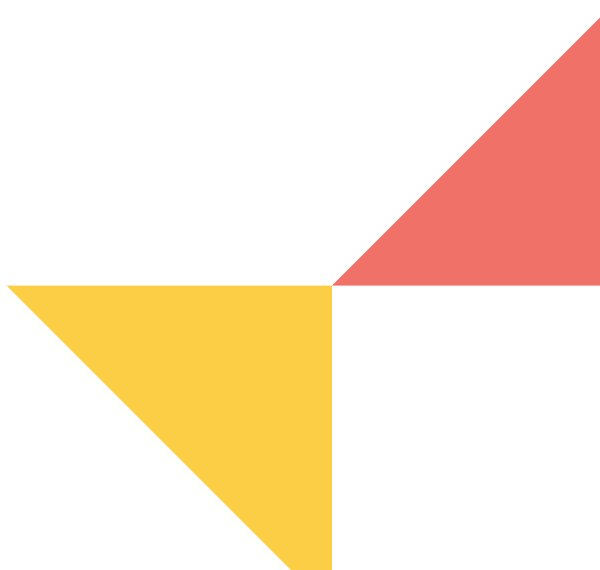
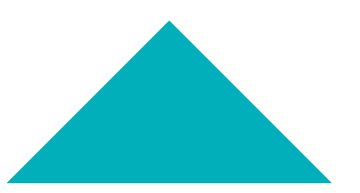


Bild: 28. Inszenierungsschema



5.8. INSZENIERUNG UND DAS DIGITALE ZEITALTER

Der Begriff Inszenierung (französisch *mise-en-scène*) bezieht sich auf die Gestaltung der Bühne oder der Aufnahme (in Film und Fernsehen). Also auf die Platzierung jedes Element und jeder Darsteller auf der Bühne oder im Bild (in Film und Fernsehen) sowie auf die Bewegungen der Schauspielenden. Der Begriff wird heute verwendet, um darauf hinzuweisen, dass alles, was im Bild erscheint, dem Willen des Regisseurs oder Filmemachers unterliegt. Nach dieser Definition bezieht sich der Begriff Inszenierung auf die Kombination der Elemente, die das Bild ausmachen, nämlich: 1. Bühnenbild; 2. Kostüme und Charakterisierung; 3. Interpretation; 4. Ton. Diese Elemente werden eingesetzt, um die Illusion verschiedener Orte, Zeiten und Personen zu erzeugen oder um eine besondere Qualität der Aufführung hervorzuheben und sie von der alltäglichen Erfahrung zu unterscheiden. Es gibt Gebäude, die zu diesem Zweck geschaffen wurden, wie z. B. Theater, Konzertsäle, verschiedene Räume, die für unterschiedliche künstlerische Einstellungen und Wünsche geeignet sind. In der folgenden Abbildung sehen Sie die einzelnen Teile der Inszenierung an diesen spezifischen Orten.



Bild: 29. Konzert Halle 21. Jh.



Bild: 30. Tanz-Inszenierung, 21 Jh.

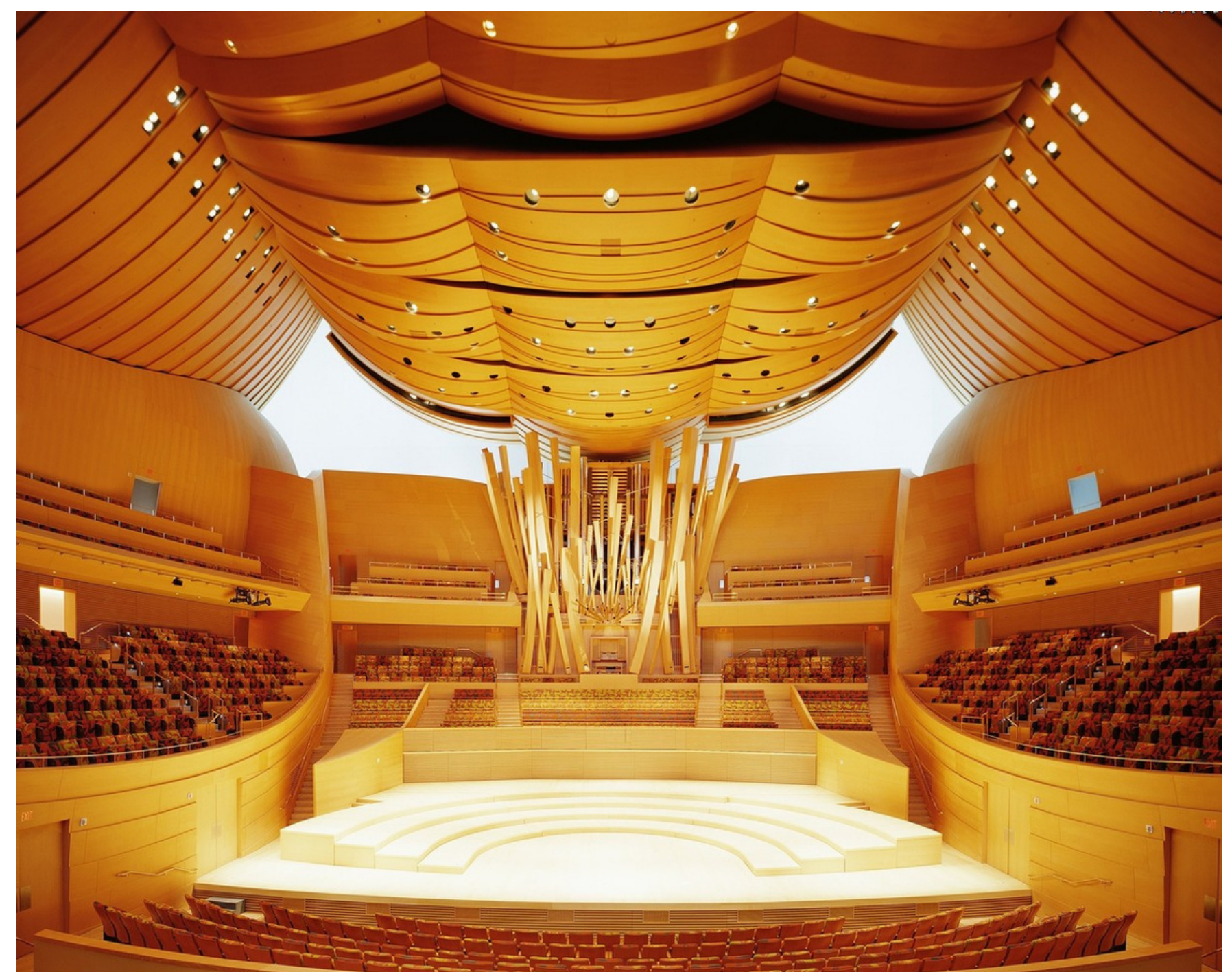


Bild: 31. Konzert Halle 2013



Bild: 32. Straßen theater

Hier wird nur von einer szenischen Form gesprochen, von einer Inszenierung in eigens dafür errichteten Gebäuden, von Schauspiel, Tanz und Musik. Aber die Palette der Möglichkeiten ist heute viel breiter als das. Mit der Vielfalt des Publikums, der sozialen Milieus, der künstlerischen Handschriften sind auch die Bühnen an verschiedenen Orten zu finden, mal öffentlicher, mal privater, so gibt es kleine Räume für eine kleine Gruppe von Menschen, aber auch öffentliche Räume, die in große Bühnen verwandelt werden. Seit einiger Zeit ist die Nutzung von Plätzen, Straßen und Parks eine Möglichkeit, sich künstlerisch



Image: 33. Public space. Living Statute.

auszudrücken und ephemere Bühnen zu schaffen, die manchmal sehr komplex und außergewöhnlich, manchmal aber auch einfach und vertraut sind.



Bild: 34. Cirque du Soleil.

Die Straßenkunst boomt in dieser Zeit, in der eine Gemeinschaft von Künstler*innen den öffentlichen Raum nutzt, um ihre Ideen und ihre Magie auszudrücken. "Alle Kunst ist politisch", auch wenn der/die Künstler/in nicht vorgibt, Politik zu machen. Kunst öffnet den Geist, lehrt, Kunst wird genossen,
Bild: 35. Straßen Zirkus.

Kunst macht Freude. In der Welt der Live-Darbietungen gibt es außerdem Zirkusdisziplinen, in denen verschiedene Künstler*innen mit physischen, akrobatischen, illusionistischen, clownesken, theatralischen und musikalischen Fähigkeiten verschiedene Szenen auf



großen Bühnen mit Inszenierungen ähnlich wie auf der Straße aufführen. Die Geschichte dieser Manifestationen hat ihren Ursprung in Ägypten und China vor mehr als 3000 Jahren, in Europa erhielt sie im Mittelalter den Namen Zirkus und wird bis heute mit Riesen-Infrastrukturen weiter ausgebaut. Die zeitgenössischen darstellenden Künste bevorzugen Intermedialität, Hybridisierung und den Dialog zwischen verschiedenen Medien und Sprachen. Mit der Ausweitung der digitalen Technologie haben sich für die Live-Kunst neue Möglichkeiten ergeben. Digitales Bild und Ton, Telepräsenz und Internetverbindung, die Vielfalt von Bildschirmen und Projektionen und andere audiovisuelle Geräte erweitern die künstlerischen Möglichkeiten der Inszenierung. Diese Digitalisierung des Raums führt zu einer Raumkonzeption, die sich von den bisherigen theatralen Methoden unterscheidet. Obwohl diese audiovisuelle Technisierung der Szene bereits mit analogen Technologien stattfand, übertrifft und erweitert das digitale Medium deren Möglichkeiten, indem es die Erzeugung von Bildern in Echtzeit, Telematik und Interaktivität ermöglicht. Darüber hinaus kann es mehrere Auflösungen und Bildqualitäten unterstützen, die sowohl in Bezug auf die Kosten, als auch auf die Leistung leichter zugänglich sind. Ein weiteres wichtiges Merkmal des digitalen Zeitalters ist die Schaffung neuer Szenarien, die ein neues digitales Universum ohne Bezug zur Realität schaffen, ein ganzes Universum, das künstlich erzeugt wird.

Wenn beide Räume, der virtuelle und der physische, zusammenarbeiten und konvergieren, tritt das Phänomen der Hybridisierung auf, das die Entstehung eines neuen Raums zwischen dem virtuellen und dem physischen Raum begünstigt. Es handelt sich um einen Raum, der sich zwischen zwei Dimensionen, zwischen zwei Universen befindet und einen neuen Ort bietet, den Bay-Cheng (2010) als Zwischenraum bezeichnet. Diese intermediale Szene ermöglicht eine Veränderung des traditionellen Raums, vor allem aufgrund der Fähigkeit, mit der Idee der räumlichen Einheit zu brechen, bei der die beteiligten Subjekte (Darsteller, Publikum) am selben Ort anwesend sind. Diese Transformation

VIDEOS

<https://www.yellowtrace.com.au/pixel-dance-meets-digital-projection/>

<https://youtu.be/zBm3mJiJzh8>

<https://www.yellowtrace.com.au/pixel-dance-meets-digital-projection/>

<https://youtu.be/zBm3mJiJzh8>



Image: 36. Madrid Theater staging.



Image: 37. Multimedia staging, 2010, Milano.

ist vielleicht - zusammen mit der des Körpers - diejenige, die am natürlichsten eine größere Fähigkeit zur Mutation der ontologischen Werte der Live-Kunst erfahren hat. Mit anderen Worten, die Technologie ermöglicht die Konstruktion, Integration und Konzeptualisierung eines virtuellen Raums in der Live-Kunst, ebenso wie sie die Vorstellung eines virtuellen, nicht anwesenden Körpers. Derzeit gibt es vielfältige Möglichkeiten zur Gestaltung der szenischen Räume, der digitalen Ressourcen und der Materialien für Kostüme und Kulissen. Darüber hinaus tragen extravagante Licht- und Sounddesigns dazu bei, eine Show zu einer surrealen Reise zu machen, die beim Zuschauen verschiedene Empfindungen hervorruft. Diese Arbeiten deuten auf eine große Produktionsarbeit hin, bevor die Darsteller*innen, Kostümbildner*innen sowie Musiker*innen, Bühnenbildner*innen, Techniker*innen, Tontechniker*innen und Beleuchter*innen gemeinsam an der tatsächlichen Inszenierung arbeiten.


Künstlerische Arbeiten werden auch an einfacheren und vertrauten Orten aufgeführt, z. B. in einem Café mit einer kleinen Bühne, auf einem Platz usw. Kunst kennt keine Grenzen und findet immer einen Weg, gesehen und gehört zu werden. Die Mittel dazu stehen heute jedem zur Verfügung, der in die Welt der lebendigen Magie eintreten möchte.

5.9

ZUSAMMENFASSUNG


Der Szenische Raum ist der Ort, an dem alles zusammenläuft. Die lebendigen Künste, die Musik, der Tanz und das Theater kommen zusammen, um einzigartige Manifestationen zu erreichen, die zumal nicht von Dauer, sondern flüchtig sind. Sie sind elementarer Bestandteil der Show, der Zeichnung, der Malerei, der Skulptur, dem Klang, der Beleuchtung und der architektonischen Bestandteile, die sie enthält, ob öffentlich oder privat, groß oder begrenzt, prächtig oder arm.

Man kann sagen, dass im szenischen Raum Ideen nachgebildet, Geschichten erzählt, Verse rezitiert, Dramen aufgeführt und schließlich Emotionen und Körper kombiniert werden, um an einem bestimmten Ort etwas Einzigartiges zu schaffen. Die Avantgarden gingen verschiedene Wege, die reich an unterschiedlichen Interaktionen zwischen beiden Parteien waren. Heute kann man in ein und derselben Szene Zuschauer*in und Darsteller*in sein. Wichtig ist auch die Beziehung zwischen der Szene und der Architektur,



die Fähigkeit der ersten, die zweite zu beeinflussen und umgekehrt. Diese Verbindung kann sowohl zur Schaffung eines abstrakten Raums führen, in dem die Darstellung über einem Bühnenbild steht, als auch zur Verschmelzung von beidem. Die Möglichkeiten der Gestaltung sind endlos, heute kann ein sehr vielfältiger szenischer Raum in einer Blackbox oder auf einem Platz errichtet werden, der schließlich in Verbindung mit einem Drehbuch und Künstler*innen eine entscheidende Rolle spielt. Kurz gesagt, wer auch immer für die Schaffung des szenischen Raums verantwortlich ist, muss die notwendigen Bedingungen sicherstellen, damit die Darstellenden tanzen, singen, schauspielern oder ihr Instrument so spielen können, wie sie es beabsichtigen und die Zuschauenden die Show bequem und in einem Raum genießen können, der es ihnen ermöglicht, sich auf die Szene zu konzentrieren und alles um sich herum zu vergessen. Anders ist, was auf der Straße passiert, wenn die Kunst versucht, das Alltägliche zu überschreiten und die Passant*innen für einige Sekunden in einen magischen Zustand zu versetzen. Die Kraft des öffentlichen Raums als Bühne besteht darin, dass er es ermöglicht, durch eine Interaktion, die beide Seiten beeinflusst, eine direkte Verbindung zu schaffen. So wie alles im szenischen Raum zusammenläuft, greifen auch

gesellschaftspolitische und religiöse Ideen in ihn ein und schreiben Geschichte, indem sie etwas schaffen, das Klassen, Geschlechter und Fähigkeiten beiseite lässt. Die Herausforderung besteht darin, eine Vision zu verkörpern, die Inklusion für alle Teile der Gesellschaft innerhalb und außerhalb der Szene schafft. Die Welt braucht mehr Offenheit für neue Ideen, die sich mit Minderheiten befassen, deren Stimmen normalerweise zum Schweigen gebracht werden. Wir lassen die Unruhe des Umdenkens, wo und wie wir Geschichten erzählen hinter uns und zaubern, die Werkzeuge sind vorhanden.





6. PROJEKTENTWURF

6.1 ZWECK UND ANWENDUNGSBEREICH

Das Ziel dieses Verfahrens ist es, Modalitäten und Verantwortlichkeiten für die Verwaltung des Design- und Entwicklungsprozesses des Empfangsdienstes für einzelne Künstler und künstlerische Gruppen in sozialen Räumen festzulegen, um sicherzustellen, dass die Aktivitäten so durchgeführt werden, dass die Ziele der Nachhaltigkeit künstlerischer und sozialer Maßnahmen erreicht werden. Die Gestaltung des Servicekonzepts zielt primär darauf ab, die betrieblichen Abläufe im Zusammenhang mit der Ausführung des Dienstes zu definieren. Sie umfasst die Festlegung der Serviceeigenschaften und des Umsetzungsprozesses, von Verfahren und Liefer- sowie Kontrollspezifikationen. Die Ergebnisse dieses Entwurfs sind in der Dokumentation enthalten, die die Verwaltungsmodalitäten für alle mit der Bereitstellung des Dienstes verbundenen Prozesse beschreibt. Der Serviceentwurf unterliegt einer Validierung gemäß den im weiteren Verlauf des Verfahrens definierten Kriterien. Die

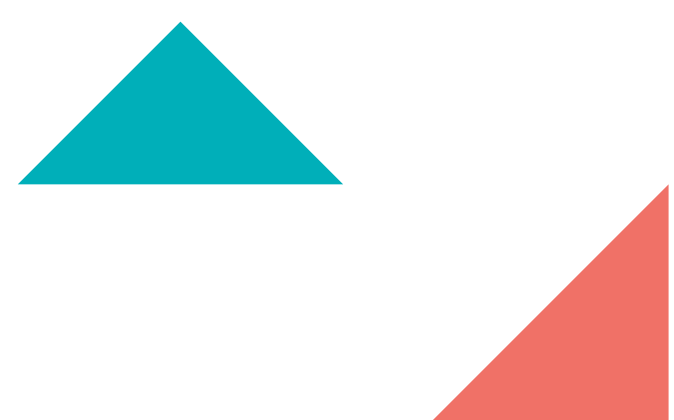
Ausführungsplanung stellt eine wesentliche Phase des primären Dienstleistungsablaufs dar und ist eng verbunden mit der Planung, Durchführung und Überwachung der durchgeführten Aktivitäten. Dieses Verfahren gilt daher ausschließlich für die Modalitäten zur Verwaltung und Kontrolle des Designprozesses der Servicestruktur von ART NO STOP.

Die Hauptverantwortung für die Umsetzung dieses Verfahrens liegt beim rechtlichen Vertreter der Organisation, der beschließt, es anzuwenden. Dadurch entsteht die Möglichkeit, soziale und künstlerische Projekte nachhaltig zu unterstützen.

6.2 BEGRIFFE UND DEFINITIONEN

Entwurf und Entwicklung: Eine Reihe von Prozessen, die Anforderungen in spezifizierte Merkmale oder in die Spezifikation eines Produkts, Prozesses oder Systems umwandeln.

Überprüfung: Eine Aktivität, die durchgeführt wird, um die Eignung, Angemessenheit und Wirksamkeit von etwas zur Erreichung der festgelegten Ziele festzustellen.



Verifizierung: Bestätigung, gestützt durch objektive Beweise, dass spezifizierte Anforderungen erfüllt wurden.

Validierung: Bestätigung, gestützt durch objektive Beweise, dass die Anforderungen für eine bestimmte beabsichtigte Nutzung oder Anwendung erfüllt wurden.

6.3 BETRIEBS- KRITERIEN

Die Wichtigkeit, den Entwurf und die Entwicklung des Services zu planen und zu kontrollieren, ist entscheidend, da in dieser Phase die wesentlichen Merkmale desselben festgelegt werden, die Art und Weise, wie er erbracht wird, und somit die erwarteten Ergebnisse in Bezug auf Leistung und Wirtschaftlichkeit.

Die grundlegenden Elemente zur Steuerung des Entwurfs- und Entwicklungsprozesses des Services unter kontrollierten Bedingungen sind:

- Identifizierung und Definition der Grundanforderungen des Dienstes, um sowohl die ausdrücklichen als auch die impliziten Bedürfnisse der aufnehmenden Organisation und des aufgenommenen Künstlers/Kollektivs zu erfüllen.
- Definition der betrieblichen und Kontrollphasen des Entwurfs- und Entwicklungsprozesses, die interfunktionale Überprüfungen, die Überprüfung der Ergebnisse und die Validierung vorsehen.

- Definition der Verantwortlichkeiten für die Durchführung jeder Aktivität und der zugehörigen Schnittstellen.
- Analyse der zwingenden Anforderungen, die durch gesetzliche Vorschriften und jegliche andere Beschränkungen gefordert werden, die die Art und Weise der Servicebereitstellung beeinflussen könnten.
- Management von Änderungen am Projekt.

6.3.1 ENTWURFSPROZESS- FLUSSDIAGRAMM

Die Verfahren zur Planung und Kontrolle des Entwurfs werden durch das folgende Flussdiagramm festgelegt, das die Phasen des Prozesses darstellt, und den nachfolgenden beschreibenden Teil, der die zugehörigen Betriebsaktivitäten, Verantwortlichkeiten und Referenz- und Aufzeichnungsdokumente definiert.



6.3.2 START DER ENTWURFSAKTIVITÄTEN

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, kann der Entwurf sich auf die Aktivierung des Dienstes ART NO STOP oder auf eine wesentliche Änderung eines bereits gestarteten Dienstes beziehen.

Im letzteren Fall kann die Notwendigkeit für eine Änderung aus internen Anforderungen der Host-Organisation, Anfragen von Künstlern/Gruppen oder Änderungen in der geltenden Gesetzgebung entstehen

6.3.3 IDENTIFIZIERUNG VON GRUNDDATEN UND ZIELEN DES ART NO STOP PROJEKTS

Ein vorläufiger Schritt im Entwurfsprozess ist die Definition und Überprüfung der Grunddaten und Ziele des Projekts, durchgeführt in Zusammenarbeit mit den ausgewählten Ressourcen, die Teil des Projektteams sind.

Der Start dieser vorläufigen Phase des Entwurfsprozesses ergibt sich in der Regel aus Untersuchungen des Gebiets zur Förderung eines neuen Dienstes oder einer wesentlichen Änderung eines bestehenden Dienstes. Die Inputs zur Identifizierung der Grundanforderungen werden über einen oder mehrere der folgenden Elemente erhalten:

- explizite Anfragen von Künstlern/Gruppen
- Analyse der Bedürfnisse der Host-Organisation für Projekte zugunsten ihrer Mitglieder

- gesetzliche und/oder verbindliche normative Anforderungen

jedes andere Dokument/Information, das bedeutende Elemente für die Definition der Grundanforderungen des Dienstes festlegt.

- Die Identifizierung und Analyse der Grunddaten und Projektziele wird im Abschnitt 1 des "Projektplans" (Anhang Mod 01) dokumentiert, in dem der gesetzliche Vertreter alle Eigenschaften klar definiert, die den Entwurfsdienst vollständig identifizieren, durch die Definition der folgenden Aspekte:
 - ermittelte Bedürfnisse und Anforderungen
 - Typ/Zielgruppe der aufgenommenen Personen
 - Typ/Zielgruppe von Künstlern/Gruppen
 - benötigte menschliche Ressourcen, Räume und Materialien
 - Kostenschätzung
 - verbindliche Anforderungen, erforderliche Genehmigungen

Identifizierung von Stärken und Schwächen in Bezug auf die strategischen Entwicklungsziele der Organisation. Dieser letzte Punkt wird mit dem am Projekt beteiligten Personal unter Verwendung der Disney-Methode entwickelt.

Nachdem die Grunddaten überprüft und festgelegt wurden, führt der Präsident (PRES), unter Beteiligung des Projektteams, die allgemeine Projektplanung gemäß dem nächsten Punkt durch.

6.3.4 ALLGEMEINE PROJEKTPLANUNG

Die allgemeine Projektplanung, dokumentiert im Abschnitt 2 des Mod. 01 "Projektplan", definiert den zeitlichen Ablauf der Projektphasen, von der detaillierten Projektstudienphase bis zum Start des Dienstes und der anschließenden Auswirkungsbewertung. Bei Änderungen an einem bestehenden Dienst können einige der aufgeführten Phasen nicht zutreffen. Für jede Phase werden die Verantwortlichen und die Zeitpläne für den Abschluss der zur Phase gehörenden Aktivitäten festgelegt.

6.3.5 BETRIEBSPLANUNG DER PROJEKTAKTIVITÄTEN

Auf der Grundlage der durchgeführten allgemeinen Planung legt der gesetzliche Vertreter, in Zusammenarbeit mit dem Projektteam, für jede Projektphase die für den Abschluss dieser Phase erforderlichen Betriebsaktivitäten fest.

Diese Entwurfstätigkeit wird im Abschnitt 3 des Mod. 01 "Operativer Plan" dokumentiert, in dem für jede Phase des allgemeinen Plans definiert wird:

- die für den Abschluss der Phase erforderlichen Betriebsaktivitäten
- die Verantwortlichkeiten für die Durchführung jeder Aktivität
- die erwarteten Ergebnisse jeder Aktivität, einschließlich der zu erstellenden Dokumente
- die Umsetzungszeiten.

- Die operative Planung wird vom gesetzlichen Vertreter durchgeführt und erfolgt zu unterschiedlichen Zeiten, je nach Fortschritt der Phasen und den Ergebnissen der durchgeführten Aktivitäten.
- Der operative Plan wird von den am Durchführungsprozess beteiligten Ressourcen zur Kenntnis genommen und unterzeichnet.

6.3.6 DURCHFÜHRUNG DER PROJEKTAKTIVITÄTEN

Abhängig von dem, was geplant wurde, umfasst die Projektentwicklung die Durchführung der Projektaktivitäten, die dazugehörigen Kontrollen, Überprüfungen und Bestätigungen, sowie die Erstellung der festgelegten Projektunterlagen. Der Fortschritt der Projektaktivitäten und der jeweilige Fortschrittsstatus werden durch die Dokumentation von Kontrollaktivitäten in den Projektberichten (Mod. 02) und durch das mögliche Update der allgemeinen oder operativen Projektplanung festgehalten. Während aller Entwicklungsphasen des Projekts koordiniert und überwacht der gesetzliche Vertreter oder die von ihm beauftragte Person alle operativen Aktivitäten bis zum Abschluss und zur Validierung des Projekts.

6.3.7 ÜBERPRÜFUNGEN UND BESTÄTIGUNGEN DES PROJEKTS

Zu den in der allgemeinen Planung angegebenen Zeiten und zu eventuell weiteren in den einzelnen operativen

phasenplänen festgelegten Zeiten werden die erzielten Ergebnisse überprüft und bestätigt, um sicherzustellen, dass Daten, Grundanforderungen und Projektziele eingehalten wurden.

Die Überprüfungen und Bestätigungen des Projekts sollen die geleistete Arbeit optimieren und mögliche Probleme bei der Projektentwicklung vorbeugen oder minimieren.

Die Vorgehensweisen für Überprüfungs- und Bestätigungsaktivitäten sind wie folgt:

Die Überprüfung wird in der Regel am Ende jeder Phase und/oder Aktivität des Projekts geplant. Sie besteht aus einer objektiven, dokumentierten, systematischen und kritischen Überprüfung des Projekts, um Probleme und Mängel frühzeitig zu erkennen und korrigierende Maßnahmen einzuleiten, um sicherzustellen, dass das Endergebnis die festgelegten Ziele erreicht. An der Überprüfung nehmen alle Funktionen teil, die jeweils in die Projektaktivitäten einbezogen sind und bei Bedarf in die Implementierungs- und Umsetzungsphasen des projektierten Dienstes.

Das Ergebnis der Überprüfung wird vom gesetzlichen Vertreter oder seinem Beauftragten im Projektbericht formalisiert, nachdem er die Dokumente und/oder Aktivitäten, die überprüft wurden, geprüft und diskutiert und mögliche Alternativen auf der Grundlage von Erfahrungen in ähnlichen Projekten oder verschiedenen

vorgeschlagenen/analysierten Methoden betrachtet hat.

Eventuell auftretende Probleme und/oder Entscheidungen zur Verbesserung des Projekts werden ausführlich im Bericht dargestellt, zusammen mit den getroffenen Entscheidungen und geplanten Maßnahmen für deren Behebung.

Die Bestätigungen, durchgeführt vom gesetzlichen Vertreter oder seinem Beauftragten, möglicherweise unter Beteiligung anderer Funktionen, können gleichzeitig mit den Überprüfungsmomenten durchgeführt werden und bestehen in der Kontrolle der Vollständigkeit und Korrektheit der zu bestätigenden Designphasen und der entsprechenden Ergebnisse, um die Erreichung der festgelegten Ergebnisse zu gewährleisten. Die Durchführung der Bestätigungen beinhaltet daher die Überprüfung der erstellten Dokumentation, der durchgeführten Aktivitäten und die Dokumentation der Kontrollaktivitäten, der überprüften Dokumente und/oder Aktivitäten und der jeweiligen Ergebnisse im Projektbericht. Alle möglichen Kommentare/Änderungs- oder Ergänzungsbedürfnisse werden im Projektbericht hervorgehoben und den beteiligten Funktionen mitgeteilt. Die Phasen der Überprüfung und Bestätigung können getrennt oder gemeinsam durchgeführt werden, abhängig vom Gegenstand und der Tiefe des Designs. Wenn Überprüfung und Bestätigung gleichzeitig durchgeführt

werden, abhängig vom Gegenstand und der Tiefe des Designs. Wenn Überprüfung und Bestätigung gleichzeitig durchgeführt werden, werden die entsprechenden Ergebnisse in einem einzigen Projektbericht dokumentiert.

6.3.8 PROJEKTVALIDIERUNG

Die Projektvalidierung besteht darin, die Fähigkeit des entworfenen Dienstes zu überprüfen, die festgelegten Anforderungen und Ziele zu erfüllen. Die Projektvalidierung, die unter der Verantwortung des gesetzlichen Vertreters oder seines Beauftragten durchgeführt wird, zielt also darauf ab, sicherzustellen, dass der Dienst effektiv die erwarteten Ergebnisse erzielt hat. Die Projektvalidierung erfolgt in der Regel zu unterschiedlichen Zeiten, nämlich:

- Am Ende des Projekts, durch Überprüfung der positiven Reaktion der Zielgruppe, an die sich der Dienst richtet
- Kurz-, mittel- und langfristig, je nach den im Projektplan festgelegten Methoden und Zeitplänen, bezogen auf die Auswirkungsbewertung der in der Organisation aufgenommenen Personen, der Organisation selbst und der aufgenommenen Künstler/Gruppen.

Die spezifischen Methoden und Zeitpläne für die Validierung werden während der Projektplanungsphase festgelegt, abhängig von den Besonderheiten jedes Projekts, und im Projektplan dokumentiert.

Jeder Validierungszeitpunkt wird im Projektbericht erfasst, der die durchgeführten Aktivitäten, die Ergebnisse, eventuell festgestellte Probleme und die daraus identifizierten Verbesserungsmaßnahmen dokumentiert. Die Validierungsergebnisse sind ein wichtiger Bezugspunkt für zukünftige Designaktivitäten ähnlicher Dienstleistungen.

Die Validierung des Dienstleistungsdesigns für etablierte Dienstleistungen wird jedoch regelmäßig durchgeführt, parallel zur Überprüfung des Systems, um die Aufrechterhaltung der Effektivität der entworfenen Dienstleistungserbringungsmethoden zu überwachen und die kontinuierliche Anpassung der festgelegten Anforderungen an mögliche Veränderungen, wie Innovationsmethoden, gesetzliche Neuerungen, Bedarf an weiterer Qualifikation des Personals, Kundenanforderungen, Bedürfnisse des Gastes usw., zu gewährleisten.

6.3.9 ÄNDERUNGS-MANAGEMENT DES PROJEKTS

Unter einer Projektänderung versteht man jede freiwillige Abweichung von einem Zustand, der bereits zuvor als endgültig betrachtet und dokumentiert wurde.

Eine Änderung kann während der Projektentwicklungsphase eingeleitet werden, entweder aufgrund von Schwierigkeiten oder

Verbesserungsmöglichkeiten, die bei der Erbringung des Dienstes festgestellt wurden, oder auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden.

Änderungen werden im Modell 3 dokumentiert. Die Notwendigkeit einer Änderung wird geprüft und bewertet, um alle positiven und negativen Auswirkungen auf die Projektentwicklung und/oder die Dienstleistungserbringung zu berücksichtigen.

Bevor sie umgesetzt werden, müssen Änderungen daher vom gesetzlichen Vertreter genehmigt werden. Dies basiert auf der Überprüfung des tatsächlichen Bedarfs für die Änderung, der Übereinstimmung mit den Grundanforderungen, der technischen Machbarkeit und den wirtschaftlichen und vertraglichen Auswirkungen der Änderung.

6.4 PROZESS INDIKATOREN

Die Effizienz des Designprozesses wird in Bezug auf die festgelegten Ziele durch die Verwendung von spezifischen Indikatoren überprüft, die in festgelegten Intervallen überwacht werden.

Für jedes festgelegte Ziel werden zudem die Methoden und Zeitrahmen für die Erreichung festgelegt und geeignete Indikatoren für die entsprechende Überwachung identifiziert.

6.5 DOKUMENTATION

CODE	TITEL	ARCHIVIERUNG	
		VERANTWORTLICHER	DAUER
Mod 01	Projektplan	gesetzlicher Vertreter	3 Jahre
Mod 02	Projektbericht	gesetzlicher Vertreter	3 Jahre
Mod. 03	Projektänderungen	gesetzlicher Vertreter	3 Jahre

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

SEKTION 1 	IDENTIFIZIERUNG DER ANFORDERUNGEN / GRUNDDATEN
----------------------	---

Projekt/Service ART NO STOP	<input type="checkbox"/> NEUER SERVICE <input type="checkbox"/> ÄNDERUNG DES BESTEHENDEN SERVICES
---------------------------------------	--

Vorgeschlagen von:

IDEEN / ZIELE DES PROJEKTS	ZUSAMMENSETZUNG DER PROJEKTGRUPPE	
	Vorname und Nachname	Rolle

ERKANNTEN BEDÜRFNISSE UND ANFORDERUNGEN IN DER ORGANISATION UND IM UMGEBUNG
--

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

ART / ZIELGRUPPE - PERSONEN IN NACHTEILIGEN GEBIETEN, DIE EINBEZOGEN WERDEN SOLLTEN
--

ART DER KÜNSTLERISCHEN PROJEKTE, DIE AUFGENOMMEN WERDEN SOLLTEN
--

ERFORDERLICHE MENSCHLICHE RESSOURCEN (intern – extern)

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

--

ERFORDERLICHE STRUKTURELLE RESSOURCEN (intern – extern)
--

--

ERFORDERLICHE MATERIALRESSOURCEN

--

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

KOSTENSCHÄTZUNG

--

BINDENDE ANFORDERUNGEN / ERFORDERLICHE GENEHMIGUNGEN

--

ANDERE RELEVANTE ASPEKTE

--

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

PROJEKTANALYSE MIT DER DISNEY METHODE

DER TRAUM	VORHANDENE ASPEKTE	SCHWACHSTELLEN

BEZUGSDOKUMENTE / ANMERKUNGEN

Unterschrift RECHTLICHER VERTRETER DER ORGANISATION Datum

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

SEKTION 2 **ALLGEMEINES PROGRAMM**

PHASE	VERANTWORTLICHE/R	ZEITRAHMEN							
Bedarfsanalyse in Bezug auf den entwickelten Service									
Definition des <u>Wirtschaftsbudgets</u> zur Überprüfung der langfristigen Durchführbarkeit des Dienstes									
Überprüfung der Grunddaten									
Erstellung des Ausführungsprojekts									
Überprüfung und Kontrolle des Projekts									
Zuweisung von Mitteln zur Umsetzung des Dienstes									
Implementierung des Dienstes									
Erwerb der erforderlichen Genehmigungen									
Validierung									
Erstellung von Werbemitteln für den Service (Website, Servicekarte, Broschüren)									
Bewerbung des Service									
Aktivierung des Dienstes									
Validierung									
Impact-Bewertung									

Unterschrift des gesetzlichen Vertreters der Gastgeberorganisation Datum

<i>fügen Sie Ihr Logo hinzu</i>	PROJEKTPLAN ART NO STOP	Nr. _____ Seite ____ von ____
---------------------------------	--	----------------------------------

SEKTION 3	BETRIEBSPLAN
------------------	---------------------

PROJEKTPHASE	EINGESETZTE RESSOURCEN

BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄTEN	VERANTWORTLICHE/R	ERWARTETE ERGEBNISSE / ZU ERSTELLENDEN DOKUMENTEN	ZEITRAHMEN

Unterschrift des gesetzlichen Vertreters und beteiligter Ressourcen

Datum _____



LOGO	PROJEKTBERICHT	Seite 1 von 1
------	----------------	---------------

Projekt/Dienstleistung:
ART NO STOP

PHASE	BETEILIGTE RESSOURCEN

ART DER AKTIVITÄT	
BERICHT ÜBER PHASE/AKTIVITÄT <input type="checkbox"/>	VALIDIERUNG <input type="checkbox"/>
ÜBERPRÜFUNG <input type="checkbox"/>	ÄNDERUNGEN <input type="checkbox"/>
PRÜFUNG <input type="checkbox"/>	ANDERES <input type="checkbox"/> _____

DURCHGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN / BEHANDELTE THEMEN

AUFGETRETENE PROBLEME / VORSCHLÄGE ZUR VERBESSERUNG / VORGESCHLAGENE AKTIONEN

ANHÄNGE:

Unterschrift VORSITZENDER

Datum _____

ERGEBNIS <input type="checkbox"/> OK <input type="checkbox"/> NICHT OK	ANMERKUNGEN:
--	--------------

UNTERSCHRIFT DES GESETZLICHEN VERTRETERS ODER SEINES BEVOLLMÄCHTIGTEN

DATUM _____

Service:

ART NO STOP

BESCHREIBUNG DER ÄNDERUNG

GRUND FÜR DIE ÄNDERUNG

ANGEHÄNGTE DOKUMENTE

BEWERTUNG DER ANGEFORDERTEN ÄNDERUNG UND ENTSPRECHENDES ERGEBNIS

PLANUNG DER UMZUSETZENDEN MASSNAHMEN

Neuer Projektplan erforderlich: NEIN JA Verweis Projektplan Nr. _____ vom _____

UNTERSCHRIFT DES GESETZLICHEN VERTRETERS _____ DATUM _____

ANHANG 1 - VERTRAG ÜBER DIE KREATIV-RESIDENZ

Für KREATIV-RESIDENZ Aktivitäten von Künstlern/Unternehmen bei

Vereinbarung zwischen der juristischen Einheit oder den Personen:

Name der gastgebenden Organisation (nachfolgend als Gastgeber bezeichnet)

Adresse

Identifikationsnummer (REA)

Rechtliche/r Vertreter/in:

Name (Vorname, Nachname): _____

Identität (Personalausweis, Reisepass): _____

und

Name der künstlerischen Rechtseinheit (im Folgenden als *Künstlerin/Kollektiv bezeichnet*)

Name der künstlerischen Organisation/des Kollektivs (im Folgenden als Künstlerin/Kollektiv bezeichnet)

Adresse

Identifikationsnummer (REA)

Rechtliche/r Vertreter/in:

Name (Vorname, Nachname): _____

Identität (Personalausweis, Reisepass): _____

In dieser Vereinbarung werden die Modalitäten für den Zugang zur kreativen Residenz festgelegt, wobei alle Aspekte in Bezug auf die angebotenen Dienstleistungen, die verschiedenen Möglichkeiten und die Rechte an der Kreation klar definiert werden.

Die kreative Residenz wird bei _____ entwickelt.

Der/die Künstlerin/das Kollektiv entscheidet sich für eine der folgenden drei Optionen, welche der/die Gastgeberin akzeptiert.

OPTION 1

AUTONOME KREATION

Der/die Künstler*in/das Kollektiv wird von folgenden Leistungen profitieren:

- Nutzung der Räumlichkeiten des Gastgebers:
 - Tage: von _____ bis _____
 - Stunden: von _____ bis _____
 - Nutzung der Räumlichkeiten für _____ Euro für den festgelegten Zeitraum;
- Direktive Beratung pro Stunde _____ Euro;
- Technische Unterstützung pro Stunde _____ Euro;
- Übernachtung bei _____ in Gemeinschaftszimmern für einen täglichen Betrag von _____ Euro pro Zimmer (_____ Betten) mit Badezimmer _____;
- Italienisches Frühstück (Milch, Kaffee, Kekse, Brot, Marmelade) für _____ Euro pro Tag. Es ist zu beachten, dass der Gastgeber im Sinne der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit Vorrang vor der Verwendung von gespendeten Lebensmitteln gibt, die für die Entsorgung bestimmt sind.
- Mittagessen (1 Hauptgericht; 1 Beilage; Obst; Kaffee) _____ Euro täglich
- Abendessen (1 Hauptgericht; 1 Beilage; Obst; Kaffee) _____ Euro pro Tag
- Die Kosten werden per Banküberweisung bezahlt: **IBAN** _____, bis _____
- Der/die Künstler*in/das Kollektiv trägt keine Kosten, da es sich für das Prinzip der gegenseitigen sozialen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeit entscheidet und im Austausch für die vom Gastgeber angebotenen Räume folgende kostenlose Aktivitäten anbietet:
 - Kostenlose Workshops bei _____ für insgesamt _____ Stunden, deren Termine in Absprache mit dem Community-Koordinator auf Basis der Verfügbarkeit der untergebrachten Personen festgelegt werden;
 - Nr. _____ Vorstellungen, deren Erlös dem Gastgeber für die wirtschaftliche Nachhaltigkeit seiner Aktivitäten gespendet wird.

Das Urheberrecht liegt beim Künstler*in/beim Kollektiv.

OPTION 2

KO-KREATION

Die Gastgeber Institution wird die Räumlichkeiten der sozialen Genossenschaft Tenrock kostenlos zur Verfügung stellen.

Sämtliche Kosten im Zusammenhang mit Unterbringung/Verpflegung sowie Regie-/technische Unterstützung werden zu gleichen Teilen vom Künstler*in/vom Kollektiv und der gastgebenden Organisation getragen.

Die Urheberrechte werden geteilt.

Die gastgebende Organisation wird die Räumlichkeiten von _____ vom _____ bis _____ an folgenden Tagen und Zeiten kostenlos zur Verfügung stellen:

Sämtliche Kosten im Zusammenhang mit Unterbringung/Verpflegung und Regie-/technischer Unterstützung werden zu gleichen Teilen vom Künstler*in/vom Kollektiv und der gastgebenden Organisation getragen.

OPTION 3

TENROCK-KREATION

Die gastgebende Organisation wird die Räumlichkeiten der sozialen Genossenschaft _____ kostenlos von _____ bis _____ an folgenden Tagen und Zeiten zur Verfügung stellen:

Die gastgebende Organisation übernimmt die Kosten für technische Unterstützung/Regie/Unterbringung und Verpflegung während des kreativen Aufenthalts.

Der Künstler/das Kollektiv stellt seine Mitarbeit am kreativen Prozess kostenlos zur Verfügung und behält sich für einen Zeitraum von drei Jahren das Vorrecht auf die Veröffentlichung der Inszenierung vor.

Die Urheberrechte liegen bei der sozialen Genossenschaft Tenrock.

Der Koordinator des Projekts, benannt von der Organisation, ist

GABRIELE CAGNAZZO, Künstlerischer Leiter des TenRock Circus Theater
Chapiteau.

Gelesen, bestätigt und unterzeichnet in _____, am

Unterschrift des Gastgebers:

Unterschrift des Künstlers/Kollektivs:



7. PLANUNG DER PRODUKTION EINER VERANSTALTUNG

VORBEMERKUNG

Bei der Planung und Produktion einer Veranstaltung gibt es sehr viele Punkte zu beachten, die wir anbei systematisch aufgelistet haben.

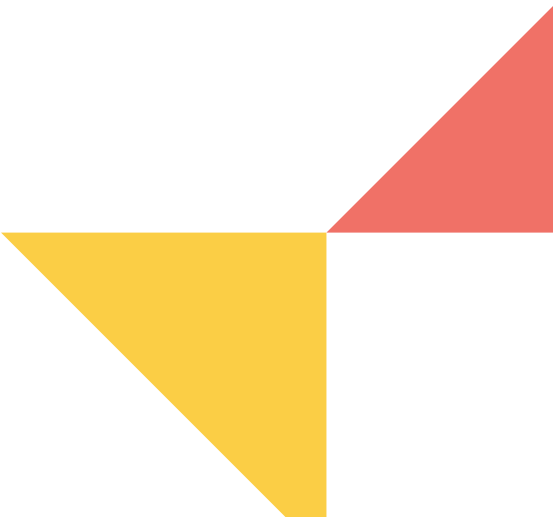
Was ist das Besondere an der Planung und Durchführung einer Veranstaltung und warum ist das so? Man muss sich darüber im Klaren sein, dass man mit einer Veranstaltung den eigenen persönlichen und privaten Rahmen verlässt. Das passiert schon bei einer Aktion auf der Straße. Jeder von uns hat einen persönlichen Freiraum, den wir für unser Wohlbefinden, unsere Sicherheit und unseren privaten Raum brauchen. Das bedeutet, dass man bestimmte Bewegungen, Geräusche und Aktivitäten mehr limitieren muss als z. B. in einem Fitnessstudio. Nehmen wir nur das Beispiel eines Straßenkünstlers, der auf der Straße, also im öffentlichen Raum Musik spielt. Dabei ist er lauter und präsenter als jemand, der nur Musik mit einem Kopfhörer hört und durch die Straße geht. Wenn man also diese rein private Sphäre verlässt, muss man in besonderer Weise rücksichtsvoll sein und die Grenzen kennen, die im jeweiligen Kulturraum erlaubt,

angemessen und akzeptiert sind. Einige dieser Grenzen sind gesetzlich festgelegt, andere beruhen auf den gesellschaftlichen Konventionen. In einigen Gesellschaften mag es erlaubt sein, Menschen direkt anzusprechen und in die Augen zu blicken, in anderen wäre das verpönt und unangemessen.

Wenn man eine Veranstaltung in seinen eigenen Räumen für die Öffentlichkeit anbieten will, gibt es mehr zu beachten. Meist sind Fremde das Publikum, das wir einladen und für das wir die Verantwortung übernehmen. Wir müssen garantieren können dass sie in unseren Räumen sicher sind und ihnen bei unserer Veranstaltung nichts passiert. Dass sie auch im Falle eines Unfallereignisses, wie Feuer oder Wind, unsere Räume sicher verlassen können.

Deshalb gibt es eine Vielzahl von Vorschriften, die sich aus den Erfahrungen vieler Jahre und deren Problemen ergeben haben. Manche davon mag man für exzessiv oder übertrieben halten, doch gibt immer einen Grund, warum solche Regelungen zustande gekommen sind.

Deswegen ist es in der Regel so, dass bestimmte Veranstaltungen bei den



entsprechenden Ordnungsämter und Institutionen öffentlich angemeldet werden müssen, die bestimmte grundlegende Aspekte erfordern. Wer ist verantwortlich, wer ist Veranstalter, wer haftet und ist für die Sicherheit zuständig? Gleiches gilt bei online Medien und Webseiten. Damit wir mit diesen vielen und sehr unterschiedlichen Themen strukturiert umgehen können, haben wir eine systematische Liste erarbeitet, die wir im folgenden präsentieren und erläutern.

BERUFSBILDER

Der Veranstaltungstechniker und der Eventmanager befassen sich mit der Realisierung von Veranstaltungen und sind mit vielen Details vertraut, die bei einer Veranstaltung immer wieder anfallen. Das reicht vom Anschluss von Strom- und Licht über Fluchtwege bis hin zur Regulation der Zuschaueranzahl. Auch lebensmittelrechtliche Anforderungen können eine Rolle spielen.

ASSISTENTIN IM VERANSTALTUNGS MANAGEMENT

Ähnlich wie Eventmanager kümmern sie sich um die komplette Durchführung einer Veranstaltung, einschließlich einer funktionalen Finanzplanung.

Natürlich gibt es auch in diesem Bereich "Spezialisierungen" und viele Fachleute, die sich zum Beispiel auf Messen, Hochzeiten oder Märkte spezialisiert haben.

7.1 KONZEPT SITUATIONS ANALYSE

Was ist die Idee hinter der Veranstaltung? Um ein Konzept zu entwickeln, ist es wichtig, die aktuelle Lage zu überprüfen. Wie ist die Situation, welche Probleme gibt es? Wo gibt es Optimierungsbedarf? Je gründlicher die Situationsanalyse erfolgt, desto erfolgreicher wird die Veranstaltung sein, da sie optimal auf die Zielgruppe und die jeweilige Situation zugeschnitten ist.

Bei misslungenen Veranstaltungen kann es sein, dass etwas geplant wurde, wofür es überhaupt keine Grundlage gibt, kein Bedarf besteht oder völlig aus dem Zusammenhang gerissen konzipiert und gestaltet wurde.

Es gibt viele Veranstaltungen, die aufgrund von Tradition, Erfolg oder Umständen immer auf die gleiche Weise geplant werden. Allerdings kann es auch sinnvoll und effektiv sein, bei einer Veranstaltung völlig neue Wege zu gehen und etwas umzusetzen, das noch nie zuvor gemacht wurde, um ein einzigartiges Erlebnis für das Publikum und die Besucher zu schaffen.

7.1.1 ZIELE

Was sind die Ziele? Was soll mit der Veranstaltung erreicht werden? Es gibt einen Unterschied zwischen allgemeinen und spezifischen Zielen. Wenn die Zielsetzung klar ist, kann die Veranstaltung geplant werden. Auf diese Weise gewinnt die Veranstaltung auch an Wert und Bedeutung. Andernfalls handelt es sich um ein bedeutungsloses Ereignis, das keine Auswirkungen und keinen Wert für die Gesellschaft hat.

7.1.2 ZIELSETZUNG

Wie kann ich die Ziele erreichen? Sobald die Ziele festgelegt sind, kann ich mir überlegen, wie ich sie am besten erreichen kann, und entsprechend planen. Im Allgemeinen ist es wichtig, die folgende Reihenfolge einzuhalten: Situationsanalyse, Ziele, Planung.

7.1.3 ZEITPLANUNG KONZEPTUMSETZUNG

Für die erfolgreiche Umsetzung einer Veranstaltung ist ein konkreter Zeitplan notwendig. Es ist sinnvoll den Zeitplan immer auf seine Aktualität zu überprüfen. Dabei hilft die Festlegung von Deadlines. Ein Zeitplan listet alle Aktivitäten, Aufgaben, Termine und Vorgänge mit ihren jeweiligen Anfangs- und Endzeiten auf. Man erhält einen Überblick über die Dauer der einzelnen Projekte. Der Zeitplan ist allen Beteiligten mitzuteilen und seine Einhaltung ist zu überprüfen. Hier werden auch die jeweiligen Zuständigkeiten vermerkt, d.h. alle an der Veranstaltung beteiligten Personen werden im Ablauf entsprechend ihrer Ressourcen als Verantwortliche zugeordnet bzw. zugewiesen. Es gibt einen groben Zeitplan, aber es kann auch hilfreich sein, in jedem Fall einen Tagesplan zu erstellen und so effizient und effektiv wie möglich zu arbeiten und sich nicht in unnötigen Details zu verzetteln.



7.2 FINANZIERUNG WIE KANN DAS EVENT FINANZIERT WERDEN

7.2.1 BUDGETPLANUNG

Es muss überlegt werden, was für die Realisierung des Projekts benötigt wird. Dabei muss zwischen Fixkosten und variablen Kosten unterschieden werden. Generell ist es wichtig, eher zu viel als zu wenig zu kalkulieren, da sonst die Realisierung des Projekts gefährdet sein könnte, wenn das Budget nicht ausreicht. Für Kosten, die noch nicht ganz klar sind, sollten Sie eine großzügige Schätzung abgeben und auf jeden Fall etwa 10 bis 20 % des Gesamtbudgets für unvorhergesehene Ausgaben einplanen.

7.2.2 FIXKOSTEN

Fixkosten sind Kosten, die mit Sicherheit jeden Monat anfallen werden. Diese können sicher eingeplant werden und werden sich kurzfristig nicht ändern. Wenn in einem Jahr mehrere Projekte oder Veranstaltungen stattfinden, sollte ein Prozentsatz der Fixkosten in die Kalkulation einbezogen werden. Mögliche Fixkosten sind z.B. Personal, Miete, Telefon, Internet, Auto.

7.2.3 VARIABLE KOSTEN

Variable Kosten sind solche - die von Veranstaltung zu Veranstaltung variieren können. Zum Beispiel Personal, Werbung, Material, Transport, Unterkunft, Verpflegung usw.

7.2.4

FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

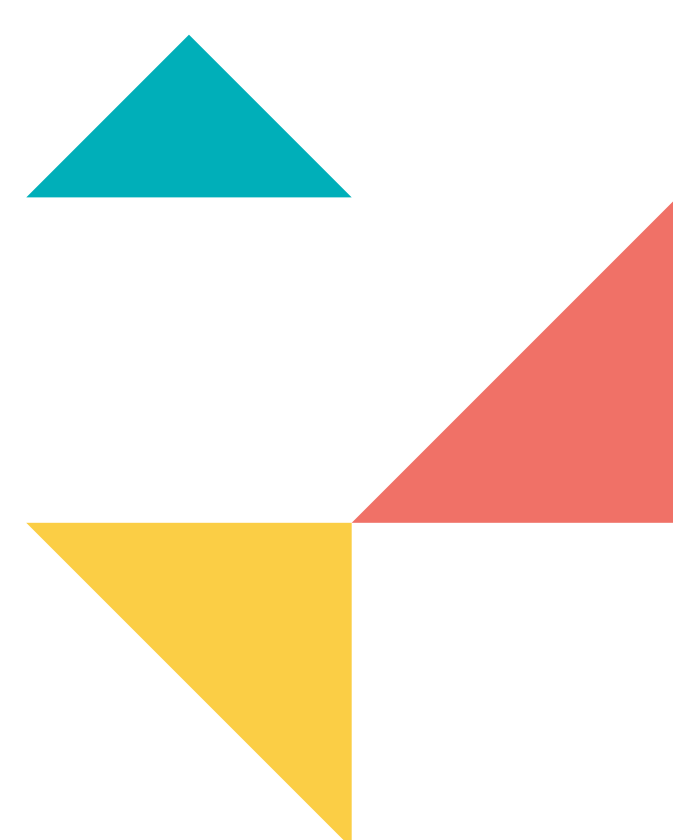
Um eine Veranstaltung finanzieren zu können muss eine Finanzkonzept erstellt werden. Dabei ist es möglich eine Veranstaltung nur über eine Komponente oder einem Finanzierungs-Mix zu finanzieren. Hierbei sollte immer eine Alternative eingeplant werden falls eine Komponente nicht oder nicht ganz ausreichend zur Realisierung ist.

7.2.5 FÖRDERUNGEN

Es gibt eine Vielzahl privater und staatlicher Fördermöglichkeiten, die je nach Art und Thematik der Veranstaltung ausgesucht werden können. Meist muss ein Konzept innerhalb einer bestimmten Frist eingereicht werden.

7.2.6 SPENDEN

Die Finanzierung über Spenden ist möglich, aber natürlich immer eine etwas unsichere Angelegenheit, da nie genau gesagt werden kann ob genügend Spenden zusammenkommen werden. Hier kann



Crowdfunding zum Beispiel schon im Vorfeld der Veranstaltung gestartet werden. So können Sie einplanen, was zur Verfügung stehen wird. Werden die Spenden erst während oder nach der Veranstaltung akquiriert, können sie nicht in die Budgetplanung einbezogen oder nur für Sonderausgaben verwendet werden.

7.2.7 SPONSORING

Je nach Veranstaltung kann es für beide Seiten von Vorteil sein, mit Sponsoren zusammenzuarbeiten.

Bei der Sponsorensuche ist es am besten, zu überlegen, wer von einer möglichen Zusammenarbeit profitieren könnte - dies schafft eine Win-Win-Situation. Bei einer Kooperation profitieren beide Seiten von der Zusammenarbeit.

Der Sponsoringpartner stellt Geld, Material oder einen Ort für die Veranstaltung zur Verfügung und erhält dafür eine Gegenleistung - meist in Form von Werbung. Auf diese Weise kann das Produkt des Sponsoringpartners beworben oder eine Werbung gezielt platziert werden. Es gibt auch das Sponsoring ohne jegliche Gegenleistung in Form von eigenen Ressourcen.

Vor allem Miete und Material lassen sich sehr gut aus eigenen Mitteln finanzieren. Gegebenenfalls können auch Gelder aus Rücklagen früherer Veranstaltungen eingesetzt werden.

7.2.8 RESERVEN

Es ist ratsam, für jeden Fall Rücklagen zu bilden, da unvorhersehbare Ereignisse können immer eintreten können. Das Budget reicht z.B. nicht aus oder zusätzliche Anschaffungen sind notwendig. Wenn es nicht für dringende Notfälle benötigt wird, schadet ein zusätzliches Bonusgeld ebenfalls nicht.

7.2.9 FINANZIERUNG DURCH EINTRITTSGELDER ODER BEITRÄGE

Das kann, muss aber nicht gemacht werden. Auch hier ist es wichtig, einen angemessenen Betrag zu wählen, nicht zu viel, aber auch nicht zu wenig - sonst kann er an Wert verlieren.

Bei der Berechnung ist es sinnvoll, die Mindestanzahl der Einnahmen anzugeben, d. h. die Anzahl, ab der das Ereignis stattfindet. Den Höchstbetrag sollten Sie nur dann in die Berechnung einbeziehen, wenn Sie sich zu 100 % sicher sein können, dass die Einnahmen kommen werden.



7.3 PROGRAMM

Bei der Programmplanung müssen viele Dinge beachtet und die richtige Mischung gefunden werden. Es darf nicht zu viel und nicht zu wenig sein, Programmüberschneidungen werden vermieden oder, wenn nötig, gezielt geplant.

Das Programm sollte ansprechend und abwechslungsreich sein und die Besucher bei Laune halten.

Stundenlange Reden sind für niemanden geeignet, auch wenn er/sie sich für das Thema interessiert.

Am besten ist es oft, ein Programm mit verschiedenen Genres zu gestalten, also nicht nur Musik, sondern auch visuelles. Im Allgemeinen bleibt die Veranstaltung am besten in Erinnerung, wenn sie mehrere Sinne anspricht.

7.3.1 ZEITPLAN DER VERANSTALTUNG

Es ist ratsam, einen Zeitplan für das Programm zu erstellen, um einen allgemeinen Überblick zu erhalten. Dazu kann auch ein Organisationsplan gehören, der angibt, was wann für die einzelnen Programmpunkte benötigt wird und wer dafür zuständig ist.

Wichtig ist auch, zeitliche Puffer für die Zukunft einzuplanen, da Verspätungen oder Absagen immer möglich sind.

Daher ist es immer ratsam, eine gewisse Flexibilität zu bewahren.


Nicht zu vergessen ist, die Auf- und Abbauzeit entsprechend zu kalkulieren und mit der Location abzusprechen, sonst kann es zu unerfreulichen Überraschungen kommen.

7.4 STANDORT

Welcher Ort ist für die Veranstaltung am besten geeignet? Ist die notwendige Infrastruktur vorhanden? Bei Veranstaltungen im Freien und unsicheren Wetterverhältnissen sollte immer eine geeignete Alternative in Betracht gezogen werden. Bei der Wahl des Ortes ist auch zu berücksichtigen, ob die jeweiligen Anforderungen zu Sicherheit und maximale Personenzahl erfüllt werden können.

Neben den praktischen Bedingungen sollte die Location auch ästhetisch zur Veranstaltung passen und eine adäquate Atmosphäre aufweisen. Dies lässt sich nur mit viel Aufwand durch Dekoration etc. erreichen.

Es gibt viele Kriterien, die bei der Auswahl einer Location helfen können. Ist eine Innen- und Außenvariante möglich? Gibt es genügend Parkplätze? Sind genügend Toiletten vorhanden? Kann die erwartete Besucherzahl untergebracht werden? Gibt es Möglichkeiten, das gewünschte Catering zu realisieren? Müssen Ausstattungen wie Stühle, Geschirr oder Toiletten gestellt werden?



7.5 TEAM

Das Team wird höchstwahrscheinlich aus einem festen Kern bestehen, der die Hauptorganisation übernimmt, und aus zusätzlichen freien Mitarbeitern, die für bestimmte Themen gebucht werden können.

Generell ist es - wie in jedem Team - wichtig, allen Mitarbeitern mit Respekt zu begegnen, unabhängig von ihrer Position. Eine gute Atmosphäre im Team hat einen enormen Einfluss auf das Arbeitsklima und damit auf das Arbeitsergebnis. Sie sollten versuchen, ein attraktives Umfeld und Bedingungen für das Team zu schaffen, sodass jeder seine Arbeit dort schätzt und sich entsprechend für das Projekt engagiert. Besonders wichtig ist auch die Kommunikation innerhalb des Teams - sie sollte immer offen, ehrlich, wertschätzend und im besten Fall partnerschaftlich sein.

Die Veranstaltung wird so gut und erfolgreich sein, wie die Zusammenarbeit im Team. Während der Veranstaltung ist es sinnvoll, einen Verantwortlichen für die jeweiligen Aufgaben zu haben, so ist jemand für das Programm zuständig, organisiert und betreut das Catering, kümmert sich um die Künstler, koordiniert den Auf- und Abbau usw.

7.5.1. FESTES TEAM


In festen Teams ist es ratsam, die Zuständigkeiten und damit auch die Verantwortung zu delegieren. Mögliche Zuständigkeitsbereiche könnten Personalmanagement, Finanzen, Programm, Marketing und Kommunikation, Soziales und Sacharbeit sein. Es ist sinnvoll, eine gemeinsame Online-Arbeitsplattform zu nutzen, um schnellen Zugriff auf wichtige Informationen zu gewährleisten. Auch der persönliche Austausch ist wichtig, bei dem man sich auf den neuesten Stand bringen, sich inspirieren lassen oder zusätzliche Anmerkungen und Ergänzungen machen kann. Zu diesem Zweck können regelmäßige wöchentliche Treffen vereinbart werden. Wenn dies logistisch nicht möglich ist, können auch Online-Tools für Treffen in Betracht gezogen werden.

7.5.2 FREIBERUFLER

Freiberufler sind ebenfalls ein wichtiger Bestandteil der Arbeit, z. B. für spezielle Aufgaben, Workshops oder andere einmalige Aufträge, die von niemandem aus dem Team übernommen werden können.

7.5.3 HELFENDE UND FREIWILLIGE

Freiwillige sind sehr wichtige Unterstützer und eine große Bereicherung für ein Projekt. Sie entscheiden sich freiwillig für die Aufgabe und sind daher in der Regel voll engagiert.



Deshalb ist es besonders wichtig, ihnen mit Wertschätzung und Respekt zu begegnen. Soweit möglich, sollten sie auch entsprechend ihrer Interessen und Fähigkeiten eingesetzt werden.

7.6 ZIELGRUPPE

Für wen ist die Veranstaltung gedacht? Es ist wichtig, sich über die Zielgruppe im Klaren zu sein, damit Sie die Veranstaltungen an die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen können. Eine Veranstaltung für Kinder erfordert andere Elemente als eine Veranstaltung für Studenten. Das fängt bei der Verpflegung und dem Rahmenprogramm an und hört bei der Werbung und Ankündigung des Programms auf. Man versucht, Werbeformen zu finden, die zur Zielgruppe passen. Für junge Erwachsene wird es vor allem das Internet sein, während für Senioren wahrscheinlich die Werbung in der Zeitung effektiver ist.

7.7 CATERING

Das Catering ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg einer Veranstaltung. Auch hier ist die Zielgruppe ausschlaggebend für die Wahl. Wichtig ist auch, ob das Catering im Angebot enthalten ist oder ob es kostenpflichtig angeboten wird. Auch die Einnahmen können Teil des Budgets sein; hier ist es wichtig, realistisch zu kalkulieren, sonst kann der gesamte Finanzplan kippen.

Bei der Budgetplanung addiert man die tatsächlichen Einnahmen und Ausgaben und kann dies als Grundlage für die nächste, gleichartige Veranstaltung verwenden. Oft ist es eine große Erleichterung, am Ende einer Veranstaltung die nächste zu planen. Man kann zum Beispiel gleich Reservierungen vornehmen und auf dieser Grundlage mit Dienstleistern finanziell verhandeln. Die Folgeveranstaltung ist in der Regel viel weniger zeitaufwendig als die erste Veranstaltung.

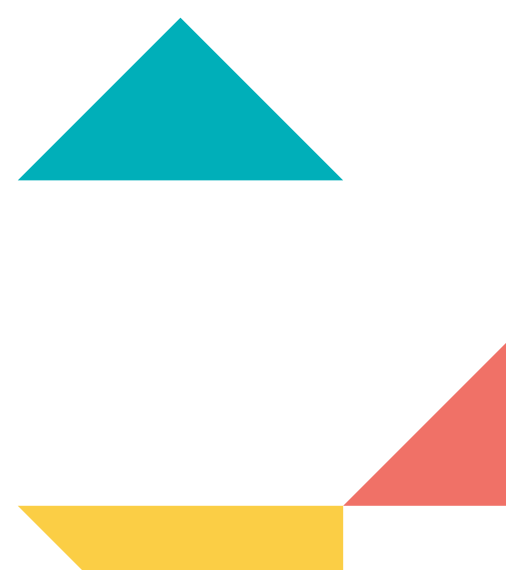
7.8 RECHTE UND PFLICHTEN

7.8.1 VERSICHERUNG

Für jede Veranstaltung, ob privat oder öffentlich, muss eine entsprechende Versicherung abgeschlossen werden. Die Tarife und Bedingungen hängen von der Anzahl der Besucher und den Gegebenheiten vor Ort ab.

7.8.2 ZULASSUNGEN

Alle Veranstaltungen sind genehmigungspflichtig und müssen im Vorfeld der Veranstaltung bei den zuständigen Behörden und Ämtern angemeldet werden. Hierüber kann keine verbindliche Aussage getroffen werden, da dies von Region zu Region unterschiedlich ist und von vielen Faktoren abhängt.





7.8.3 GEMA UND KSK

Die öffentliche Verwendung von Musik ist kostenpflichtig. Wenn geplant, muss sie im Vorfeld der Veranstaltung bei der GEMA angemeldet werden. Hierfür gibt es unterschiedliche Tarife. Dachverbände haben oft Sondertarife für ihre Mitgliedsvereine ausgehandelt. Es ist ratsam, sich bei Ihrem Dachverband oder direkt bei der GEMA nach dem richtigen Tarif zu erkundigen.

In Deutschland ist außerdem eine Abgabe an die Künstlersozialkasse zu entrichten.

Diese

ist eine Einrichtung der Unfallkasse des Bundes und der Länder. Mit dem Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) sorgt sie dafür, dass selbständige Künstler und Publizisten in der gesetzlichen Sozialversicherung einen ähnlichen Schutz genießen wie Arbeitnehmer.

Abgabepflichtig können private Unternehmen und Betriebe, gemeinnützige Organisationen, Institutionen, eingetragene Vereine und sonstige Personenvereinigungen sein, die nicht nur vereinzelt Arbeiten in Auftrag geben.

Gelegentliche Aufträge liegen nach der Definition der Künstlersozialkasse dann vor, wenn die Gesamtsumme aller in einem Kalenderjahr gezahlten Honorare 450 Euro nicht übersteigt.

Ist die Anzahl der Veranstaltungen für die Beitragszahlung nach der Generalklausel ausschlaggebend, besteht eine

Beitragspflicht erst, wenn mehr als drei Veranstaltungen stattfinden und die Gesamtsumme aller gezahlten Beiträge 450 Euro in einem Jahr übersteigt.

7.8.4 CORONA

Durch die Corona-Pandemie sind zusätzliche Anforderungen entstanden, die z. B. die Abstände zwischen den Zuschauern oder die Kontrollen am Eingang betreffen. All das macht es nicht gerade einfacher, daher ist eine Checkliste in jedem Fall sinnvoll, um es sich leichter zu machen.

7.8.5 STRASSEN KUNST

Für den besonderen Fall eines Straßenkünstlers mit einer Performance auf der Straße, zwei weitere Hinweise. Je nach Ort und Gemeinde kann es notwendig sein, eine Genehmigung einzuholen. Auch der Straßenkünstler, der mit einer Gitarre am Straßenrand in einer Fußgängerzone steht, ist nicht frei von grundlegenden organisatorischen Vorgaben.

Auch gibt es Auflagen, ob man sich vor ein Schaufenster stellt und ob der Besitzer damit einverstanden ist. Dazu gehört auch, wie man als Straßenkünstler strukturiert ist, ob und wie man Geld einnimmt. Ist es der Gitarrenkoffer, ist es ein Hut oder ist es eine kleine Box, die man dem Publikum anbietet? Also, egal ob im großen oder kleinen Rahmen. Wichtig ist, sich im Vorfeld ein paar Fragen



bewusst zu machen und zu organisieren, denn nur kann das Entscheidende, nämlich unsere Veranstaltung, das, was wir zeigen wollen, im Fokus stehen und wir uns sicher sein, dass es funktioniert.

7.9 CHECKLISTE

Viele Punkte gilt es zu beachten, daher ist es äußerst hilfreich, eine persönliche Checkliste zu erstellen, damit keine Punkte vergessen werden.

Diese sollte immer wieder auf ihre Gültigkeit überprüft und bei Bedarf ergänzt werden. Gleichzeitig können Fristen gesetzt und Verantwortlichkeiten zugewiesen werden.

Die Checkliste kann auch als Grundlage für die nächste Veranstaltung genutzt werden. Gerade bei großen Veranstaltungen ist es wichtig, strukturiert und geplant vorzugehen, da sonst wichtige Termine und Fristen übersehen werden könnten.

7.10 NACH DEM EVENT

Nach dem Event ist vor dem Event, deshalb ist es wichtig, viel Zeit in die Aufarbeitung und Auswertung des Events zu investieren. Die persönliche Checkliste sollte überarbeitet und um wichtige Punkte ergänzt werden.





8. MARKETING UND KOMMUNIKATION

8.1 MARKETING - EINE ABGRENZUNG

Der Begriff Marketing stammt aus dem Bereich der Handelsunternehmen. Er beschreibt die Aktivitäten zur Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen. Das heißt, sie so zum Verkauf anzubieten, dass die Käufer dieses Angebot als begehrenswert und ansprechend wahrnehmen - oder anders gesagt, Produkte so zu präsentieren, dass Wünsche geweckt oder Bedürfnisse verstärkt werden.


Dieses betriebswirtschaftliches Denken, das im einundzwanzigsten Jahrhundert als Konzept einer marktorientierten Unternehmensführung entwickelt wurde, beabsichtigt die Ausnutzung und Steuerung von Bedürfnisse und Erwartungen von Kunden. Das führt zu kombinierten Versprechen, wie zum Beispiel denen, nur mit einem bestimmten Produkt (Auto, Mobiltelefon, Kosmetik) glücklich zu werden.

Inzwischen entwickelt sich das Verständnis von Marketing zur Beeinflussung der Kaufentscheidung immer mehr zu einer Konzeption, die mit psychologischen Untersuchungen und

Marktforschung bereits bei der Entwicklung von Produkten mögliche Bedürfnisse identifiziert. Daraus werden Beschaffung, Produktion, Management und Personaleinsatz entwickelt.

Marketing ist also ein Konzept der Wirtschaft und des wirtschaftlichen Handelns mit Menschen. Daher ist es auf soziale und künstlerische Projekte, die eine nicht-kommerzielle Basis haben, nicht direkt anwendbar. Vielmehr widerspricht es in seiner jetzigen Form der Motivation von sozialem Engagement und künstlerischer Arbeit.

Für die in diesem Projekt und Handbuch angesprochenen Institutionen und Akteure geht es nicht um Absatz- oder Umsatzsteigerung als Selbstzweck. Es geht nicht um wirtschaftlichen Gewinn oder das Wecken bzw. Steigern von Bedürfnissen und Interessen. Deshalb ist es wichtig zu differenzieren, denn der Aspekt des wirtschaftlichen Denkens beeinflusst nachweislich das soziale Denken und Verhalten, indem es die Beziehungen der Akteure unter den Aspekt der Wirtschaftlichkeit stellt. Menschen gehen anders miteinander um, wenn sie als "Kunden" gesehen werden oder wenn sie sich als Dienstleister verstehen.



Die Beziehung zwischen sozialen Einrichtungen und ihren Zielgruppen kann nicht als "Kunden" bezeichnet werden. Auch bei Kunst- und Kulturschaffenden basieren die Beziehungen auf Freiwilligkeit, sie bieten etwas an, ohne dafür eine direkte oder gleichwertige Gegenleistung zu verlangen. Ein Beispiel sind Straßenkünstler, die Musik anbieten und um eine Spende bitten. Dies hat den Charakter einer freundschaftlichen und sozialen Gemeinschaft, von Freiwilligkeit und Freiheit. Es ist ein Angebot der Hilfe und Unterstützung an soziale Einrichtungen und eine Einladung, an einer Bereicherung der Alltagswelt mit künstlerischen Mitteln teilzunehmen, nämlich an kulturelle Einrichtungen. Nichtsdestotrotz entbindet dieser Idealismus die Institutionen nicht davon, wirtschaftlich zu handeln. Auch ein Straßenmusiker kann zum Beispiel eine CD mit seiner Musik zum Verkauf anbieten.

Deshalb ist es eine gesellschaftliche Aufgabe, soziale und kulturelle Einrichtungen mit öffentlichen und privaten Mitteln zu unterstützen, um die Differenz zwischen Aufwand, Kosten und Ertrag auszugleichen. Deswegen ist es immer auch ein Ausdruck von Wohlstand und gesellschaftlicher Wertschätzung, in welchem Umfang diese Unterstützungen gewährt werden.


Was bedeuten diese Aspekte für das "Marketing" sozialer und kultureller Einrichtungen und Engagements? Am besten versteht man den Begriff

"Marketing", wenn man ihn auf den Begriff der Information und Selbstdarstellung reduziert. Diese Art der Öffentlichkeitsarbeit ist eine sanfte Form der Werbung. Sie bedeutet, sich sichtbar auf dem Markt zu präsentieren und sich die eigene Aufmerksamkeit zu sichern. Eine Kurzformel lautet daher: Tue Gutes und rede darüber.

Um diese Aufmerksamkeit und Wahrnehmung zu erreichen, ist es aber auch wichtig, sich der Standards und Erwartungen bewusst zu sein, um sich gleichermaßen zwischen den kommerziellen und professionellen Angeboten zu präsentieren. Schließlich ist das Erscheinungsbild ein Abbild der eigenen Professionalität und ein Ausdruck von Seriosität. Beides ist wichtig für die Vertrauensbildung.

8.2 PROFESSIONELLE SELBST- PRÄSENTATION

Soziale und künstlerische Angebote müssen ihre eigenen Aktivitäten nicht unbedingt professionell darstellen, da sie aus anderen Gründen entstehen. Man will den Charakter des freiwilligen Gebens und Nehmens bewahren und nicht durch wirtschaftliche Aspekte wie Umsatz, Gewinn und Ertrag abwerten.



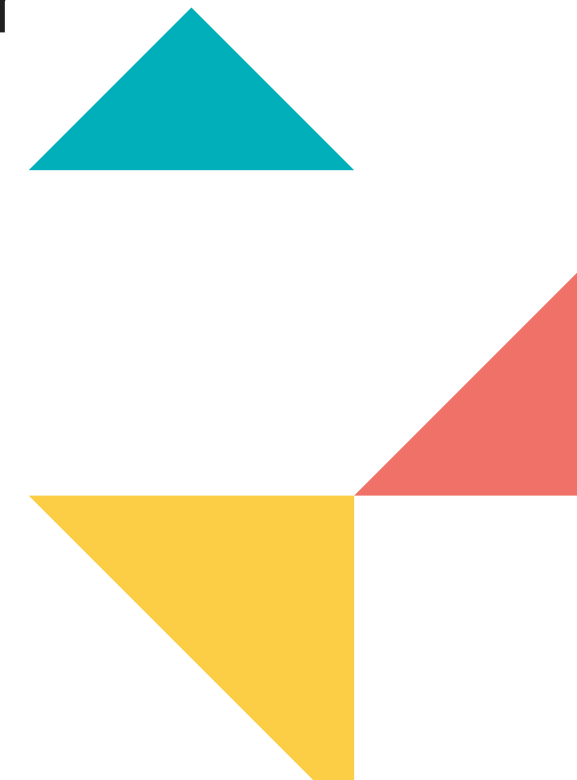
. So bemühen sich die jeweiligen sozialen und künstlerischen Einrichtungen, sich und ihre Arbeit darzustellen - ohne dabei mit übertriebenen Aussagen, verlockenden Versprechungen oder Darstellungen an die Öffentlichkeit zu gehen. Vielmehr geht es darum, über die Angebote, Aktivitäten und Auswirkungen zu informieren sowie die Zielgruppe der möglichen Unterstützer und Förderer anzusprechen. Schließlich sind es auch private Unterstützer und Helfer, die eine unabhängige Arbeit erst möglich machen. Das betrifft die finanzielle Unterstützung, aber auch die Ansprache von Ehrenamtlichen.


Viele Institutionen finden es oft unangemessen, an vielen Stellen ihrer Website einen Hinweis auf Spenden zu platzieren. Heute ist das in gewissem Umfang möglich, da sich die Sehgewohnheiten inzwischen so stark verändert haben, dass wir es gewohnt sind, ständig Werbung auf anderen Websites zu sehen. Man blendet sie aus und konzentriert sich auf den Inhalt. Wenn man jetzt eigene Inhalte produziert, nimmt man solche Einblendungen besonders wahr.

8.3 PROFESSIONALITÄT - AUCH EINE KUNST

Es ist eine große Herausforderung, soziales Marketing und deren Botschaft effektiv miteinander zu verbinden. Wie kann man Themen wie Flucht, Hunger, Entbehrung oder Not vermitteln, wenn die kommerzielle Werbung Schönheit, Reichtum und Wohlstand zeigt?

Das ist möglich, erfordert aber eine gute Idee und Umsetzung. Ein guter Tipp dafür ist die Zusammenarbeit zwischen Agenturen, Hochschulen und anderen Bildungseinrichtungen, in denen sich Studierende bewusst dieser besonderen Aufgabe widmen, um soziale und kulturelle Einrichtungen zu unterstützen. Diesen Aufgaben stellen sie sich, um einerseits einen sensiblen Umgang mit der Thematik, andererseits aber auch mit den notwendigen Angeboten zu erreichen. Daraus haben sich eindrucksvolle Ergebnisse kristallisiert. Wenn man die großen Institutionen im sozialen Bereich betrachtet, erkennt man sehr schnell, auf welchem hohem Niveau sie arbeiten. Letztlich zahlt sich diese Umsetzung auch aus. Zum einen in der Imagepflege für die jeweiligen Institutionen, zum anderen in der Identifikation von Sponsoren und Unterstützern mit den Institutionen oder den Kultureinrichtungen.





Eine überzeugende Selbstdarstellung ist kein Luxus, sondern ein "Muss". Auch kleine Einrichtungen und Initiativen stehen im Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Wahrnehmung mit den großen und etablierten Einrichtungen. Daraus ergibt sich eine Erwartungshaltung, über welche Informationen verfügt sein sollten. Das betrifft den Dienst von Webseiten, von Beratungsangeboten sowie die Präsentation der finanziellen Situation in einer transparenten Form.

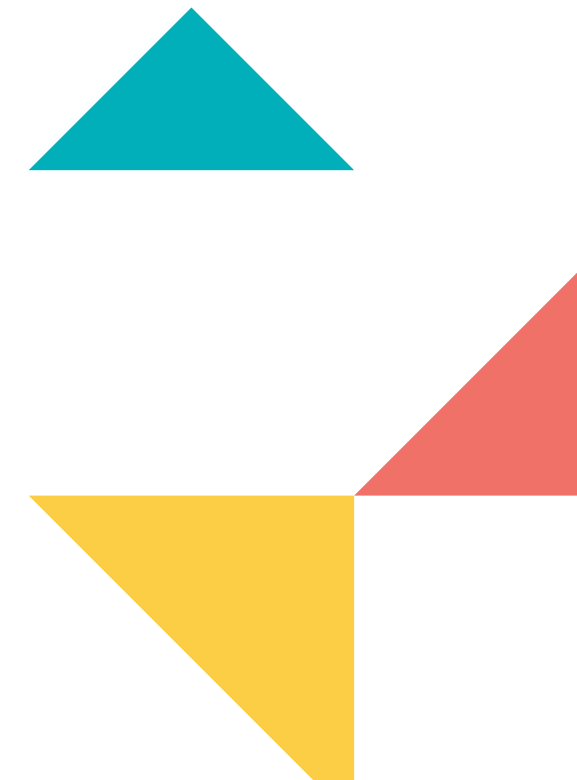
Die Social Media Plattformen haben dazu beigetragen, diese Entwicklung in den letzten 20 Jahren sehr gut verfolgen zu können. Ein Beispiel aus Deutschland. Dort wurde im Jahr 2020 eine staatlich geförderte Stiftung gegründet. Bevor sie selbst aktiv wurde, gab es eine professionell gestaltete Marketingkampagne, um das Förderangebot der Stiftung bekannt zu machen. Diese fand vor allem in den sozialen Medien statt und war so erfolgreich, dass statt einer erwarteten Anfrage von 200 Förderanträgen am Ende über 12.000 Förderanträge eingingen. Man kann also über das Ziel hinausschießen. An diesem Beispiel sieht man wie solche Kampagnen funktionieren, wenn sie den Kern der Initiative, die soziale und kulturelle Institution, überzeugend widerspiegeln.

In unserer Gesellschaft gibt es nämlich durchaus einen Informationsüberfluss, so dass es für diejenigen, die an einer Beteiligung, einem Engagement oder einer Unterstützung interessiert wären, schwierig wird, auf geeignete Einrichtungen aufmerksam zu werden. In diesem Sinne kann man auch von Marketing sprechen, das sich auf die Übermittlung von Informationen, dem Angebot von Informationen und natürlich der Präsentation der eigenen Geschichte bezieht.

8.4 KOMMUNIKATION

Am Anfang jeder Kommunikation steht die Frage nach den Beteiligten, wer redet, wer hört zu, wer liest? Soll ein Dialog oder Monolog geführt werden? Für verschiedene Institutionen gibt es unterschiedliche Zielgruppen, mit denen man in Kontakt und Dialog treten möchte. Dabei ist unterscheidet man, ob man mit denen kommunizieren will, die einem am Herzen liegen, denen man helfen oder die man unterstützen will.


Oder wendet man sich zur anderen Seite? An diejenigen, die man für Unterstützung und Förderung gewinnen möchte. In dieser Hinsicht teilt sich die Kommunikation in mindestens zwei Gruppen auf, insbesondere in sozialen und kulturellen Einrichtungen.



Daneben gibt es die interne Kommunikation mit dem Team, den Mitarbeitern und den Mitwirkenden. All dies ist sehr komplex. Das zeigt sich zum Beispiel an den unterschiedlichen Vorgaben Kommunikationswege. Manche werden direkt über Messengerdienste, E-Mail, Newsletter oder Blogbeiträge erreicht. Andere wiederum über offizielle Medien, die Zeitung oder Veranstaltungen und Vorträge.

Um über alle Medien hinweg ein gemeinsames Erscheinungsbild zu haben, ist es wichtig, sich für eine klare, einfache und leicht zu verwendende grafische Aussage zu entscheiden. Ein Logo und ein Motto stehen am Anfang einer identitätsstiftenden Selbstdarstellung. Dazu gehören idealerweise die Farbgebung, die Schriftart und das Muster sowie die Verwendung verschiedener Begriffe zur Beschreibung der eigenen Person und der Personen, mit denen man arbeitet. Um diese Definitionen und Fragen beantworten zu können, bedarf es in der Regel einer fundierten Organisationsstruktur, die sich so weit etabliert hat, dass sie in der Lage ist, ihre eigenen Merkmale darzustellen. Das hört sich einfach an, ist aber in der Praxis ein längerer Prozess, vor allem dann, wenn die Institutionen erst am Anfang stehen und sich bereits öffentlich präsentieren wollen, aber noch in der Entwicklung ihres eigenen Formats stecken. Gerade dafür sind die oben genannten Fragestellungen sehr wichtig, die auch in

spielerische Formaten herausgefunden werden können. Mit welcher Farbe identifizieren die Teammitglieder ihre Organisation, mit welchen Zahlen, Symbolen Tieren oder anderen Assoziationen. Das ist auch etwas das man dann in einer kleinen Umfrage zum Beispiel mit Freunden Bekannten ausprobieren und testen kann, ob die ausgewählten Darstellungsweisen, den gewünschten Eindruck vermitteln. Diesem Arbeitsaufwand und Prozess muss man sich stellen. Angesichts der vielen täglichen Aufgaben und auch des begrenzten personellen wie zeitlichen Möglichkeiten müssen extra Treffen ausgehandelt werden. Grafiker oder eine Agentur sind das keine einfachen Voraussetzungen, da sie Angaben benötigen was sie denn gestalten sollen. Man kommt also nicht darum herum sich selbst als Team und in der Leitungsebene darüber zu auszutauschen. Die Ausarbeitung der entsprechenden visuellen, grafischen und multimedialen Identitätsmerkmale kann man durchaus auch delegieren. So gibt es zum Beispiel Plattformen, in denen man Wettbewerbe durchführen kann, welche Vorschläge generieren die in der Regel über das hinausgehen was man selbst im Kopf hatte. Ein Beispiel dazu ist www.99design.com Eine andere Option ist die Arbeit mit entsprechenden Mitarbeitern, welche innerhalb der Organisation für visuelle Gestaltung zuständig sind.



Die ersten Probleme tauchen schnell auf, wenn man zum Beispiel einen Text oder Buchstaben im Logo verwendet. Soll das Logo nur in der Landessprache verständlich sein, oder auch in anderen Sprachen und eventuell anderen Schriften? Entwickelt man verschiedene Darstellungen der Logos? Die Frage der Farbgebung oder die Auswahl eines Tiersymbols kann im interkulturellen Kontext ganz unterschiedlich wahrgenommen werden.

8.5 INTERKULTURELLE VERSTÄNDLICHKEIT

Das bedeutet, bevor man mit dem Marketing und der Kommunikation startet, gibt es einiges zu tun. Das mag mühsam und aufwendig erscheinen, ist aber für die langfristige und dauerhafte Kommunikation eine wesentliche Grundlage. Es lohnt sich in jeden Fall einen entsprechenden Aufwand in dieser Entwicklung zu investieren, denn schließlich wird man sich damit präsentieren. Wie auch immer dieser Entwicklung verläuft, am Ende steht oft die Erkenntnis, „weniger ist mehr“ und „lass es einfach sein“. Denn umso einfacher und reduzierter die verwendeten Merkmale sind, umso leichter ist die interkulturelle Verständlichkeit und Kommunikation.

8.6 BRANDING

Im Prinzip entwickelt man eine Marke, die zur Wiedererkennung dienen soll. Es ist auch empfehlenswert für Veranstaltungen und Projekte ebenso eigene visuelle Darstellungen zu entwickeln. Das kann das Logo oder Motto eines Festival sein, das Symbol für Workshops und Fortbildungsangebote oder aussagekräftige Titel.

Die Namensgebung von Veranstaltungen bezieht sich nicht nur auf die Veranstaltung selbst, sondern im Idealfall auch auf die Möglichkeit der Beantragung von Fördermitteln. In Folge dessen werden sich auch die zuständigen öffentlichen Organisationen oder Institutionen auf das Projekt mit dem Namen XXX beziehen. Wenn das an sich ein guter Name ist, gewinnt das Projekt automatisch an Sympathie, die es vielleicht nicht hätte, wenn der Titel "XChang35" lauten würde.

Denn dies ist auch eine Ebene der Kommunikation, die mit den öffentlichen Behörden und der Verwaltung aufrechterhalten werden soll. Auch sie müssen das Thema und die Thematik verstehen. Und auch hier gilt: Weniger ist mehr.



8.7 EIN WERKZEUG- KASTEN FÜR KOMMUNIKATION

Für eine gute Kommunikation sollte man die folgenden Werkzeuge und Bausteine in einem Kommunikationsbaukasten haben:

- visuelle Gestaltung: Logo und Erscheinungsbild Titel und, falls erforderlich, beschreibender Untertitel
- einfache Kontaktangaben: E-Mail, Telefon, Website, soziale Medien
- Domain und E-Mail sollten bereits das Thema und den Inhalt widerspiegeln

8.8 DOMAIN

Webseiten sind für ihre Außenkommunikation ein wichtige Plattform zur Präsentation. Deswegen spielt der Name der Domain eine entscheidende Rolle, denn er wird öffentlich sichtbar sein und sollte auch über kulturelle Grenzen hinweg funktionieren.

8.9 NUTZUNG DER VIELFALT DER DOMAINENDUNGEN

Heutzutage gibt es viele Möglichkeiten, einen Domännennamen zu wählen, der zur Organisation und Institution passt. Dank der vielen verschiedenen Domain-Endungen können sogar Namen gewählt

werden, die bereits durch die Standard-Domain belegt sind. Dennoch ist es wichtig, im Vorfeld entsprechende Recherchen vorzunehmen, um bei einer Suche im Internet ein möglichst eindeutiges Ergebnis zu erzielen.

8.9.1 E-MAIL - MEHR ALS NUR EIN NAME

Es ist wichtig, daran zu denken, dass Namen in verschiedenen Sprachen leicht zu buchstabieren sein sollten. Die entsprechende E-Mail sollte einfach und leicht verständlich sein und dem üblichen Sprachgebrauch entsprechen, wie z. B.: info@, Post@, Büro@, Presse@. Dies ist eine gute Möglichkeit, die Adressen von Abteilungen oder Zuständigkeiten abzugrenzen. Zu diesem Zweck können je nach Projekt auch Projektnamen als E-Mails vergeben werden und diese lassen sich gut als Sammel-E-Mail zur Sicherung und Weiterleitung an Teammitglieder einsetzen.

Die persönlichen E-Mail-Adressen der Mitarbeiter folgen in der Regel der Konvention, Vor- und Nachname zu verwenden. Allerdings gibt es auch hier länderspezifische Unterschiede. Wie dies in den jeweiligen Ländern gehandhabt wird, lässt sich jedoch sehr leicht auf den Websites der Institutionen recherchieren. Auch dies gehört zu einem professionellen Erscheinungsbild.



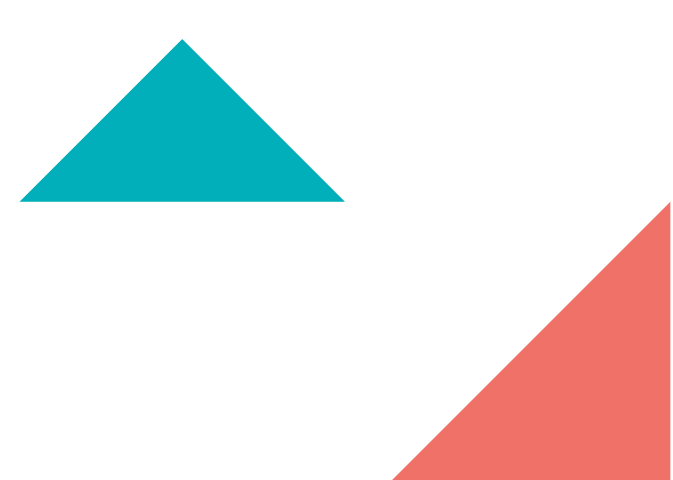
8.10 SIGNATUREN IN E-MAILS UND FORMATEN

Elektronische Kommunikation per E-Mail sollte immer mit einer Signatur versehen sein, die die Adresse der Einrichtung und andere Details der Kommunikation enthält. Logos oder Bilder müssen oder können nicht immer sinnvoll sein, denn nicht jeder hat einen schnellen Internetzugang oder empfängt E-Mails nur als Textnachrichten. Daher ist es sinnvoll, Texte in der elektronischen Kommunikation so zu schreiben, dass sie als reine Textnachrichten funktionieren. Dies schränkt die Möglichkeiten der Formatierung stark ein, so dass Texte nur durch die Verwendung von Großbuchstaben oder Sonderzeichen strukturiert und gestaltet werden können (+++++, ----, #####, *****).

8.11 LASS BILDER SPRECHEN!

Aber wie kann man gut kommunizieren? Nichts ist interessanter als die Geschichten vor Ort und von den Menschen und Personen hinter den Institutionen und Einrichtungen.

Dieses Storytelling ist eine der effektivsten Möglichkeiten, über die eigenen Motive, Ziele und Wünsche zu sprechen. Im Kern der Botschaft steht die Arbeit, von Menschen für Menschen in den sozialen und kulturellen Einrichtungen durch Persönliche Berichte, Erfahrungen, Geschichten, die als Bild, Text oder Video Themen und Inhalte auf den Punkt bringen können. Bilder sind daher eines der wichtigsten "Marketinginstrumente". Dies erfordert eine gezielte Auswahl, Bildsprache und Fotografie. Bilder kommunizieren über Sprachbarrieren hinweg. Sie berühren emotional, können auch irritieren und im Zusammenhang mit einem Bildtitel oder Untertitel zu Reaktionen führen. Sie sind vielseitig und können für kurze Eindrücke genutzt werden, wie es besonders in den sozialen Medien der Fall ist. Sie funktionieren auch bei einer Aufmerksamkeitsspanne von wenigen Sekunden auf SocialMedia. An zweiter Stelle stehen Videoclips, wenn es um die Effektivität geht. Hier können Botschaften vermittelt sowie Eindrücke und Perspektiven verändert werden. Für die Verbreitung gibt es viele Möglichkeiten. Einige bestehen darin, die Initiative über soziale Medien, Websites, Newsletter und Postings zu ergreifen. Die Weitergabe über Nachrichtendienste ist ebenfalls einfach. Hier kann jede Einrichtung etwas für sich selbst tun. Sie können dies selbst in die Hand nehmen, müssen sich aber darüber im



Klaren sein, dass dafür auch eine verantwortliche Person im Team benötigt wird, die sich kontinuierlich darum kümmern kann. Wenn man aktiv in den Medien wird, ist das wichtigste Kontinuität. Dies ist eine der wesentlichen Grundlagen für eine erfolgreiche Präsentation in der Öffentlichkeit.

8.12 PRESSE KONTAKTE

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Zugang zu den öffentlichen Medien. Das sind die Printmedien, aber auch Radio und Fernsehen. Natürlich ist der Zugang hier schwierig. Die Medien berichten nur dann über Organisationen und Institutionen, wenn es etwas Spannendes und Interessantes zu berichten gibt. Das geschieht nicht von allein, sondern bedarf einer gezielten Vorarbeit. Jemand in einer Institution muss für diese Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig sein. Die Person muss mit den Gepflogenheiten der Presse vertraut sein, man muss Ansprechpartner persönlich kennen lernen, Vertrauen aufbauen und das persönliche Gespräch suchen. Erst dann ist es möglich, Berichte, Artikel und Interviews veröffentlichen zu lassen. Am besten ist es, wenn man jemanden gezielt persönlich einlädt. Durch Nutzerabfragen von Websites oder Postings kann man dann auch solche Berichte und deren Wirkung messen.

Um den Unterschied zum Marketing zu verdeutlichen, noch einmal der Hinweis, dass man hier gezielt nach wirksamen Keywords und Zielgruppen sucht, um die Werbung und das Angebot anzupassen, zu produzieren und zu optimieren. Für Institutionen und Organisationen, aber auch für Künstlerinnen und Künstler, reicht es in der Regel aus, die öffentliche Wahrnehmung mit eigenen Umfragen zu überprüfen.

Denn beim Social Marketing geht es auch darum, die Botschaften so zu formulieren, dass sie in der Öffentlichkeit ankommen und dass deren Inhalt verstanden wird. Man muss sich bewusst sein, dass die eigene Wahrnehmung immer eine andere ist als die der Außenwelt.

8.13 STRATEGY UND ERSTE SCHRITTE

Professionalisierung - selbst kleine Schritte haben eine Wirkung. Es gibt Agenturen, die diese Professionalisierung und den Ausbau solcher Dienste optimieren. Die meisten sozialen Einrichtungen haben jedoch nicht die finanziellen Mittel, um sich diese zu leisten. In einem ersten Schritt sollte man aber jemanden im Team oder extern zeitweise damit beauftragen. Der Aufbau von Kommunikation und Kontakten zahlt sich auf lange Sicht aus. Dann gibt es bei Projekten auch die Möglichkeit, Pressearbeit direkt in das Budget einzubeziehen.

8.14 IDENTITÄT ZEIGEN

Wie wichtig die Benennung des Projekts und der Aktivitäten, die Webadresse, die E-Mail und das Logo sind, wurde bereits erwähnt. Diese Grundlagen können Sie selbst erarbeiten. Vor allem am Anfang beschränken sich die Leitung, die Ideengeber und die Mitwirkenden oft auf einige wenige Personen, was einfach zu kommunizieren und zu koordinieren ist. Entscheidend ist, den Blick von außen mit einzubeziehen. Das heißt, Freunde und Bekannte fragen, was die jeweiligen Punkte ihnen vermitteln.


8.15 STRATEGIE - ENTWICKLUNG EINES FAHRPLANS

Ein allgemeiner Fahrplan für die Grundlagen kann nun entwickelt werden. In den meisten Fällen beginnt er mit der Gestaltung der eigenen, ersten Webpräsenz. Hier sind bereits alle Elemente notwendig und können ausprobiert werden. Sobald man in der Öffentlichkeit auftritt, zum Beispiel mit einer ersten Veranstaltung, einer ersten Pressemitteilung oder Einladung, wird es ernst. Auch hier gibt es einige Tools und Angebote, die es Ihnen ermöglichen, die ersten Schritte kostenlos oder kostengünstig zu gehen.

Die Herstellung von Buttons, T-Shirts mit einem Logo sind ebenfalls einfache und identitätsstiftende Möglichkeiten. Zum Beispiel bietet www.canva.com eine kostenlose Plattform für die Erstellung eigener Inhalte. Aber auch hier ist es wichtig, sich Hilfe und Beratung zu holen, damit die eigene visuelle Identität nicht nur aus Vorlagen erstellt wird, sondern man seine eigene Identität findet, die zum eigenen Selbstverständnis passt. Man kann dann Vorlagen, Logos und Bilder in die Plattform importieren und mit einer Software für das Erscheinungsbild nutzen. Hilfreich sind auch andere Designvorlagen und Angebote für Websites und Grafikmaterialien. So bietet zum Beispiel die kostenpflichtige Plattform [envato elements](http://envatoelements.com) eine Vielzahl von hochwertigen Vorlagen. Ist die soziale Organisation als gemeinnützig anerkannt, bieten viele Anbieter auch reduzierte Nutzungsgebühren an.

8.16 DIE ERSTE ÖFFENTLICHE PRÄSENTATION

Wie geht es los? In der Regel kann die Veröffentlichung der ersten Website, des ersten Social-Media-Accounts bereits ein Anlass für die erste Pressemitteilung sein. Dann kommen alle Elemente ins Spiel.



Vielleicht gibt es auch einen Rahmen, in dem man sich präsentieren kann?

Was könnte so ein Kick-off für einen Straßenkünstler oder eine Gruppe sein? Bei einem Auftritt wäre das ein kleiner Flyer, ein Button, ein Aufkleber oder einfach eine ansprechende Postkarte mit der Webadresse und den sozialen Medien. Oder eine kurze Demo oder Fotos, die man postet.


8.17 VORBEREITUNGSARBEITEN - EINE CHANCE

Über eines muss man sich im Klaren sein: Wenn man die öffentliche Bühne betritt, muss man am Ball bleiben. Nichts ist tragischer als eine veraltete Website, ein Blog oder ein Konto auf dem nichts passiert. Andererseits können Sie auch Dinge vorbereiten, um einen Vorrat für eine spätere Publizierung anzulegen. Vorrat anlegen. Das kann man tun, indem man auf frühere Projekte zurückblickt. Auf Plattformen mit WordPress können Sie die Veröffentlichung auch planen und im Voraus festlegen.

8.18 KEIN ENDE IN SICHT

Selbstdarstellung und Erstpräsentation sind immer ein Anfang, der stets überprüft und aktualisiert werden muss. Kommunikation ist nicht nur dynamisch, sondern sie wächst wie eine Pflanze, wenn man sie pflegt.

Besonders im Internet bleiben die Spuren der Kommunikation und des sozialen Marketings sichtbar. Es gibt also kein Ende, sondern immer ein nächstes Mal. Dafür braucht es ein gutes Team, das den Kurs hält. Am Ende geht es um die Geschichte, egal ob es sich um eine Institution oder einen Künstler handelt. Einerseits ist es heute viel einfacher, Materialien zu produzieren und zur Verfügung zu stellen, andererseits erfordern die Schnellebigkeit und die Fülle an Informationen eine ständige Aufmerksamkeit. Das lässt sich nicht einfach nebenbei erledigen. Deshalb sollten die Rolle und die Aufgaben frühzeitig an Teammitglieder übergeben werden, die dies verantwortungsvoll und kontinuierlich überwachen und koordinieren.



9. GENDER UND DIVERSITÄT IN DER KUNST

9.0 GENDER UND DIVERSITÄT AUF DER BÜHNE

Die darstellenden Künste sind einer der Sektoren mit den größten geschlechtsspezifischen Unterschieden in Europa, sowohl in den verantwortlichen als auch in den schöpferischen Positionen, wobei der Unterschied 80 % zu 20 % beträgt. Die Präsenz von Frauen auf der Bühne ist offensichtlich, allerdings in der Rolle von Töchtern, Müttern oder Freundinnen, wenn es um das Theater geht; von Tänzerinnen, die erfolgreich sind, ebenfalls, aber indem sie Grenzen überschreiten. Die Kreation, das Management und die Regie liegen in den Händen von Männern. Diese Ungleichheit in der Geschichte hängt auch von der sozialen Schicht ab, der sie angehörten: Damen aus dem Adel, Nonnen oder Bauern, je weniger Ressourcen, desto geringer die Chance, eine Stimme zu haben und gehört zu werden. Die katholische Religion hatte aufgrund des einfachen biologischen Unterschieds viel Macht über die Sichtweise auf die Frau. Nach der Französischen Revolution war ein gewisser Wandel im Denken zu beobachten, der die Stellung der Frau im neuen liberalen Staat gewissermaßen revolutionierte.

So wurde das Erscheinen von gesellschaftlichen Zusammenkünften, Salons, Tavernen oder Cafés begünstigt, neue Sphären menschlicher Beziehungen, in denen sich Männer und Frauen in intellektueller Gleichbehandlung begegnen, die für die Beschäftigung und das Geschäft bestimmt waren, aber vor allem waren sie Räume für die Diskussion von Politik, Ästhetik, Philosophie, etc. Damit war der Grundstein für die feministische Bewegung in ganz Europa gelegt. Außerdem öffnete sie die darstellenden Künste für Frauen mit ihren Ideen und Interpretationen. Innerhalb der breiten Palette künstlerischer Gattungen taucht im 19. Jahrhundert ein neuer Stil auf, der "Performance" genannt wurde, und wir werden ihn anhand von Künstlerinnen zeigen, die die Grenzen der Kunst sprengten und eine neue Art der Wahrnehmung von Frauen und des szenischen Raums schufen. Die Performance ist eine Form der visuellen Kunst, die auf Experimenten beruht und versucht, die Grenze zwischen Subjekt und Objekt zu überwinden.

Eine von ihnen ist Marina Abramovic, die in einer ihrer Inszenierungen ihren Körper zusammen mit 72 verschiedenen Objekten (einem Bleistift, einer Rose, einer Kamera, Messern, Parfüm, Ketten, einer geladenen Pistole usw.) dem Publikum darbot. Die Aktion bestand darin, sich dem Publikum zuzuwenden und sich im Sitzen anzubieten, so dass die verschiedenen Personen entscheiden konnten, was sie mit ihr machen, was sie sagen, wie sie sich verhalten wollten... Die Künstlerin verhielt sich völlig passiv, ihr Gesicht war gestenlos, aber nach sechs Stunden erhob sie sich von ihrem Platz und ging auf das Publikum zu. So endete die Performance. Es ging um eine Reflexion über Vertrauen und den gesellschaftlichen



Bild 45: Performance Marina Abramovic



Bild 46: Performance Marina Abramovic



Bild 47: Performance Marina Abramovic

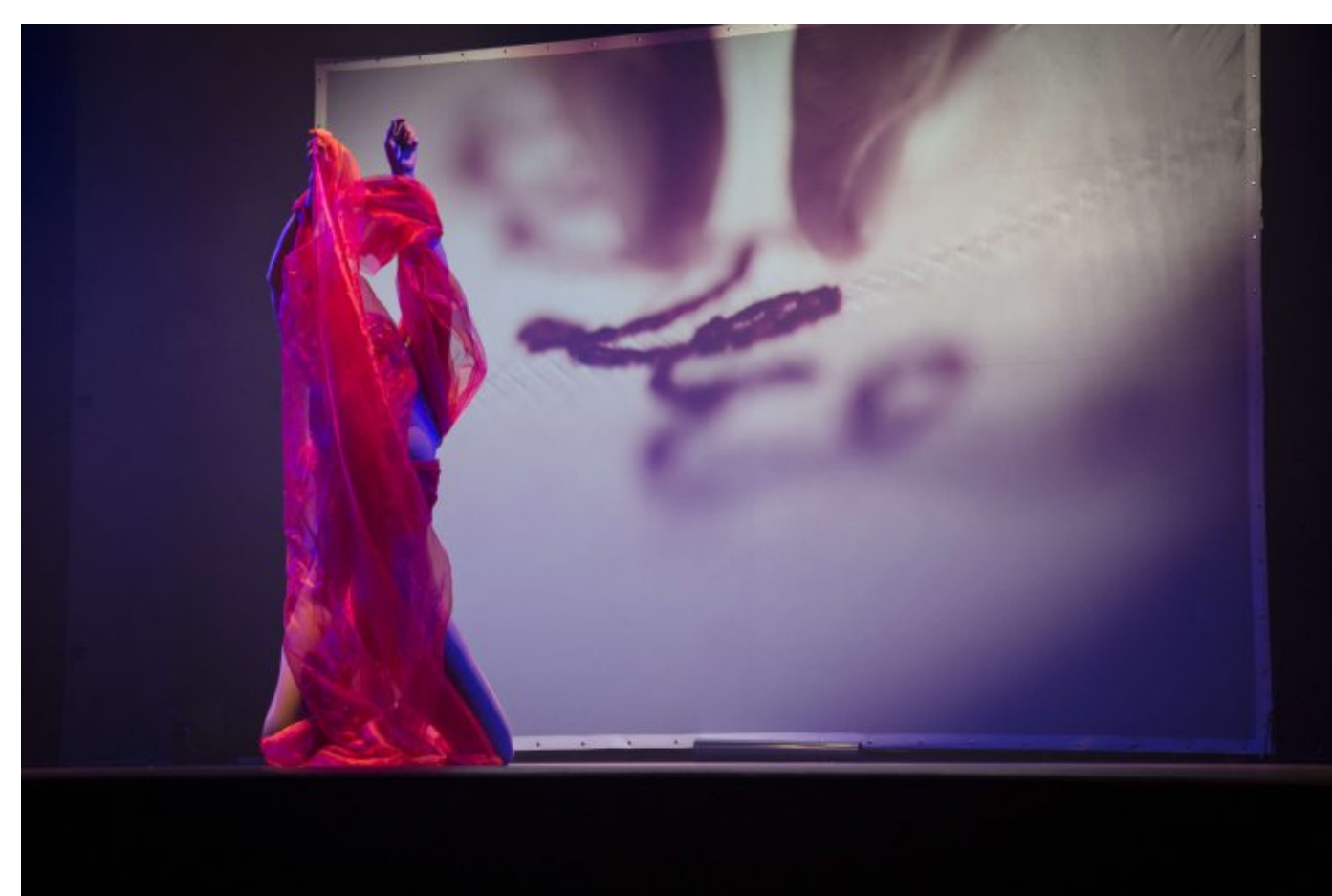


Bild 48: Performance Marina Abramovic

Vertrag, aber am Ende wurde sie zu einer Bestätigung der natürlichen Neigung des Menschen zu Grausamkeit und Gewalt. Die Besucher zerschnitten ihre Kleidung, steckten ihr Rosendornen in den Bauch, und jemand hielt ihr sogar eine Pistole an den Kopf.

"Ich habe das Gefühl, dass ich für meine Musik kämpfen muss, weil ich möchte, dass Frauen sich großen und schwierigen Aufgaben zuwenden, anstatt sich weiterhin am Ufer festzuhalten, aus Angst, ins Ungewisse zu geraten." Ethel Smyth (1858-1944)

Von der Antike bis weit ins 20. Jahrhundert hinein beschränkte sich die Rolle der Frauen im musikalischen Bereich darauf, Teil des angenehmen Familienlebens zu sein, indem einige Mädchen Klavier- oder Gesangsunterricht nahmen und andere mit ihren Darbietungen bei Familienzusammenkünften erfreuten;

diejenigen, die sich durch ihr Studium oder ihre intellektuellen Fähigkeiten auszeichneten, durften ihre interpretatorischen oder kompositorischen Qualitäten nicht in der Öffentlichkeit zeigen und wurden in den privaten Bereich verwiesen. Für die Musikindustrie sind gleiche Bedingungen und Chancen für Frauen nach wie vor eine ausstehende Aufgabe. Wie in der übrigen Kunst kämpfen die Frauen auch in der Musik darum, Wege zu ebnen, die die Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern noch deutlicher sichtbar machen.

"Es gibt immer mehr, die in allen Kategorien der Industrie auffallen. Das ist ein ganz besonderer Moment für uns.



Bild 49: Frau in klassischer Musik



Bild 50: musikalische Bühne. Bjork.

Wir gehen nicht nur in die richtige Richtung, sondern in die, die wir schon lange hätten gehen sollen. Mögen Sie nicht länger mehr oder weniger respektiert werden, weil Sie ein Mann oder eine Frau sind, sondern für Ihre Arbeit und Ihre Kunst, unabhängig von Geschlecht oder Hautfarbe. Die Arbeit und die Bemühungen der Kämpferinnen dieser Branche sprechen für uns alle, und das ist inspirierend", sagte Elena Rose, Sängerin und Songwriterin.

Zu dieser Ungleichheit gehören nicht nur Frauen, sondern die gesamte Bandbreite der Geschlechtervielfalt, die heute sichtbar wird. Es geht darum, die Vorstellung von Geschlecht zu überwinden, nicht nur weiblich/weiblich oder männlich/männlich, sondern eine Reihe von Möglichkeiten, sich zu identifizieren. Es gibt eine queere Kategorie, die die Überschreitung der hegemonialen Heterosexualität widerspiegelt. Sie lehnt auch die geschlechtliche Klassifizierung und den serologischen Status ab und fördert das Experimentieren mit der Sexualität am und mit dem eigenen Körper. Diese Theorie präsentiert auch Unterschiede und Besonderheiten auf der Bühne, die sie einzigartig und originell machen, der Körper ist das Instrument der Sichtbarkeit vor einer verurteilenden und diskriminierenden Gesellschaft.



Bild 51: Queer Scene. Samantha Hudson.



Die Geschichte der großen Frauen und der Dissidenz im künstlerischen Bereich, die einen wesentlichen Beitrag zu allem geleistet haben, was den szenischen Raum ausmacht, ist seit vielen Jahren im Verborgenen. Schritt für Schritt werden die Namen derer enthüllt, die sich hinter der Handschrift eines Mannes oder der Frau eines anderen verbergen. Heute geht es darum, die Präsenz in jedem der künstlerischen Bereiche sichtbar zu machen, um der Gleichberechtigung allein durch die Tatsache, Menschen zu sein, immer näher zu kommen. Der szenische Raum ist auch ein Raum des Kampfes, in dem diese gesellschaftspolitischen Probleme, die die gesamte Bevölkerung betreffen, der Welt näher gebracht werden können.

9.1 EINLEITUNG

Diese Einführung in eine Reihe erfolgreicher Künstlerinnen erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit der Informationen. Vielmehr geht es darum, verschiedene Beispiele für die Motivation der Arbeit sowie die verwendeten Materialien und Medien zu geben.

Viele der Frauen in den Beispielen werden von einem Gefühl der Frustration angetrieben, z. B. über Ungleichheit, Rassismus und Beziehungsprobleme. Einige wenige sind dagegen hauptsächlich durch die Freude motiviert, ihren Ideen Gestalt zu geben.

Die unterschiedlichen Materialien, die verwendet werden, wie etwa die Assemblage, können aufstrebenden Künstlern mit geringen Mitteln eine Welt der Möglichkeiten eröffnen. Auch Fotografie, Video und Tanz sind Künste, die heutzutage ohne viel Geld ausgeübt werden können.

Wir hoffen, dass dies zu weiterer Forschung (Google) und Kreativität der Zielgruppe führen wird.

9.2 ARTEMISIA GENTILESCHI

Artemisia Gentileschi (1593-1653) war eine italienische Barockmalerin. Gentileschi gilt als eine der erfolgreichsten Künstlerinnen des siebzehnten Jahrhunderts. Bereits im Alter von fünfzehn Jahren schuf sie professionelle Werke.

Viele von Gentileschis Gemälden zeigen Frauen aus Mythen, Allegorien und der Bibel, darunter Opfer, Selbstmörderinnen und Kriegerinnen.

Ihre Errungenschaften als Künstlerin wurden lange Zeit von ihrer Vergewaltigung als junge Frau durch Agostino Tassi und ihrer Teilnahme am Prozess gegen diesen überschattet. Letztendlich war sie jedoch die erste Frau, die Mitglied der Accademia di Arte del Disegno in Florenz wurde, und verfügte über einen internationalen Kundenkreis.

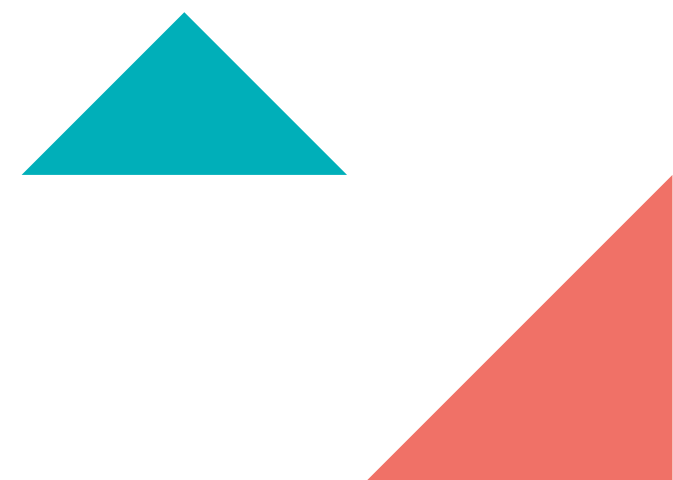




Bild 52:

9.3 DORA MAAR

Henriette Theodora Markovitch (1907 -1997), bekannt als Dora Maar, war eine französische Fotografin, Malerin und Dichterin.

Als Liebespartnerin von Pablo Picasso war Maar auf einer Reihe von Picassos Gemälden abgebildet, darunter sein Porträt von Dora Maar und Dora Maar au Chat. In den 1930er Jahren arbeitete sie in der Werbe- und Modefotografie, wobei der Einfluss des Surrealismus in ihrem Werk durch den intensiven Einsatz von Spiegeln und kontrastreichen Schatten sichtbar war. Sie war der Meinung, dass die Kunst den Inhalt der Realität durch Verbindungen mit Intuitionen und Ideen darstellen sollte, anstatt das Natürliche visuell zu reproduzieren.

Maar verließ Paris allein und ging nach Barcelona und danach nach London, wo sie die Auswirkungen der wirtschaftlichen Depression nach dem Wall Street Crash von 1929 in den Vereinigten Staaten fotografierte.

Im Jahr 1936 nahm sie an der Ausstellung Fantastic Art, Dada, Surrealism im MoMA in New York teil.



Bild 53:

9.4 MARTHA GRAHAM

Martha Graham (1894 - 1991) war eine amerikanische Tänzerin und Choreografin der Moderne. Ihr Stil, die Graham-Technik, hat den amerikanischen Tanz neu gestaltet und wird noch immer weltweit

gelehrt.

Graham tanzte und unterrichtete über siebzig Jahre lang. Sie war die erste Tänzerin, die im Weißen Haus auftrat. Das Stück bestand aus engen und scharfen Bewegungen, bei denen die Tänzerinnen und Tänzer unglamourös gekleidet waren, und drehte sich um das Thema der Ablehnung - ein Thema, das in weiteren Werken Grahams immer wieder auftauchen sollte.

Die Martha Graham School wurde 1926 gegründet (im selben Jahr wie Grahams professionelle Tanzkompanie) und ist die älteste Tanzschule der Vereinigten Staaten.

9.5 GRANDMA MOSES

Anna Mary Robertson Moses (1860-1961), auch Großmutter Moses genannt, war eine amerikanische Volkskünstlerin.

Sie begann erst im Alter von 78 Jahren ernsthaft zu malen und ist ein herausragendes Beispiel für eine neue erfolgreiche Kunstkarriere im hohen Alter. Berühmt wurde sie für ihre nostalgischen Gemälde, die das amerikanische Landleben darstellen.

Da sie nie eine Kunstausbildung genossen hat, ist ihr Stil eher einfach. Sie stellte Szenen durch flache Muster von Kreuzstich-Stickereien dar und verwendete leuchtende Farbschemata



Bild 54:

Die Landschaften sind in der Regel mit Figuren, Pferden und Pflanzen bedeckt. Bis zu ihrem Tod im Alter von 101 Jahren schuf die Künstlerin rund 2.000 Gemälde. Ihre Werke befinden sich in den

Sammlungen u.a. des Metropolitan Museum of Art (N.Y.)

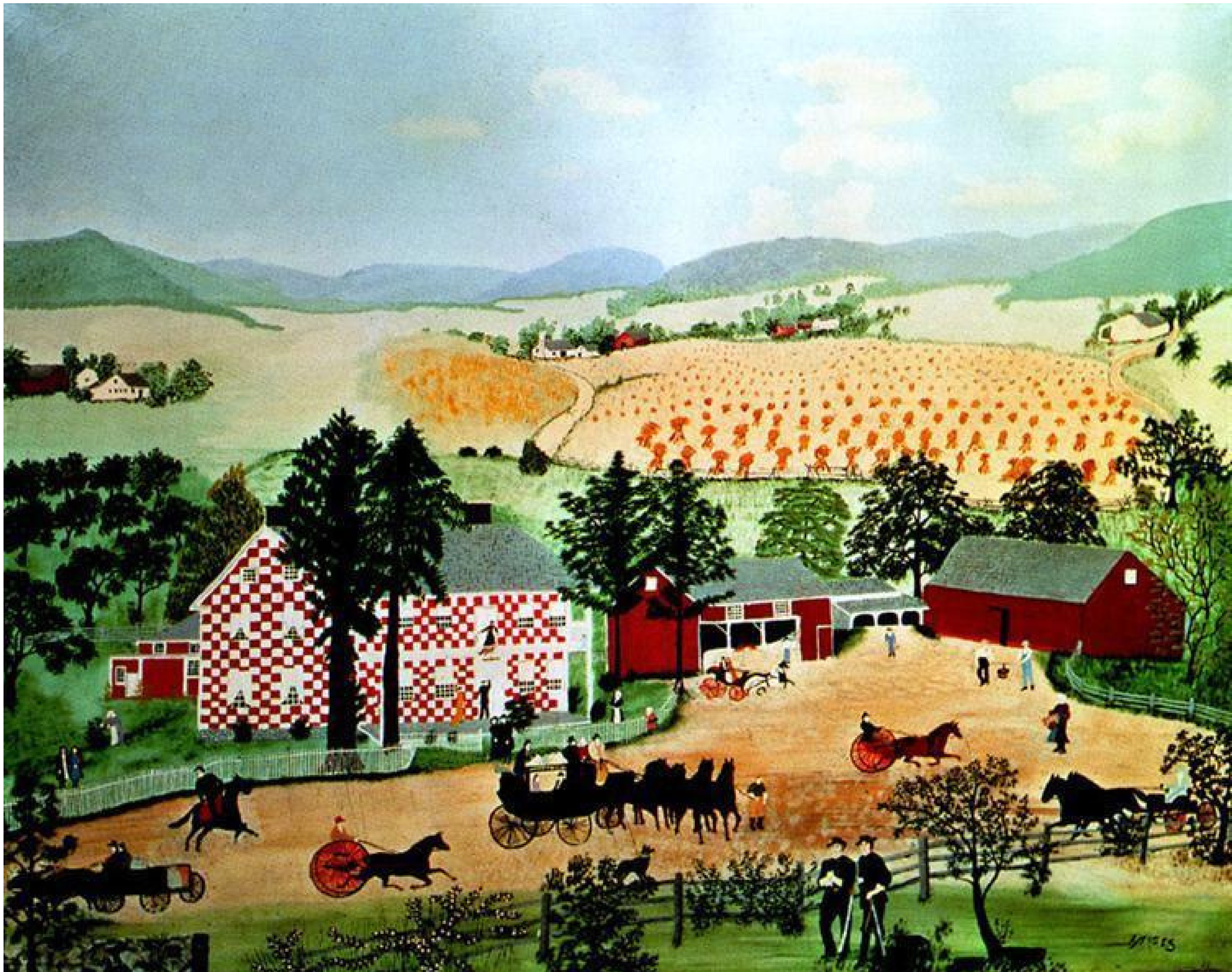


Bild 55:

9.6 NIKI DE SAINT PHALLE

Niki de Saint Phalle (1930-2002) war eine französisch-amerikanische Bildhauerin, Malerin, Filmemacherin und Autorin farbenfroher handillustrierter Bücher. Weithin bekannt als eine der

wenigen weiblichen Monumental-Bildhauerinnen, war Saint Phalle auch für ihr soziales Engagement und ihre Arbeit bekannt.

Weltweite Aufmerksamkeit erlangte sie zunächst durch wütende, gewalttätige Arbeiten, auf die mit Schusswaffen geschossen wurden. Daraus entwickelten sich die Nanas, unbeschwerte, skurrile,

farbenfrohe, großformatige Skulpturen von Tieren, Monstern und Frauenfiguren. Ihr umfangreichstes Werk war der Tarot Garden, ein großer Skulpturengarten mit zahlreichen Werken bis hin zu haushohen Kreationen.

Saint Phalles idiosynkratischer Stil wurde als "Außenseiterkunst" bezeichnet; sie hatte keine formale Kunstausbildung, sondern verkehrte frei mit vielen anderen zeitgenössischen Künstlern, Schriftstellern und Komponisten.



Bild 56:

9.7 PINA BAUSCH

Philippine "Pina" Bausch (1940-2009) war eine deutsche Tänzerin und Choreografin, die einen bedeutenden Beitrag zur neoexpressionistischen Tanztradition leistete, die heute als Tanztheater bekannt ist.

Bauschs Ansatz zeichnete sich durch eine stilisierte Mischung aus Tanzbewegungen, ausgeprägtem Sounddesign und aufwändigen Bühnenbildern aus. Sie bezog die Tänzerinnen und Tänzer, die ihr unterstellt waren, in die Entwicklung eines Stücks mit ein, und ihre Arbeit beeinflusste den modernen Tanz ab den 1970er Jahren.

Ihr Werk, das als Fortsetzung der europäischen und amerikanischen expressionistischen Bewegungen angesehen wird, enthielt viele deutlich dramatische Elemente und beschäftigte sich häufig mit Themen, die mit Traumata, insbesondere mit Beziehungstraumata, zusammenhängen.

Bauschs Stil hat Interpreten wie David Bowie beeinflusst, der einen Teil seiner Glass Spider Tour 1987 im Sinne Bauschs gestaltete.



Bild 57:

9.8 BETYE SAAR

Betye Saar (1926) ist eine afro-amerikanische Künstlerin, die für ihre Assemblagearbeiten bekannt ist. Sie ist eine visuelle Geschichtenerzählerin. In den 1970er Jahren war sie Teil des Black Arts Movement, das sich mit Mythen und Stereotypen über Rasse und Weiblichkeit auseinandersetzte.

Saar schuf *The Liberation of Aunt Jemima* mit einer kleinen Schachtel, in der sich eine "Tante Jemima"-Figur befand, die eine Pistole schwingt. Diese offenkundig politische Assemblage brachte die Empörung der Künstlerin über die Unterdrückung der schwarzen Bevölkerung in Amerika zum Ausdruck.



Bild 58:

Es besteht aus Alltagsgegenständen, die Saar im Laufe der Jahre gesammelt hat. Ihr Hauptthema ist die "Mammy", eine stereotype und abwertende Darstellung einer schwarzen Haushaltshilfe.

9.9 MARISOL ESCOBAR

Marisol Escobar (1930-2016), auch einfach Marisol genannt, war eine venezolanisch-amerikanische Bildhauerin, die in Paris geboren wurde und in New York City lebte und arbeitete. Sie wurde Mitte der 1960er Jahre weltberühmt, geriet aber innerhalb eines Jahrzehnts in Vergessenheit.

Bekannt wurde sie für ihre geschnitzten Holzskulpturen, die oft Fotografien, gefundene Objekte und gemalte Elemente enthalten.

Indem sie sich selbst als "weibliche" Fassade in ein Werk einbrachte, vermittelte Marisol effektiv ein "weibliches" Motiv, das in der Lage ist, die Kontrolle über ihre eigene Darstellung zu übernehmen.



Bild 59:

9.10 PAULA REGO

Dame Paula Rego (1935) ist eine portugiesisch-britische bildende Künstlerin, die vor allem für ihre Gemälde und Drucke bekannt ist, die auf Märchenbüchern basieren. Regos Stil hat sich von der Abstraktion zur Gegenständlichkeit entwickelt. Während eines Großteils ihrer Karriere bevorzugte sie Pastellbildern den Ölbildern. Sie wurde stark vom Surrealismus beeinflusst.

In ihrem Werk spiegelt sich oft der Feminismus wider, der von volkstümlichen Themen aus ihrer Heimat Portugal geprägt ist. Dazu hat sie einen großen Teil ihrer Karriere damit verbracht, sich für Frauen- und Abtreibungsrechte einzusetzen - viele ihrer Gemälde zeigen starke Frauen.

Der Blick der Frau oder des Mädchens war direkt zum Betrachter, in die Leere oder vor Schmerz geschlossen, was den Betrachter auf eine besondere

Art herausforderte. was den Betrachter auf eine besondere Art herausforderte. Der "liegende Akt" verweist auf das Wechselspiel zwischen sexueller Anziehung, dem Sexualakt und den körperlichen Folgen wie Schwangerschaft und Fehlgeburt, die sich aus dem Sex ergeben. Die meisten ihrer liegenden Frauen sind jedoch vollständig bekleidet.



Bild 60:

9.11 ZANELE MUHOLI

Zanele Muholi FRPS (geboren am 19. Juli 1972) ist eine südafrikanische Künstlerin und visuelle Aktivistin, die mit Fotografie, Video und Installation arbeitete. Aus einer "Insider-Position" heraus fotografiert Muholi die schwarze lesbische und transsexuelle Gemeinschaft in Südafrika.

Beginnend mit ihrer ersten Arbeit, *Only Half the Picture* (2006), richteten ihre fesselnden, kraftvollen und manchmal witzigen Bilder den Blick auf eine Gemeinschaft, die nach wie vor der Gefahr von schrecklichem Missbrauch, Diskriminierung und "kurativer" Vergewaltigung ausgesetzt ist. Muholi: "Wir haben so viele Menschen durch Hassdelikte verloren... man weiß nie, ob man jemanden am nächsten Tag wieder sieht."

Sie widersetzt sich dem stereotypen Bild der schwarzen Frau und spricht die aktuellen Debatten über Stigmatisierung und Stereotypisierung an."



Bild 61:

9.12 SHIRIN NESHAT

Shirin Neshat (1957) ist eine iranische bildende Künstlerin, die in New York City lebt und vor allem für ihre Arbeiten in den Bereichen Film, Video und Fotografie bekannt ist.

Bild 62:



Im Mittelpunkt ihrer künstlerischen Arbeit stehen die Gegensätze zwischen Islam und der westlichen Welt, Weiblichkeit und Männlichkeit, öffentlichem und privatem Leben, Antike und Moderne sowie die Überbrückung der Räume zwischen diesen Themen.

Das Video "Rapture" befasst sich mit den sozialen und psychologischen Dimensionen von Frauen in der zeitgenössischen islamischen Gesellschaft. (<https://vimeo.com/65972620>)

Seit der Untergrabung grundlegender Menschenrechte im Iran, insbesondere seit der islamischen Revolution, erklärte sie, dass sie sich "dazu hingezogen fühlt, Kunst zu machen, die sich mit Tyrannei, Diktatur, Unterdrückung und politischer Ungerechtigkeit befasst.

9.13 TILDA SWINTON

Katherine Matilda Swinton (1960) ist eine britische Schauspielerin. Bekannt ist sie für ihr androgynes Aussehen sowie für ihre Rollen in Independent-Filmen und Blockbustern und hat verschiedene Auszeichnungen erhalten, darunter einen Academy Award und einen British Academy Film Award.

In einem Interview mit der Vogue aus dem Jahr 2021 erwähnte Swinton, dass sie sich als queer identifiziert. Sie wurde mit den Worten zitiert: "Ich bin mir sehr darüber im Klaren, dass queer für mich eigentlich etwas mit Sensibilität zu tun hat.



Bild 63:

9.14 PIPILOTTI RIST

Pipilotti Elisabeth Rist (geboren am 21. Juni 1962) ist eine Schweizer Künstlerin, die vor allem für ihre experimentelle Videokunst und Installationen bekannt ist.

Ihr Werk wird oft als surreale, intime, abstrakte Kunst beschrieben, die sich mit dem weiblichen Körper befasst. Ihr Werk wird oft in die Kategorie der feministischen Kunst eingeordnet.

Rists Arbeiten sind für ihre multisensorischen Qualitäten bekannt, mit sich überlagernden projizierten Bildern, die farblich stark gesättigt sind,

gepaart mit Klangkomponenten, die Teil einer größeren Umgebung mit Räumen für die Betrachter zum Ausruhen oder Verweilen sind.

Sie verwandeln die Architektur oder die Umgebung einer White-Cube-Galerie in eine taktile, auditive und visuelle Erfahrung.

Bild 64:



9.15 KARA WALKER

Kara Walker (1969) ist eine amerikanische zeitgenössische Malerin, Scherenschnittkünstlerin, Grafikerin, Installationskünstlerin, Filmemacherin und

und Professorin, die sich in ihrer Arbeit mit Rasse, Geschlecht, Sexualität, Gewalt und Identität auseinandersetzt. Am bekanntesten ist sie für ihre raumfüllenden Tableaus aus schwarzen Scherenschnitt-Silhouetten, meist ,



Bild 65:

schwarze Figuren vor einer weißen Wand, die die Geschichte der amerikanischen Sklaverei und des Rassismus in gewalttätigen und beunruhigenden Bildern thematisieren.

Der Scherenschnitt war eine typisch gehobene Tradition in der amerikanischen Kunstgeschichte; sie wurde häufig für Familienporträts und Buchillustrationen verwendet. Walker knüpfte an diese Porträttradition an, nutzte sie aber, um Figuren in einer alpträumhaften Welt zu schaffen, einer Welt, die die Brutalität des amerikanischen Rassismus und der Ungleichheit offenbart.

9.16 AMANDA GORMAN

Amanda S. C. Gorman (1998) ist eine amerikanische Dichterin und Aktivistin. Ihre Arbeit konzentriert sich auf Themen wie Unterdrückung, Feminismus, Rasse und Ausgrenzung sowie die afrikanische Diaspora.

Gorman war die erste Person, die zum National Youth Poet Laureate ernannt wurde.

Im Jahr 2015 veröffentlichte sie den Gedichtband *The One for Whom Food Is Not Enough*. Im Jahr 2021 trug sie ihr Gedicht "The Hill We Climb" bei der Amtseinführung von US-Präsident Joe Biden vor.

Sie ist eine Meisterin des "gesprochenen Wortes", einer mündlich-poetischen Performance-Kunst, die hauptsächlich auf dem Gedicht und den ästhetischen Qualitäten des Vortragenden basiert. Ihr Eröffnungsgedicht erregte internationales Aufsehen, und kurz darauf wurden zwei ihrer Bücher zu Bestsellern.



Bild 66:

10. ÜBUNGEN

10.1 AUFWÄRMEN

Das Aufwärmen ist eine sehr wichtige Phase der Gruppenarbeit, die uns darauf vorbereitet, bei allen anderen Aktivitäten präsent zu sein.

Auf persönlicher Ebene wecken diese Übungen Körper und Geist und bringen sie in die Atmosphäre der Gruppe ein. Auf der Ebene der Gruppe besteht ihr Zweck darin, alle Teilnehmer auf das gleiche Energieniveau zu bringen und so eine Atmosphäre der Harmonie zu schaffen, die die nachfolgenden Aktivitäten fördert.

10.1.1 AUFWÄRMEN- HI-HA

Name: Hi-Ha

Dauer: 5-10 minuten

Anzahl der Teilnehmer: ganze Gruppe

Ziel: Aufwärmen, Konzentration, Teambildung, Reflexion.

Beschreibung: Die gesamte Gruppe stellt sich in einem Kreis auf, wobei die Teilnehmer in geringem Abstand zueinander stehen. Die erste Anweisung des Koordinators besteht darin, eine japanische, kriegerische Bewegung mit dem linken Arm zu machen, begleitet von dem Ruf "hi-ha", in Richtung des Partners auf der rechten Seite, der die gleiche Geste wiederholt und den Kreis fortsetzt. Sowohl der Schrei als auch die Bewegung

sollten kräftig und schnell sein. Sobald die Sequenz verstanden wurde, werden die folgenden Varianten nach und nach hinzugefügt. Versuchen Sie, jede einzelne auszuführen, und achten Sie dabei auf die Verständniszeit der Gruppe.

- die Phrase "hold on", begleitet von einer Geste mit den Ellbogen nach unten, den geschlossenen Fäusten nach oben, die den Körper bedecken, um die Richtung der Runde zu drehen. Wenn wir die Richtung ändern, ändert sich auch der Arm, mit dem wir "hi-ha" machen.
- Wiederholen wir den Satz "hi-ha", wobei wir mit den Händen eine Maske formen. Nach dieser Geste überspringen wir einen Partner und folgen der gleichen Richtung der Runde.
- jemand schreit "jump"; der nächste Spieler muss springen, während er "hi-ha" schreit, und gibt die Runde an den nächsten weiter.
- bei "Superjump" springt der Rest der Gruppe und ruft dabei "hi-ha". Der nächste Spieler ist an der Reihe.

Sobald die Dynamik reibungslos funktioniert, wird ein Ausschlussverfahren eingeführt, d. h. jeder, der einen Fehler macht (Richtung des Arms, Geste, Geräusch, Drehung oder Timing), muss den Kreis verlassen.

Das Spiel endet, wenn ein Gewinner ermittelt ist. Es kann so oft wiederholt werden, wie der Koordinator entscheidet.

10.1.2 AUFWÄRMEN· JA-JE-JO

Name: JA-JE-JO

Dauer: 5-10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: ganze Gruppe

Zielsetzung: Aufwärmen, Konzentration, Teambildung, Reflexion.

Beschreibung: Die gesamte Gruppe stellt sich in einem Kreis mit geringem Abstand zueinander auf. Der erste Teilnehmer beginnt die Runde, indem er die Arme ausgestreckt über den Kopf hebt und die Handflächen zusammenführt, während er gleichzeitig intensiv "HA" ruft und diese Position beibehält. Einen Augenblick später bewegen sich die Kameraden rechts und links von ihm in einer koordinierten Geste zu seiner Seite, um ihn auf die Brust zu schlagen (ohne ihn zu berühren), wobei sie immer ihre Handflächen zusammenführen und ihre Arme ausstrecken und laut "JE" rufen. Dann senkt der erste Spieler seine Arme und zeigt auf einen anderen Spieler in der Runde und ruft "JO". Der Spieler, dem das Signal gegeben wurde, beginnt wieder mit der ersten Geste und dem Ruf "HA" und folgt damit der gesamten Sequenz. Die Spieler scheiden nach jedem Fehler (Zeit, Geste, Ruf) aus; das Spiel endet, wenn nur noch zwei Spieler übrig sind.

10.1.3 AUFWÄRMEN· NINJA

Name: NINJA

Dauer: 5-10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Ganze Gruppe

Zielsetzung: Aufwärmen, Konzentration, Teambildung, Reflektion.

Beschreibung: Alle Spieler stehen in einem Kreis, einander zugewandt. Zu Beginn sagen alle "Ninja!" und verharren in einer Ninja-Pose. Zu Beginn des Spiels müssen sich alle an ihre Zugreihenfolge erinnern. Die Spielzüge erfolgen im Uhrzeigersinn, d. h. eine Person sollte sich merken, wer vor und nach ihr dran war. Das Ziel des Spiels ist es, der letzte Ninja zu sein, der noch steht. Um im Spiel zu bleiben, darf man nicht zulassen, dass jemand die eigene Hand trifft, denn dann hat man nur noch eine Hand, und wenn die andere auch getroffen wird, ist man "raus" und muss das Spiel verlassen. Jeder Spieler ist abwechselnd am Zug. Wenn ein Spieler an der Reihe ist, darf er eine Bewegung ausführen: eine fließende Bewegung, um einen anderen Spieler anzugreifen, oder um sich zu bewegen. Wenn du angreifst, kann ein anderer Spieler mit einer gleichmäßigen Bewegung versuchen, deinem Angriff auszuweichen, auch wenn er nicht am Zug ist. Das heißt, er oder sie kann reagieren, indem er oder sie den Arm oder die Hand wegbewegt; allerdings muss er oder sie diese neue Pose halten.

10.1.4 AUFWÄRMEN, EMOTIONALE REUNION

Name: Emotionales Wiedersehen

Dauer: 5-10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Aufwärmen, Teambildung, gestischer Ausdruck, Dissoziation.

Beschreibung: Wir bewegen uns durch den Raum, treffen eine andere Person und wenn wir uns in die Augen sehen, umarmen wir uns ganz normal. Der Prozess wird für eine weile wiederholt. Dann ergänzen wir die gleiche Aktivität um verschiedene Varianten.

Zuerst umarmen wir uns, als ob wir jemanden, den wir lieben, nach langer Zeit wiedersehen würden, wobei wir die Gefühle übertreiben.

Dann umarmen wir uns mit der gleichen Euphorie, diesmal aber sagen wir uns unangenehme Dinge ins Gesicht .

Und schließlich treffen wir uns, nun mit übertriebener Wut, und sagen uns gegenseitig nette Dinge.

10.2 TEAMBILDUNG

Gruppendynamik sind kollektive Aktivitäten, die darauf abzielen, die Integration zwischen den Mitgliedern einer Gruppe zu fördern und das Vertrauen zwischen ihnen zu stärken. Diese Aktivitäten begünstigen das kooperative Lernen auf spielerische Weise und ermöglichen in vielen Fällen einen bedeutenden Lernerfolg bei denjenigen, die sie erfahren. Einige der Vorteile der Arbeit an der Teambildung sind die

folgenden:

- Verbesserung der Motivation.
- Stärkung des gegenseitigen Vertrauens zwischen den verschiedenen Mitgliedern der Gruppe.
- Verbesserung der Selbsteinschätzung, der Stärken und Schwächen des Einzelnen.
- Verbesserung des Gruppenumfelds und der Kreativität jedes Einzelnen.
- Förderung von Kommunikation und Integration.

10.2.1 TEAMBILDUNG- ICH BIN DEIN SPIEGEL

Name: Ich bin dein Spiegel

Dauer: 10-15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Teambildung, gestischer Ausdruck, Rhythmus, Aufmerksamkeit für Details.

Beschreibung: In einem Kreis dicht beieinander sitzend, formt der erste Spieler mit seinem Gesicht einen Ausdruck und gibt ihn an den Spieler zu seiner Rechten weiter (die übrigen Teilnehmer dürfen nicht hinsehen), der genau auf die Details achten muss. Nach ein paar Sekunden des gegenseitigen Anschauens muss der zweite Spieler denselben Gesichtsausdruck dem nächsten Spieler in der Runde wiedergeben, und so weiter, bis der Ausdruck zu dem ersten Spieler zurückkehrt, der ihn geschaffen hat.

Das Spiel endet, wenn alle Teilnehmer als erste den Gesichtsausdruck weitergegeben haben.

Als Nächstes kommt die Variation des Rhythmus hinzu: Der erste Spieler erzeugt mit einem beliebigen Körperteil einen Rhythmus und gibt ihn an den nächsten Spieler weiter und so weiter. Diesmal behält jeder Spieler den Rhythmus während der gesamten Runde bei. Nachdem das abgeschlossen ist, fügt der zweite Spieler einen neuen Rhythmus hinzu und gibt ihn an den nächsten weiter, wobei er die gesamte Sequenz wiederholt und so verschiedene Melodien erzeugt. Das Spiel endet, wenn jeder Spieler als erster in der Runde einen neuen Rhythmus hinzugefügt hat.

10.2.2 TEAMBILDUNG: FOLGE MEINER HAND

Name: folge meiner Hand

Dauer: 10-15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Ganze Gruppe

Zielsetzung: Teambildung, Reflexion, Führungsqualitäten.

Beschreibung: In Zweiergruppen stehend, muss einer der Teilnehmer mit der Handfläche die Bewegungen seines Partners führen, der ihr nur mit dem Gesicht sehr genau folgen muss. Diese Bewegungen müssen im Raum auf kreative Weise verändert werden. Dann wird das Spiel umgedreht, d. h. die Bewegungen werden von einem der Spieler mit dem Gesicht geführt, während die Handfläche seines Partners diejenige ist, die ihm folgt.

In der nächsten Runde ist es wieder die Hand, die führt, und das Gesicht, das folgt, nur dass jetzt die Bewegung zwischen der linken und der rechten Hand gewechselt werden kann. dann führt wieder das Gesicht und beide Hände müssen folgen. Schließlich stellt sich die gesamte Gruppe in einer Reihe vor einem Spieler auf, der mit seiner Hand die Bewegungen des Gesichts der anderen führt. Einer nach dem anderen wird der Gruppe, die führt, zugeordnet, wobei sich die Anweisung der Bewegungen abwechselt, bis nur noch einer den Bewegungen mit seinem Gesicht folgt.

10.2.3 TEAMBILDUNG: SPRICH MIT DEINEN AUGEN


Name: Sprich mit deinen Augen

Dauer: 15-20 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: ganze Gruppe

Zielsetzung: Teambildung, Einfühlungsvermögen, visueller Ausdruck, Gruppenzusammenhalt.

Beschreibung: Wir sitzen im Kreis und der Koordinator hat einen kleinen Ball in der Hand. Er beginnt die Aktivität, indem er den Ball an den Partner rechts oder links neben sich weitergibt, ihm dabei in die Augen schaut und seinen eigenen Namen sagt. Derjenige, der den Ball erhält, muss die gleiche Aktion mit dem nächsten Partner wiederholen, bis die Runde beendet ist. Nach der ersten Runde fragt der Koordinator nach den Empfindungen und Schwierigkeiten, die aufgetreten sind.



Dann bittet er diejenigen, die sich wohler fühlen, den Austausch von Blicken stärker zu betonen. Am Ende der Runde werden die Gefühle und Wahrnehmungen erneut offengelegt. Die nächste Aktion, die der Aktivität hinzugefügt wird, besteht darin, den Körper um 90 Grad zu drehen und sich dem Partner gegenüberzustellen, bevor der Ball übergeben und empfangen wird. In jeder Runde wird der Platz gewechselt, um möglichst viele Blicke austauschen zu können.

Zum Schluss kann derjenige, der sich traut, freiwillig in die Mitte des Kreises gehen und den gleichen Blickaustausch durchführen, indem er nacheinander im Kreis alle Teilnehmer der Aktivität verfolgt.

10.2.4 TEAMBILDUNG- DER LAUF

Name: Der Lauf

Dauer: 5-10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: ganze Gruppe

Zielsetzung: Teambildung, Selbstvertrauen.

Beschreibung: Erste Gruppe in Paaren. Einer der beiden muss die Augen bedecken oder schließen; sein Partner nimmt seinen Arm und beginnt, ihn durch den Raum zu führen. Die Idee ist, dies in Stille zu tun, den Dialog und das Vertrauen immer über den Körper aufrechtzuerhalten. Das Tempo wird allmählich gesteigert, bis es zum Laufen kommt. Nach einiger Zeit werden die Rollen getauscht.

Bei der folgenden Übung stellt sich die gesamte Gruppe in einer Reihe auf, und in einem Abstand von 20 oder 30 Metern steht eine einzelne Person mit verbundenen oder geschlossenen Augen. Der Koordinator zählt bis 3 und dieser letzte Spieler beginnt zu laufen, ohne die Augen zu öffnen, bis der Rest der Gruppe kommt. Zu einem bestimmten Zeitpunkt, wenn er nur noch wenige Meter von seinem Ziel entfernt ist, ruft der Koordinator "Stopp". Die ganze Gruppe achtet darauf, dass die Person, die zu ihnen läuft, keinen Schaden nimmt. Nacheinander geht jeder die Situation durch.

10.2.5 TEAMBILDUNG- DER KREIS

Name: Der Kreis


Dauer: 5-10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Teambildung, Selbstvertrauen.

Beschreibung: Ein Freiwilliger steht im Kreis, bekommt die Augen verbunden und lässt sich von einem anderen Teilnehmer an den Schultern fassen. Dieser schiebt ihn vorsichtig in Richtung eines anderen Partners in der Runde, der ihn auffängt, und so geht die Reihe weiter. Im Laufe der Dynamik ändert sich die Runde in Größe, Form und Position der Spieler, so dass derjenige, dem die Augen verbunden sind, die Hinweise verliert.

Die Idee ist, dass jeder der Teilnehmer durch die Mitte gehen kann, um Vertrauen zur Gruppe aufzubauen.



10.3

KÖRPERSPRACHE

Körperliche Ausdrucksfähigkeit bedeutet, sich seines eigenen Körpers bewusst zu werden, ein fortschreitendes Bewusstsein für ihn zu entwickeln und zu lernen, den Körper vollständig zu nutzen, um Ideen und Gefühle nach außen zu tragen.

Die Arbeit an der Körpersprache ist wichtig, da sie die Entwicklung von Fähigkeiten ermöglicht, wie z. B.:

- Kommunikation auf nonverbale Weise, indem Ideen, Gefühle und Emotionen durch die Körpersprache ausgedrückt werden.
- Soziale Kontakte knüpfen und positive Beziehungen zu den Mitgliedern einer Gruppe aufbauen.
- Teamarbeit.
- Entwicklung kreativer Fähigkeiten.
- Spaß an der Bewegung selbst als Möglichkeit, Spannungen zu entkommen und abzubauen.

10.3.1 KÖRPERSPRACHE, MUSIKINSTRUMENT

Name: Musikinstrument

Dauer: 20-25 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Körperausdruck, Führungsqualitäten, Kreativität, Erkundung.

Beschreibung: Für diese Aktivität wählt jeder Teilnehmer ein Objekt im Raum aus, mit der Anweisung wie Kinder damit zu spielen um alle Klänge zu erleben, die man damit erzeugen kann. Anschließend stellen sie ihre Entdeckungen nacheinander der Gruppe vor, und mit Hilfe des Koordinators werden einige neue gefunden.

Sobald sie die Klänge, die sie mit dem Objekt erzeugen können, verinnerlicht haben, beginnen sie, den Klang mit den Bewegungen und Körpergesten zu verbinden:

In einem Paar, das es dem Rest der Gruppe zeigt, muss einer der Teilnehmer die Bewegungen und Körpergesten zeigen, die er/sie auf möglichst kreative Art und Weise ohne abrupte oder plötzliche Veränderungen ausführt, so dass ihr Partner*in ihnen mit der Musik folgen kann, die mit ihrem Objekt erzeugt wurde. Die Idee ist, dass jede Bewegung und jeder Klang perfekt zusammenpasst. Achten Sie besonders darauf, dass es der Körper ist, der den Klang leitet, und nicht umgekehrt. Jeder muss die beiden Rollen interpretieren, sowohl die des Musikers, als auch die des mit dem Körper Exprimierenden.

10.3.2 KÖRPERSPRACHE· DER SPIEGEL

Name: Der Spiegel

Dauer: 10-15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Körperausdruck, Führungsqualitäten, Zusammenarbeit, Kreativität.

Beschreibung: Die Teilnehmer setzen sich paarweise einander gegenüber. Einer der beiden beginnt, dem anderen in die Augen zu schauen und möglichst fließend Bewegungen mit dem Körper oder Gesten mit dem Gesicht zu machen, damit der Partner dies wie ein Spiegel wiederholen kann. Nach einer vom Koordinator festgelegten Zeit werden die Rollen getauscht.

Es geht darum, so kreativ wie möglich zu werden.

10.3.3 KÖRPERSPRACHE· TANZPLATZ

Name: Tanzplatz

Dauer: 20-25 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Körperausdruck, Führungsqualitäten, Koordination, Kreativität.

Beschreibung: Stellen Sie die Gruppe in drei Reihen zu je drei Personen auf, die alle in die gleiche Richtung schauen. Zu Beginn steht der Koordinator vorne und beginnt, zur Musik eine Reihe von Bewegungen zu improvisieren, die der Rest der Gruppe gespiegelt nachahmen soll. Da der Koordinator der erste ist, macht er deutlich, dass die Bewegungen

fließend sein müssen, wobei jedoch schnelle und abrupte Wechsel zu vermeiden sind, um die Wiederholung durch die Gruppe zu erleichtern.

Als nächstes improvisieren die ersten 3 jeder Reihe ihre Bewegungen, so dass der Rest ihnen folgt. Auf Befehl des Koordinators drehen sich alle um 90 Grad und schauen nun alle in die andere Richtung. Auf dieselbe Weise sind es nun umgedreht jeweils die ersten 3 jeder Reihe, die die Bewegungen vorgeben. Die Aktivität endet, wenn die 3 Änderungen durchgeführt wurden, bis sie wieder in der ursprünglichen Ausrichtung sind. Diese Übung kann auch mit einer größeren Anzahl von Teilnehmern durchgeführt werden, obwohl dies weniger ratsam ist.

10.3.4 KÖRPERSPRACHE· MIT UNTERSCHIEDLICHEN ABSICHTEN GEHEN

Name: Mit unterschiedlichen Absichten gehen

Dauer: 15-20 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: ganze Gruppe

Zielsetzung: Körperausdruck, Führungsqualitäten, Koordination, Kreativität, Interpretation

Beschreibung: Beginnen Sie damit, sich im Raum zu bewegen. Gleichzeitig beginnt der Koordinator, Anweisungen zu geben, um die Aufmerksamkeit der Spieler zu verändern. Zum Beispiel, so zu gehen, als ob sie in Eile wären, als ob sie schlafen würden, als ob es zu heiß wäre, als ob es zu kalt wäre, als ob sie Angst hätten.

Die gleichen Spieler können sich auch verschiedene Varianten ausdenken und vorschlagen.

Die Idee ist, jede der Absichten beim Gehen zu übertreiben.

10.4 VOKALER AUSDRUCK

Die Körperstimme ist eine wichtige Identitätsquelle. Wie der körperliche Ausdruck ist auch der stimmliche Ausdruck eine weitere Ressource, mit der wir an der Entwicklung von Kreativität und persönlichem Ausdruck arbeiten können. Durch diese Aktivitäten soll die Kraft der Stimme erforscht und ihr kreativer Ausdruck gefördert werden, um sie als grundlegendes Element der Kommunikation zu würdigen

10.4.1 VOKALER AUSDRUCK- SING DEINEN NAMEN

Name: sing deinen Namen

Dauer: 15-20 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Stimmlicher Ausdruck, Gruppenverbindung, Kreativität, Integration.

Beschreibung: Ein Teilnehmer stellt sich freiwillig 10/15 Meter vom Rest der Gruppe entfernt auf, die in einer Reihe dicht beieinander steht. Der Freiwillige beginnt, auf die Gruppe zuzugehen, und muss bei jedem Schritt seinen Namen in

einem anderen, kreativen Rhythmus und mit anderer Intonation aussprechen. Wenn er beim Rest der Gruppe ankommt, wird er von dieser mit einer Gruppenumarmung empfangen, als ob sie ihm gratulieren und ihn willkommen heißen würde.

Die Aktivität endet, wenn alle Teilnehmer ihren Namen singend gelaufen sind.

10.4.2 VOKALER AUSDRUCK- AUFWÄRMEN DER STIMME

Name: Aufwärmen der Stimme

Dauer: 10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Stimmlicher Ausdruck, Kreativität, Improvisation.

Beschreibung: Stehen Sie in einem Kreis, um sich aufzuwärmen und die Stimmen einzusetzen. Bewegen Sie zuerst die Schultern, dann springen Sie und schütteln Sie den ganzen Körper, bewegen Sie die Lippen. Dann fangen Sie nacheinander an, verschiedene Klänge mit der Stimme auszuprobieren. Dies sind einige der Beispiele:

- Geräusch, wenn wir unseren Körper strecken
- spitze Stimme
- tiefe Stimme
- heiser
- tonale Stimme
- nasale Stimme

Tun Sie so, als würden Sie ein Gespräch führen, ohne Worte, nur mit Geräuschen.

10.4.3 VOKALER AUSDRUCK, LANDSCHAFTSGERÄUSCHE

Name: Landschaftsgeräusche

Dauer: 15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Stimmlicher Ausdruck, Konzentration, Vorstellungskraft, Kreativität.

Beschreibung: Für diese Übung sitzen die Teilnehmer in einem Kreis auf dem Boden. Stellen Sie sich eine vom Koordinator vorgeschlagene Landschaft vor, schließen Sie die Augen und beginnen Sie nach und nach, dieser Landschaft einen Klang zu geben. Jede/r muss ein Geräusch machen, das zusammen mit den Geräuschen der anderen TeilnehmerInnen den Eindruck erwecken soll, dass sie/er da ist.

Versuchen Sie, nicht alles gleichzeitig zu machen, sondern jedem Teilnehmer die Möglichkeit zu geben, seine Geräusche zu verändern. Einige der Beispiele, mit denen man arbeiten kann, sind: eine Alien-Welt oder eine Savanne.

10.4.4 VOKALER AUSDRUCK- ORCHESTER

Name: Orchester

Dauer: 20-25 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Stimmlicher Ausdruck, Teamarbeit, Kreativität, Führungsqualitäten.

Beschreibung: Wir stellen uns in einer Reihe auf, einer dicht neben dem anderen, um ein Orchester mit Tönen zu bilden.

Abwechselnd meldet sich einer der Teilnehmer, um ein Musikstück zu dirigieren. Jeder Musiker wählt ein Geräusch, das er mit seiner Stimme erzeugen kann, als Musikinstrument aus und gibt es so wieder, dass der Dirigent es erkennen kann. Nach dem Soundcheck beginnt der Dirigent, sein Konzert zu dirigieren, indem er Töne hinzufügt oder weglässt, die Lautstärke erhöht oder verringert, die Frequenz erhöht oder senkt oder jede andere Variante, die ihm einfällt, bis das Konzert zu Ende ist. Zunächst werden die Geräusche ohne besondere Anweisungen erstellt, anschließend werden verschiedene und zahlreiche gewünschte Varianten dargeboten:

- Geräusche mit hoher und tiefer Stimme
- Sprechen in verschiedenen Sprachen
- weinende Geräusche usw.

Der Reihe nach werden die Teilnehmer zum Regisseur und die Aktivität endet, wenn jeder sein eigenes Konzert dirigiert hat.

10.5

PROPRIOZEPTION

Die Arbeit an der Propriozeption durch spielerische Aktivitäten ermöglicht die Arbeit an der Sinneswahrnehmung des eigenen Körpers, während gleichzeitig andere wichtige Fähigkeiten für die persönliche und gruppenbezogene Entwicklung, wie Teambildung, Vertrauen und Zusammenarbeit, vermittelt werden.

10.5.1 PROPRIOZEPTION- TIKIWIKI

Name: Tikiwiki

Dauer: 10-15 Minuten.

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Propriozeption, Konzentration, Bewusstsein.

Beschreibung: Für diese Aktivität wird ein Teilnehmer ausgewählt, der die Rolle des Tiki-Wiki spielt, während der Rest der Gruppe sich an einer Wand aufstellt und die Augen schließt. Das Tiki-Wiki positioniert sich an einem Punkt im Raum, von dem aus es sich nicht bewegen kann, es bleibt stumm und gibt keinen Ton von sich. Wenn er sich positioniert hat, startet der Koordinator das Spiel und die anderen Teilnehmer beginnen, sich mit geschlossenen Augen und ohne zu sprechen im Raum zu bewegen, um ihn zu finden. Wenn sie eine Person gefunden haben, müssen sie, um herausfinden zu

können, ob es sich um einen Tiki-Wiki oder einen normalen Spieler handelt, die folgende Frage stellen: "TIKI-WIKI?". Wenn der andere mit "TIKI-WIKI" antwortet, bedeutet das, dass er ein normaler Spieler ist, der auch nach Tiki-Wiki sucht. Wenn ein Spieler jemanden findet und es gibt keine Antwort, bedeutet das, dass er Tiki-Wiki gefunden hat. In diesem Fall stellt sich der Spieler, der die Frage gestellt hat, mit offenen Augen, aber ohne zu sprechen, neben tiki-wiki und spielt ebenfalls die Rolle von tiki-wiki. Die Aktivität wird so lange fortgesetzt, bis alle Spieler tiki-wiki gefunden haben.

10.5.2 PROPRIOZEPTION- LABYRINTH

Name: Labyrinth

Dauer: 15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Propriozeption, Gedächtnis, Konzentrationsfähigkeit, Raumgefühl.

Beschreibung: Für diese Aktivität bereitet der Koordinator einen Weg mit Hindernissen in einem festgelegten Raum von 3 m Breite und 4 m Länge vor. Für die Hindernisse können alle verfügbaren Gegenstände verwendet werden. Die Teilnehmer stellen sich einzeln vor der Strecke auf, betrachten sie etwa 30 Sekunden lang und versuchen, sie sich einzuprägen, dann schließen sie die Augen und beginnen zu gehen. Ziel der Übung ist es, einen Weg zu wählen, der sie auf die andere Seite bringt, wo der Koordinator auf sie wartet, ohne dabei ein Hindernis

zu berühren. Die Aktivität endet, wenn alle Spieler den Parcours bewältigt haben. Wer möchte, kann die Aktivität mehrmals wiederholen und versuchen, verschiedene Strecken zu durchlaufen.

10.5.3 PROPRIOZEPTION- EIN FLUSS VOLLER KROKODILE

Name: ein Fluss voller Krokodile

Dauer: 15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Propriozeption, Teamarbeit, Gleichgewicht, Konzentration.

Beschreibung: Es werden Paare gebildet und 3 Holzstücke oder andere Materialien gefunden, die kleiner als unsere Füße sind, um das Gleichgewicht zu trainieren. Die Spieler positionieren sich an einem Punkt im Raum, der das Ufer eines Flusses darstellt, und es wird festgelegt, an welchem Punkt sich das andere Ufer befindet. Der erste Spieler beginnt, den Fluss zu überqueren, in dem es viele Krokodile gibt, weshalb er die Holzstücke benutzen muss, um nicht ins Wasser zu fallen. Er positioniert das erste und geht mit einem Fuß nach vorne, dann positioniert er das zweite und setzt den anderen Fuß. Der zweite Spieler macht das Gleiche mit dem verbleibenden Holzstück und stellt den ersten Fuß auf. Um den zweiten Fuß zu setzen, muss der erste Partner einen Fuß von einem Holzstück heben und auf einem Bein balancieren.

Spieler 2 kann nun beide Füße aufstellen, aber damit der erste Fuß sich vorwärts bewegen kann, muss Spieler 2 den anderen Fuß anheben, um ein Holzstück loszulassen. Dann hält er das Gleichgewicht, nimmt das Stück und gibt es an den Partner vor ihm weiter. Dieser legt das Holz einen Schritt nach vorne und setzt seinen Fuß ab, so dass der Weg im Fluss weitergeht.

Wenn sie das Gleichgewicht halten, können sich die Spieler gegenseitig helfen, wichtig ist nur, dass ihre Füße nicht das Wasser berühren. Das Spiel endet, wenn man die andere Seite des Flusses erreicht hat, ohne zu fallen.

Das Spiel kann auch in 3er-Gruppen gespielt werden, wobei in diesem Fall 5 Hölzer verwendet werden, oder in Gruppen mit mehreren Personen, wobei die Proportion immer mit einbezogen wird.

10.6 KONZENTRATION

Die Entwicklung der Aufmerksamkeits- und Konzentrationsfähigkeit ist von wesentlicher Bedeutung, um die Qualität der Teilnahme an späteren Aktivitäten zu verbessern, die alle möglichen Ziele verfolgen. Das Spiel ist ein grundlegendes Instrument, an diesen Punkten zu arbeiten und sie auf unterhaltsame und motivierende Weise länger aufrechterhalten zu können.



10.6.1 KONZENTRATION-SIMON

SAGT

Name: Simon sagt

Dauer: 10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Konzentration, Reflexion, Aufmerksamkeit.

Beschreibung: Einer der Teilnehmer ist "Simon", wobei es auch sein eigener oder ein von ihm gewählter Name sein kann. Er ist derjenige, der die Aktion leitet. Die anderen müssen tun, was Simon sagt. Der Trick liegt in der magischen Phrase "Simon sagt". Wenn es heißt "Simon sagt springen", müssen die Spieler springen oder sie scheiden aus. Wenn Simon einfach nur "spring" sagt, dürfen sie nicht springen, sonst scheiden sie ebenfalls aus. Versuch dabei so schnell und kreativ wie möglich zu sein.

10.6.2 KONZENTRATION- BALL SEQUENZ

Name: Ball Sequenz

Dauer: 10 Minuten

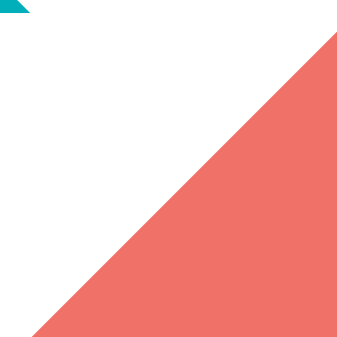
Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Konzentration, Teamarbeit, Gedächtnis.

Beschreibung: Die Teilnehmer stehen in einem Kreis sehr nahe beieinander. Der Koordinator hat einen Tennisball in der Hand und beginnt, ihn zu einem beliebigen Mitglied der Runde zu werfen. Er muss ihn fangen und an einen anderen Partner weitergeben und so weiter, bis alle Spieler ihn gefangen haben.

Beachten Sie, dass niemand den Ball mehr als einmal erhalten kann. In dem Moment, in dem der letzte Spieler den Ball erhält, muss er ihn dem Koordinator zurückwerfen, um die Runde neu zu beginnen. Dieselbe Runde wird zwei- oder dreimal wiederholt, bis sich alle daran erinnern, von wem sie den Ball erhalten haben und zu wem sie ihn werfen sollen. Die erste Variante des Spiels besteht dann darin, die Reihenfolge zu wiederholen, aber umgekehrt, d. h. ich gebe den Ball an denjenigen ab, der ihn mir zugeworfen hat, und ich nehme ihn von demjenigen entgegen, dem ich ihn zugeworfen habe. Sobald die Gruppe diese Aktivität fließend ausführen kann, geht sie zur nächsten Variante über, die komplexer ist: Sie kehrt zur ersten Sequenz zurück, aber jetzt fügt der Koordinator nach und nach weitere Bälle hinzu. Das heißt, wenn die Folge in der Mitte der Runde ist, wird eine neue Kugel ins Spiel gebracht, und so zwei oder drei weitere Kugeln, je nach Kapazität der Gruppe.

Auf diese Weise wird das Spiel zu einer Aktivität, bei der sich jeder Teilnehmer die ganze Zeit darauf konzentrieren muss, den Ball von Partner "A" entgegenzunehmen und ihn an "B" zu werfen, damit die Gruppensequenz funktioniert



10.7 SPIELERISCHE UND KÜNSTLERISCHE IMPROVISATION

Improvisationsspiele und -übungen ermöglichen es denjenigen, die sie praktizieren, ihre Kreativität zu nutzen, ihre Fähigkeiten, vor Publikum aufzutreten, zu verbessern und ihr Selbstvertrauen und Konzentration zu steigern.

Bei der Improvisation gibt es keine Zeit für Zweifel, und das bringt uns dazu, ohne nachzudenken zu handeln. Darüber hinaus reagieren wir schneller und ohne Angst, Fehler zu machen. Deshalb handeln wir mehr aus dem Impuls heraus als aus dem Denken.

10.7.1 IMPRO· DER STEIN IM ZIMMER

Name: der Stein im Zimmer

Dauer: 20 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Improvisation, Vorstellungskraft, Körperausdruck, unlogisches Denken

Beschreibung: Der Koordinator stellt der Gruppe die Szene vor und anschließend führt jeder der Teilnehmer die Aktivität einzeln durch. Der Koordinator definiert einen Raum, der das Zimmer eines Hauses darstellt. In der Mitte dieses Raums befindet sich ein sehr großer und schwerer Stein, während sich an einer Wand ein viel kleineres Fenster befindet. Der Stein passt nicht durch das Fenster, weil er zu groß ist.

Jeder Spieler muss mit seiner Fantasie und Kreativität einen Weg finden und handeln, um den Stein durch das Fenster zu bekommen. Ziel des Spiels ist es, nicht mehr logisch zu denken (z. B. den Stein aufheben, zerbrechen, schieben), sondern kreative Lösungen zu finden (z. B. den Stein wie einen Luftballon aufblasen, auf den Stein beißen und ihn aus dem Fenster spucken...). Die gesamte Sequenz muss vorgespielt werden, ohne zu sprechen, damit die Partner verstehen können, was passiert.

Um das Verständnis der Aktivität zu erleichtern, empfiehlt es sich, dass der Koordinator durch Handlungen demonstriert, worum es bei der Aktivität geht.

10.7.2 IMPRO· DAS IMAGINÄRE BADEZIMMER


Name: das imaginäre Badezimmer

Dauer: 25 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: 10 Personen.

Zielsetzung: Improvisation, Bewusstsein für den Raum, Konzentration, Gedächtnis, Körperausdruck.

Beschreibung: Der Koordinator stellt der Gruppe die Aktivität vor und erklärt die Situation, in der wir uns befinden: Das Szenario ist ein völlig leeres imaginäres Badezimmer in einem Haus, in dem es nur eine Tür auf einer Seite der Wand gibt. Einer nach dem anderen müssen die Teilnehmer auf die Bühne gehen und eine Alltagssituation nachspielen.



Der erste Teilnehmer öffnet die Tür, geht hinein und schließt die Tür wieder. Sobald er drinnen ist, führt der Teilnehmer eine Handlung aus, bei der er sich die sanitären Einrichtungen des Raumes vorstellt (zum Waschbecken gehen, um sich die Hände zu waschen, in die Toilette pinkeln). Wenn er die Handlung beendet hat, verlässt er das Badezimmer, öffnet die Tür und schließt sie hinter sich. Der nächste Teilnehmer muss das Badezimmer betreten, indem er durch die Tür geht, sich daran erinnert, wie der vorherige Partner sie geöffnet hat, und sich merkt, wo die zuvor benutzten Einrichtungen waren, und eine neue Handlung an einem anderen Ort im Badezimmer ausführt (wenn Teilnehmer 1 z. B. eintritt und sich am Waschbecken die Hände wäscht, indem er sich vorstellt, dass es sich auf der linken Seite des Raumes befindet, muss Teilnehmer 2 die Tür betreten und sie in die gleiche Richtung öffnen, zum Waschbecken auf der linken Seite des Raumes gehen und die gewünschte Handlung ausführen, dann die Toilette benutzen, indem er sich vorstellt, dass sie sich auf der anderen Seite des Raumes befindet. Wenn er fertig ist, geht er zur Tür hinaus und schließt sie).

Die Übung wird so lange fortgesetzt, bis alle Teilnehmer die Bühne betreten, die vorangegangenen Vorgänge wiederholen und so ein imaginäres Badezimmer mit allen Einrichtungen (Dusche/Badewanne/Waschbecken/Toilette/Waschmaschine und alles, was während des Spiels zur Verfügung gestellt wird) erschaffen.

Es ist sehr wichtig, die Ordnung zu respektieren und den Raum zu beachten, in dem die vorherigen Kollegen die Badezimmereinrichtungen und -gegenstände untergebracht haben.

10.7.3 IMPRO- DEFORMATION

Name: Deformation


Dauer: 10-15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Improvisation, unlogisches Denken, Körperausdruck.

Beschreibung: Der Koordinator setzt sich in einen Kreis und beginnt damit, mit seinen Händen ein beliebiges Objekt zu improvisieren, das ein bereits vorhandenes oder ein von ihm selbst erdachtes Objekt sein kann. Er beginnt, mit diesem Gegenstand zu spielen, ihn zu bewegen, zu verformen, zu zerbrechen oder was immer ihm einfällt. Nach einem Moment der Schöpfung gibt er den Gegenstand an den Partner auf seiner Seite weiter, der ihn entgegennehmen und mit seiner Fantasie umgestalten muss, wodurch sich der gleiche kreative Prozess wiederholt. Der Gegenstand dreht sich so lange, bis er eine Runde vollendet hat (die Runde kann beliebig oft wiederholt werden).

Als Nächstes beginnt der Koordinator mit einer ähnlichen Dynamik, indem er eine Handlung ausführt, die er im Alltag mit seinen Händen ausführt.



Er kann in seinem Zug mehrere Aktionen kombinieren, aber immer in einer fließenden Weise, ohne die Bewegung zu unterbrechen. Auf dieselbe Weise wie zuvor gibt er die Geste an seinen Partner weiter, der sie seinerseits aufnimmt, umwandelt und an den nächsten weitergibt, bis die Runde beendet ist.

10.7.4 IMPRO· OBJEKT TROUVE

Name: Objekt Trouve

Dauer: 20- 25 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Improvisation, unlogisches Denken, Kreativität, Dissoziation.

Beschreibung: Bei dieser Aktivität muss jeder Teilnehmer einen beliebigen Gegenstand im Raum suchen und mit ihm spielen, indem er mit neuen Verwendungsmöglichkeiten experimentiert. Das Ziel der Aktivität ist es, den Gegenstand von seiner üblichen Verwendung zu lösen und ihm eine andere Bedeutung zu geben (Beispiel: Ich wähle einen Schuh als Objekt und esse ihn als Mobiltelefon, ich gebrauche ihn als Teller mit Essen, als Autolenkrad, als ob er ein Baby wäre, das mich hält, als ob er ein Buch wäre). Zu Beginn experimentiert und spielt jeder Teilnehmer ein paar Minuten lang mit seinem Gegenstand und sucht nach mindestens 10 kreativen Verwendungsmöglichkeiten. Dann zeigen die Teilnehmer ihren Partnern nacheinander die 5 Ergebnisse, die sie bevorzugen. Die Übung findet in völliger Stille nur durch Schauspielerei statt, und jeder für sich allein.

10.7.5 IMPRO· IMPROSTUHL

Name: Improstuhl

Dauer: 15-20 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Zielsetzung: Improvisation, Körperausdruck, Stimmausdruck, Zusammenarbeit, Kreativität.

Beschreibung: Diese Übung ist ein Improvisationsduett. Zwei Stühle werden mit der Rückenlehne zueinander aufgestellt. Einer der Teilnehmer setzt sich auf seinen Stuhl mit Blick auf den Rest der Gruppe (Publikum), sein Partner auf den anderen. In diesem Fall ist der Partner derjenige, der die Improvisation leitet, indem er seine Stimme einsetzt, entweder mit einem Dialog oder nur mit Geräuschen. Die Idee ist, dies in einer fließenden Form zu tun, ohne plötzliche und abrupte Veränderungen. Derjenige, der vor dem Publikum steht, muss die Klänge, die er hört, verkörpern und versuchen, sich so gut wie möglich mit seinem Partner abzustimmen, um ein Ensemble zwischen dem Klang, der körperlichen Darbietung und der Bewegung der Lippen zu schaffen.

10.8 NARRATIV UND SZENARIO KREATION

Die Erstellung von Erzählungen und Szenarien ist eine Aktivität, die die persönliche und die Gruppen-Kreativität fördert. Ihr Ziel ist die Erschaffung einer Geschichte und ihre sukzessive Kommunikation durch die Verwendung einer Reihe von visuellen und akustischen Informationen und durch die Charakterisierung der Figuren und der Umgebung.

10.8.1 NARRATIV UND SZENARIO KREATION- DAS BILD

Name: DAS BILD

Dauer: 20-25 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Erarbeitung von Geschichten und Szenarien, Vorstellungskraft, Teamarbeit, Körperausdruck.

Beschreibung: Die ganze Gruppe sitzt und es gibt nur einen Stuhl auf einer "Bühne". Die gesamte Aktivität findet in Stille und mit wechselnder Hintergrundmusik statt. Der Koordinator wählt zwei Personen aus. Eine von ihnen, die ihre Gefühle wahrnimmt, muss sich dem Stuhl nähern und zusammen mit ihm in einem Foto verharren, das eine Geschichte, ein Gefühl zu erzählen versucht. Dann muss sein Partner die Szene betreten und sich in das Foto einfügen, wobei er die

Bedeutung dessen, was der erste vorgeschlagen hatte, verändern kann. Dann werden die Rollen getauscht. Der Koordinator bildet verschiedene Paare und ändert die Musik dazu, wenn er es für nötig hält.

Für die folgende Variante setzen sie sich ebenfalls vor die Bühne. Der Koordinator beginnt, indem er einen ersten Teilnehmer aufruft, der an den Stuhl herantreten und die gleiche Tätigkeit ausführen muss. Nach und nach werden weitere Teilnehmer aufgerufen, die den Sinn der Geschichte vervollständigen oder verändern sollen. Die Anzahl der Teilnehmer auf der Bühne ist variabel, und es kann die gesamte Gruppe auf die Bühne kommen. Der Koordinator kann auch einen der Teilnehmer auswählen, um die Szene zu inszenieren.

10.8.2 NARRATIV UND SZENARIO KREATION- SELTSAMER TAGESABLAUF

Name: seltsamer Tagesablauf


Dauer: 20-25 Minuten.

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Erstellung von Erzählungen und Szenarien, Körperausdruck, Teamarbeit, Kreativität.

Beschreibung: Paarweise aufstellen.

Jeweils eine Gruppe stellt vor dem Rest der Gruppe pantomimisch eine Handlung aus dem Tagesablauf dar.



Dann schlägt der Koordinator eine Variante vor, z. B. die Wiederholung genau derselben Sequenz, aber mit einer anderen Emotion (z. B. sehr glücklich, ängstlich, nervös, verlegen, in Eile); oder mit einem Wechsel des Geschlechts oder der Natur (Roboter, Frau, Paar, das nicht mehr stehen kann). Die Idee ist, so viel Übertreibung wie möglich zu zeigen. Nach diesen Experimenten nimmt sich jedes Paar ein paar Minuten Zeit, um eine neue Geschichte mit 2 oder 3 Varianten, die sie vorschlagen, zu entwickeln.

10.8.3 NARRATIV UND SZENARIO KREATION- STILLE MUSIK BAND

Name: stille Musik Band

Dauer: 15 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Erstellung von Erzählungen und Szenarien, Teamarbeit, Interpretation, Vorstellungskraft.

Beschreibung: Für diese Aktivität teilen Sie sich in Gruppen von 3 Personen auf. Jede Gruppe muss mit Pantomime vor den anderen die Präsentation einer Musikband darstellen. Dafür müssen sie sich vorher einige Zeit nehmen, um über die ganze Szene nachzudenken und zu diskutieren: welche Art von Musikgruppe soll es sein, welches Instrument soll gespielt werden, und was soll der Ort sein, an dem die Gruppe auftreten soll. Die Aufführung sollte einen klar definierten Anfang und ein klar definiertes Ende haben. Der Rest der Gruppe versucht zu erraten, welche Band dargestellt wurde.

10.8.4 NARRATIV UND SZENARIO KREATION- CHAT

Name: schnell-langsam Gespräch

Dauer: 20 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe

Ziel: Erstellung von Erzählungen und Szenarien, Teamarbeit, Kreativität, Timing.

Beschreibung: Überlegen Sie sich zu zweit eine gemeinsame Situation mit einem Mini-Dialog zwischen zwei Personen (Aktion und Reaktion). Stellen Sie sich die gewählte Situation in einem definierten Raum vor und legen Sie die Rollen und Haltungen fest, die jeder Charakter spielen wird. Einige Beispiele sind: auf der Straße nach der Uhrzeit fragen, nach einem Ort fragen. Stellen Sie die Situation zunächst in der normalen Zeitspanne dar und wechseln Sie dann mehrere Zeitspannen: super späte Frage und Antwort, schnelle Frage und Antwort oder so schnell, dass die gleiche Frage vorweggenommen wird, oder die Zeitspannen in der gleichen Abfolge vertauscht werden.

Üben Sie es ein paar Mal und zeigen Sie es dann dem Rest der Gruppe.

10.8.5 NARRATIVE UND SZENARIO KREATION- KREIERE DEINE GESCHICHTE

Name: kreierte deine Geschichte

Dauer: 30 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: ganze Gruppe

Ziel: Erstellung von Erzählungen und Szenarien, Teamarbeit, Kreativität, Interpretation.



Beschreibung: Für diese Aktivität werden die Teilnehmer in Gruppen von 5/6 Personen (oder weniger, wenn die Anzahl kleiner ist) eingeteilt. Der Koordinator weist jeder Gruppe eine spezifische und normale Ausgangssituation zu, die sie schauspielerisch und mit Hilfe von Dekorationen im Raum darstellen sollen (Beispiel: Restaurant, Supermarkt, Schulklasse). Die Teilnehmer diskutieren einige Minuten lang über die Situation, die sie darstellen wollen, die Rollen, die möglichen Dialoge und die Geschichte. Sobald diese erste Phase abgeschlossen ist, führt die Gruppe ihr kleines Theaterstück auf. Danach bittet der Koordinator darum, genau dieselbe Erzählung zu wiederholen, aber dieses Mal die Emotionen zu ändern (Beispiel: jetzt sind alle deprimiert, alle schlafen...) oder die Art des Sprechens zu ändern (Beispiel: nur mit "blah blah blah" sprechen, singend sprechen...). Der Koordinator kann auch ein Lied spielen und verlangen, dass die Darbietung der Intensität und den Emotionen der Musik folgt. Er kann auch alle Varianten hinzufügen, die ihm einfallen. Ideal wäre es, wenn jede Gruppe 4 Mal auftreten würde: 1 Mal normal und die anderen 3 Mal mit den vom Koordinator vorgeschlagenen Varianten. Es ist sehr wichtig, dass die Dialoge und die anfängliche Erzählung immer eingehalten werden.

10.9 ABSCHLUSS DYNAMIK

Die Abschlussdynamik besteht aus Übungen und Aktivitäten, die es ermöglichen, die in den vorangegangenen Aktivitäten geleistete Arbeit und das Gruppengefühl, das unter den Teilnehmern entstanden ist, zu stärken. Dabei kann es sich um Dynamiken handeln, die ein hohes Maß an persönlicher und gruppenspezifischer Arbeit erfordern, wie z. B. Spiele, oder um ruhigere Aktivitäten, die vor der Verabschiedung für Entspannung und Gelassenheit sorgen.

10.9.1 ABSCHLUSS DYNAMIK-GRUPPEN MASSAGE


Name: Gruppen Massage

Dauer: 10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Ganze Gruppe

Zielsetzung: Entspannung, Teambildung, Selbstvertrauen.

Beschreibung: Die Teilnehmer teilen sich in 5er-Gruppen auf und stellen sich in einem Kreis einander gegenüber auf. Nacheinander geht eine Person in die Mitte und schließt die Augen. Die Teilnehmer um ihn herum beginnen, ihn in Begleitung eines anderen Partners sanft zu schieben, so dass der Teilnehmer, der sich in der Mitte befindet, sanft und behutsam zwischen den Armen der Gruppe pendelt.



Nach ein paar Minuten fassen die Teilnehmer um ihn herum ihn an den Schultern und Beinen, heben ihn hoch und lassen ihn wie ein Blatt im Wind schwingen und begleiten ihn vorsichtig zu Boden. Dann beginnt die Gruppe, verschiedene Körperteile des Partners liebevoll zu massieren (Hände, Füße, Beine, Gesicht, Kopf...) und nach einem Moment beginnt sie, die Gelenke des am Boden liegenden Teilnehmers behutsam zu bewegen. Zum Schluss reibt jede Person ihre Hände und stützt sie für einige Sekunden auf dem Körper des Partners ab, diese Aktion wird 3 Mal wiederholt. Nach Beendigung der Massage wird dem Teilnehmer in der Mitte ein Moment gelassen, um die Augen wieder zu öffnen und aufzustehen. Einer nach dem anderen gehen die Teilnehmer, die es wünschen, in die Mitte und durchleben die Erfahrung.

10.9.2 ABSCHLUSS DYNAMIK- HAND RUNDE

Name: Hand Runde

Dauer: 10 Minuten

Anzahl der Teilnehmer: Gesamte Gruppe
Zielsetzung: Konzentration, Reflexion, Teambildung.

Beschreibung: Alle Teilnehmer knien mit flachen Handflächen auf dem Boden und führen ihre rechte Hand über die linke Hand ihres Partners.

Alle bleiben dann mit gekreuzten Händen auf dem Boden liegen.

Das Spiel besteht darin, einen Schlag durch den Kreis der Hände zu führen, von einer Hand zur anderen, immer nacheinander. Sie werden nacheinander in einer der folgenden Varianten vorgestellt:
Bei zwei Schlägen wird die Richtung gewechselt.

Wenn die Hand mit der Handfläche nach oben gestützt wird, wird ein Spieler übersprungen.

Wenn jemand seine Hand hebt oder auf den Boden schlägt, wenn er nicht an der Reihe ist, muss er diese Hand zurückziehen. Wenn ein Spieler keine Hände mehr hat, scheidet er aus.

Das Spiel endet, wenn es nur noch einen Gewinner gibt.



11. BEISPIELE FÜR BEWÄHRTE VERFAHREN

11.1 BELLA MARTHA (DE)



Name des Projekts DE + EN

Bella Martha

Anspruch des Projekts:

Ich werde es tun, du hilfst mir.

Leitende Organisationen:

Marthashofen e.V. Gesellschaft für Social Design

Adresse: Marthashofen 6

PLZ: 82284

Stadt: Grafrath

Land: Deutschland

Ansprechpartner

Telefon: 0049 8193 937300

E-Mail: guenter@kaul-cg.de

Website Organisationen:

www.marthashofen.de

Website Projekt:

<https://www.bellamartha.com/>

Beschreibung der Organisationen

Inmitten der sozialen Einrichtung (Alten- und Seniorenheim) in Marthashofen ist das Kunst- und Atelierhaus Bella Martha entstanden. In dieser Einrichtung gibt es vier Ateliers: drei kleinere, die an Künstler aus der Region vermietet werden, das größere für Veranstaltungen, Kurse, Events und als Arbeitsraum. Auch Künstler konnten dort ihre eigenen kleinen Häuser bauen. Diese werden dann der Einrichtung vermacht und so wächst die Institution mit weiteren Räumlichkeiten. Daraus ergibt sich ein fließender Übergang für die Bewohner, die dann je nach Gesundheitszustand die entsprechenden sozialen Hilfen in Anspruch nehmen können. Dies geht bis hin zur Vollzeitpflege. Es gibt also keinen Schnitt in dieser Wohnform, sondern einen Übergang vom selbständigen Wohnen zur Pflege am selben Ort. Auf diese Weise haben die beteiligten Künstler auch vielfältige Kontakte geknüpft. So wurde zum Beispiel ein Musikhaus gebaut, das von einem Musiker bewohnt wird. Weitere Häuser folgen. Die Aktivitäten rund um das kleine Kaffeehaus, das selbständig betrieben wird, geben ihm den Charakter eines kleinen Dorfes.



Bild 67:

Hier findet auch der regelmäßige Kontakt mit den Besuchern des Kulturprogramms statt. Dadurch ist die Siedlung immer lebendig und hat immer wieder neue Themen.

Beschreibungen der Kunstprojekt:

Beschreibung: Regelmäßiges Programm mit einer Kombination aus Künstlerresidenzen, thematischen Workshops, Ausstellungen und Vorträgen.

Bedarf an: Finanzierung der Programme, Aufenthalte und Materialien.

Zielsetzungen: Menschen aller Altersgruppen, insbesondere die Senioren des Altenheims und Künstler, mit kulturellen Programmen zusammenzubringen,

Aktivitäten: Künstleraufenthalt, Ausstellung, Vorträge, Workshops

Zielgruppen:

- Senioren
- Migranten
- Besucher der Einrichtung

Erfolgselemente - Stärke

Die enge Zusammenarbeit von Künstlern mit der sozialen Einrichtung ist ein Kernprinzip. Das Pflegeheim wurde von einem Künstler gegründet. Daher war von Anfang an ein Raum als Atelier vorgesehen und die Zusammenarbeit mit Künstlern geplant. Diese wurde auf die Bewohner des Pflegeheims ausgeweitet. Durch die Einbeziehung anderer Künstler,

die die Atelierräume verwalten, wurde das Programm erweitert und bereichert. Eine wichtige Rolle spielte auch ein kleines Café, das direkt an die Atelier- und Arbeitsräume angrenzt. Hier findet der Übergang zwischen einem sozialen Treffpunkt und der Arbeit statt. Auch die Besucher des Cafés entdecken die künstlerischen Arbeiten und nehmen an den Veranstaltungen teil. Regelmäßig finden anspruchsvolle Vorträge statt. Verschiedene Referenten stellen ihre Projekte, Ideen oder Lebensgeschichten vor. Damit hat sich das Zielpublikum der Besucher erweitert und als Qualitätsmerkmal etabliert. Dies trägt zur Akzeptanz und Wertschätzung des Projekts bei.

Schwachstellen - Risiken

Das Projekt lebt vom persönlichen Engagement der Künstlergruppe, die größtenteils auf freiwilliger Basis an der Durchführung beteiligt ist.

Es ist jedoch notwendig, finanzielle Unterstützung für die Künstleraufenthalte und das Programm zu gewinnen. Dies ist derzeit nur projektbezogen und nicht als institutionelle Förderung möglich. Das bedeutet, dass immer das Risiko besteht, dass für manche Projekte keine Fördermittel bewilligt werden oder es keine Anbieter für sie gibt. Mit Freiwilligenarbeit ist es nicht möglich, permanente Programme zu realisieren.



Bild 68:

11.2

Lebensgemeinschaft Höhenberg (DE)



Projektname DE + EN

Lebensgemeinschaft Höhenberg /

Life Community Höhenberg

Projektvorhaben:

Höhenberg – Leben in der Gemeinschaft

Leitorganisation:

Life Community Höhenberg

Adresse: Höhenberg 8

PLZ: 84149

Stadt: Velden

Land: Deutschland

Kontakt:

Tel: 0049 8086 93130

Email: info@hoehenberg.de

Webseite:

www.lebensgemeinschaft-hoehenberg.de

Beschreibung der Organisation:

Vor 30 Jahren kaufte ein Ehepaar einen heruntergekommenen Bauernhof, um einen biologisch-dynamischen Betrieb zu gründen. Von Anfang an war Qualität ein Teil von Höhenberg, die uns bis heute begleitet: Sie nahmen jeden auf, der zu ihnen auf den Hof kommen wollte. Bald entstand die Idee, dass der Hof zu einem Dorf werden sollte, biodynamische und sozialtherapeutische Impulse wurden miteinander verbunden.

Das Projekt wurde und wird von vielen Spendern und Zuschüssen unterstützt, so dass der Traum Wirklichkeit geworden ist und ein Dorf mit vielen Werkstätten entstand. Dazu gehören eine Schnitzwerkstatt, eine Filzwerkstatt, eine Käserei, eine Bäckerei, eine Schreinerei, ein Bauernhof und eine Kerzenmanufaktur. Finanziert wird das Projekt durch den Verkauf der Produkte, durch Pflegegelder aus dem Bezirk und durch Spenden.

Beschreibungen der Kunstprojekte:

Beschreibung: Tägliche Arbeit in den Werkstätten und Verkauf der Produkte.

Bedarf an: Gelder des Landkreises, Spenden, Kunden

Ziele: Menschen mit und ohne Beeinträchtigungen, die an einer der Werkstätten und am Zusammenleben interessiert sind

Aktivitäten: künstlerische Berufsausbildung, Verkaufsstände auf Märkten, Kaffeegeschäft

Zielgruppe:

- Menschen mit Behinderungen
- BesucherInnen/KundInnen
- Menschen, die in einer Gemeinschaft leben wollen
- Menschen, die sich künstlerisch weiterbilden wollen

Erfolgselemente - Stärke

In Höhenberg sind die Menschen durch den freien Willen verbunden, sich zu einer Gemeinschaft zusammenzuschließen, um gemeinsam zu leben und zu arbeiten. Alle Mitglieder der Gemeinschaft begegnen einander mit Würde, Respekt und Menschenliebe. Welchen Platz ein Mensch - ob behindert oder nicht - hier findet, hängt von seinen individuellen Bedürfnissen und Fähigkeiten ab. In Höhenberg kann dies ein Platz in einer familiären Hausgemeinschaft von Bewohnern mit und ohne Assistenzbedarf sein, aber auch eine ganz andere Wohnform innerhalb oder außerhalb Höhenbergs. Die Höhenberger Werkstätten sind alle im Ort angesiedelt und bieten für jeden die passenden Arbeitsbedingungen. Das vielfältige Angebot an Arbeitsplätzen und Lebensbedingungen bildet schließlich die Höhenberger Wohngemeinschaft. Diese individuelle und lebendige Lebensform umfasst das Wohnen und

Arbeiten, das geistige und kulturelle Leben, die Freizeitgestaltung und die persönlichen zwischenmenschlichen Beziehungen: All diese Bereiche beeinflussen sich gegenseitig. Die Harmonie der einzelnen, teils divergierenden, teils sich ergänzenden Aspekte eines gemeinsamen Lebens schaffen einen entwicklungsfördernden Ort für alle Menschen.

Schwachstellen - Risiken

Ein mögliches Risiko könnte sein, dass man sich als Einzelperson komplett vom normalen sozialen Leben abkapselt und irgendwann keinen Zugang mehr zur realen Welt findet, weil hier alles geregelt ist und man sich um nichts kümmern muss. Es besteht auch die Möglichkeit, dass es durch das enge Zusammenleben zu sozialen Konflikten und Unstimmigkeiten kommen kann, weil der Abstand zueinander nicht ausreicht.



Bild 69:

11.3 KREARTE (ES)

Projektname:

Festival KreArte

Anspruch des Projekts:

Social Art Festival

Leitende Organisationen:

Fundación Escuela de Solidaridad und
Festival KreArte

Adresse: Avenida Moises 1

PLZ: 18330

Projektbeschreibung:

Kunst ist ein unendlicher Raum des Ausdrucks, der Beziehungen und des Wachstums, der in der Lage ist, Barrieren zu überwinden und ungerechten Situationen eine Stimme zu geben. Wir glauben, dass die Kunst einen unendlichen Raum für Ausdruck, Beziehungen und Wachstum darstellt, der in der Lage ist, Barrieren zu überwinden und ungerechten Situationen eine Stimme zu geben. Aus diesem Grund wünschen wir uns, dass die Welt der Kunst und der Sozialarbeit eine Plattform für Dialog und Experimente erhält, die innovative und wirksame Methoden für die soziale Eingliederung entwickelt und festigt. Die DRITTE Ausgabe des KreArTe Social Art Festivals fand vom 24. bis 29. Mai 2022 in Granada statt. Es handelt sich um ein Festival, das darauf abzielt, verschiedene künstlerische Praktiken als Instrument für die soziale Eingliederung sichtbar zu machen.

Die Gäste gaben während der gesamten Woche Workshops, in denen sie konsolidierte Projekte darüber vorstellten, wie Kunst dem sozialen Sektor dienen kann. Diese Workshops, die in ganz Granada stattfanden, richteten sich an Studenten, Kunstschaaffende, NRO-Verbände, Stiftungen, Sozialarbeitende und alle Interessierten. Alle Beteiligten des Festivals haben an einer großen Straßenparade teilgenommen, die alle Ergebnisse der Workshops zusammenführen wird.



Bild 70:

Beschreibung des Kunstprojektes:

Beschreibung: Jedes Jahr findet in der gesamten Stadt Granada eine Veranstaltung statt. Man arbeitet in einem Netzwerk mit verschiedenen lokalen künstlerischen und sozialen Einrichtungen zusammen, um eine Brücke zu schlagen, die die soziale Integration und die Kunst als ganzheitliches Instrument fördert.

Bedarf an: Finanzmittel (europäisch und lokal), KünstlerInnen, Räume für Workshops

Ziel: Förderung der Kunst als ganzheitliches Interventionsinstrument für die soziale Eingliederung.

Aktivitäten: Festivals, Workshops, Konferenzen

Zielgruppe:


- Migranten
- Mental health users
- People with functional diversity

Erfolgselemente - Stärke:

Das Projekt ist innovativ, es gibt kein anderes Festival in der Region, das versucht, verschiedene Disziplinen mit einem sozialen Ansatz zu integrieren. Alle Aktivitäten (Kabarett, Workshops, Parade usw.) sind in einem ständigen künstlerischen, ästhetischen und paradigmatischen Dialog miteinander verbunden, bei dem eine abschließende Straßenparade mitgestaltet wird, die alle TeilnehmerInnen des Festivals integriert.



Bild 71:




Alle Schulungen und Aktivitäten, die im Rahmen des Festivals stattfinden, sind kostenlos. Sie sind auch für alle Menschen mit ihren unterschiedlichen Merkmalen und der erforderlichen Unterstützung zugänglich (funktionale Vielfalt, Menschen mit psychischen Problemen, Menschen in prekären Situationen, MigrantInnen, etc...).

Das Festival soll ein Projekt sein, das mit einer bestimmten Struktur leicht in anderen Regionen repliziert werden kann. Es ist auch ein Projekt, das auf Solidaritätsnetzwerken basiert, so dass es im Laufe der Zeit leicht aufrechterhalten werden kann, auch wenn es mit viel Arbeit verbunden ist.

Drei Ausgaben haben bereits stattgefunden, und es wurde eine ständige Arbeitsgruppe eingerichtet.

Schwachstellen - Risiken

Das Projekt ist zwar langfristig tragfähig, erfordert aber eine ständige Suche nach neuen Mitteln, um bei jeder Ausgabe einen Qualitätssprung zu machen. Ohne Finanzierung ist es für uns schwierig, Künstler und Dozenten zu engagieren und ein Team für jede Festivalausgabe zusammenzustellen. Aus diesem Grund wenden wir uns oft an europäische Projekte, da das Festival immer kostenlos bleiben muss. Während die Veranstaltungen des Festivals viele Monate der Vorbereitung erfordern, findet die eigentliche Veranstaltung jedes Jahr nur einen Monat lang statt.



11.4 LA FABBRICA DEL FARÒ (IT)



Projektname:

Die Leuchtturm Fabrik

Anspruch des Projekts:

Das Projekt zielt auf konkrete Maßnahmen sozialer Innovation ab und bietet informelle Bildungsmöglichkeiten für Teenager, junge Erwachsene und Erwachsene in benachteiligten Gebieten.

Leitende Organisationen:

Cooperativa sociale Il Faro

Adresse:

Contrada Marmorelle

PLZ: 72100

Stadt: Brindisi

Land: Italien

Kontakte:

Tel: 3478759660

Email: ilfaro.brindisi@gmail.com

Webseite:

<https://www.lafabbricadelfaro.org>

Beschreibung der Organisation:

Die Sozialgenossenschaft Il Faro wurde 2014 mit der klaren Absicht gegründet, Projekte sozialer Innovation zu initiieren, indem sie Aufnahmegemeinschaften mit künstlerischen Projekten, sozialem Tourismus und sozialer Landwirtschaft verknüpft. Dies geschieht unter Einbeziehung von Vereinen, Sozialgenossenschaften und aktiven Bürgern, die sich spontan für ehrenamtliche Arbeit melden. Die Sozialgenossenschaft Il Faro betreibt eine Wohngemeinschaft für schwangere Frauen und Mütter, die 9 Frauen und 15 Kindern Platz bietet. Um diesen in der Gemeinschaft informelle Bildungsmöglichkeiten zu bieten, erwarb die Genossenschaft 2018 eine verlassene alte Fabrik in der SIC-Zone (Gebiet von gemeinschaftlichem Interesse), nahe dem Naturschutzgebiet Torre Guaceto, mit dem klaren Ziel, Möglichkeiten und Lebensalternativen für die aufgenommenen Personen zu schaffen. Seit 2020 beherbergt die Anlage, genannt "La Fabbrica del Farò", zwei künstlerische Projekte: Das Sozialzirkusprojekt der Sozialgenossenschaft Tenrock und das zeitgenössische Tanzprojekt von AlphaZTL, zwei Organisationen, die im selben Fachebiet operieren. Das Projekt Art No Stop hat maßgeblich zur Umsetzung dieser guten Praxis beigetragen, indem es nützliche Ideen und Strategien zur Erfüllung der Mission bereitgestellt hat.

Beschreibung des Kunstprojektes:

Bedarf an: Schaffung von Möglichkeiten für Beratung und nicht-formale Lernmaßnahmen für Menschen, die in Wohngemeinschaften untergebracht sind. Hybridisierung der Aufnahmegemeinschaften, um zu gewährleisten, dass die aufgenommenen Personen die Möglichkeit haben, sich neuen kulturellen, beruflichen und sozialen Erfahrungen zu öffnen und so konkrete Möglichkeiten für eine Umgestaltung der Denk- und Lebensweise zu schaffen.

Ziele: Soziale Inclusion

Aktivitäten: Empfang von zwei sozialen Kunstprojekten: Social Circus der Tenrock Social Cooperative und AlphaZTL Contemporary Dance Company.

Die Fabbrica del Farò beherbergt in ihren Räumen die Aktivitäten der beiden künstlerischen Einrichtungen aus der Region. Das Tenrock-Zirkustheater befindet sich auf dem Gelände vor der alten Fabrik und die AlphaZTL

Contemporary Dance Company übt ihre Aktivitäten in den Innenräumen der Fabbrica del Farò aus.


Der soziale Zirkus Tenrock ist mit Zirkuskursen, Workshops für Familien zur Förderung der Rückkehr des Mediums Spiel in die Familie und der Eltern-Kind-Beziehung, kreativen Aufenthaltsorten und Jugendaustauschaktivitäten tätig. Die AlphaZTL Company beteiligt sich an dem Projekt mit Kreativaufenthalten und der Nutzung von Räumen für die Durchführung von Erasmus+-Ausbildungsprojekten.

Die beiden künstlerischen Aktivitäten tragen zur sozialen und beruflichen Eingliederung von Menschen bei die unter verschiedenen Umständen in die Gemeinschaft aufgenommen werden:

- die Möglichkeit für die in der Gemeinde untergebrachten Personen, kostenlos an den Aktivitäten teilzunehmen

Bild 73:



- 
- Möglichkeit für die aufgenommenen Frauen, bei Aktivitäten zur Unterstützung der Initiativen beschäftigt zu werden
 - die Möglichkeit, Menschen anderer Kulturen und Nationalitäten kennenzulernen, weit entfernt von den Lebensgewohnheiten in den Straßen des Viertels, aus dem die Gäste der Gemeinschaft kommen. Diese Gelegenheit bietet die Möglichkeit, den Blick für andere Lebensweisen zu öffnen.

Zielgruppe:

- Frauen
- Teenager
- Kinder

Erfolgselemente - Stärken

Die folgenden sind erfolgreiche Elemente gut laufender Praktiken:

- Das Projekt basiert auf Grundlagen sozialer Innovation.
- der Möglichkeit von Kunst als Beitrag starker sozialer Inklusionsprozessen wird viel Wert zugeteilt
- Verfügbarkeit von Räumlichkeiten
- Netzwerke

Schwachelemente - Risiken

Zu den Hauptgefahren des vorgestellten Projekts gehört die Schwierigkeit der Rollen- und Aufgabenverteilung, da es sich um eine gemeinsame Verwaltung von Räumen und Ausstattung handelt. Ein weiteres Risiko besteht in der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit, die entscheidend ist.

11.5 BOSCH PARADE (NL)

Bosch

PARADE

Projektname:

Boschparade festival / Project Stowaways

Anspruch des Projekts:

Eine schwimmende Parade von Kunstwerken im Geiste von Jheronimus Bosch.

Das Projekt Stowaways war Teil des von Ed Santman konzipierten Festivals

Leitende Organizations

Stichting Boschparade / Leiter des spezifischen Projekts Blinde Passagiere, Veränderungen und Chancen

Adresse:

Adres Changes & Chances Gasthuisstraat
7B

PLZ: 5211 NP

Stadt: Hertogenbosch

Land: Netherlands

Kontakt:

Tel: +31 6 53998535

Email: info@changeschances.com

Web site: <https://boschparade.nl>



Beschreibung der Organisation:

Die Stichting Boschparade ist eine gemeinnützige Organisation.

Changes & Chances ist eine NGO, die an verschiedenen europäischen Projekten an der Schnittstelle von Kunst, Bildung, Kultur und Gesellschaft beteiligt ist.

Beschreibung des Kunstprojektes:

Die Bosch-Parade ist eine weltweit einzigartige Kunstmanifestation, die von der reichen Malerei des spätmittelalterlichen Malers Jheronimus Bosch (1450-1516) inspiriert ist. Das Festival wird schon seit mehreren Jahren organisiert, aber die Ausgabe 2016 war etwas Besonderes, weil sie auch den Todestag von Jheronimus Bosch 500 Jahre zuvor feierte.

Das Festival lässt sich am besten als bunter schwimmender Jahrmarkt beschreiben. Etwa 20 Künstler werden gebeten, eine moderne Übersetzung eines Gemäldes von Hieronymus Bosch anzufertigen. Einige der Arbeiten sind ruhige, poetische Werke. Andere Kunstwerke sind bunt und exzessiv. In etwas mehr als einer Stunde erlebten die Zuschauer am Ufer der Dommel eine exzentrische Parade auf dem Wasser. Die Projekte werden mit einem Teil der Gelder aus der Organisation der Boschparade finanziert. Viele Künstler müssen sich jedoch um zusätzliche Mittel bemühen, denn die Herstellung großer Kunstwerke ist nicht billig.

Das Projekt Stowaways zum Beispiel wurde von dem Gemälde "Die Arche Noah" inspiriert. Es konnte mit einer zusätzlichen Finanzierung durch die Europäische Kulturstiftung realisiert werden.

Eine Gruppe von etwa zehn Ex-Drogenabhängigen, drei Künstlern und fünf Freiwilligen arbeitete drei Monate lang an der Realisierung des Projekts.

Zielgruppen:

Jedes Jahr kommen etwa 25.000 Menschen, um das Festival zu besuchen. Das Publikum besteht in erster Linie aus den Bürgern von 's Hertogenbosch, aber es kommen auch Menschen aus ganz Europa, um die Veranstaltung zu sehen. Die Boschparade hat ein starkes soziales Image. Viele Künstler arbeiten bei der Realisierung eines Kunstwerks mit verschiedenen Gemeinschaften in der Stadt zusammen. Verschiedene lokale Organisationen, NGOs und ihre Zielgruppen sind involviert, von Schulen bis hin zu Flüchtlingen.

Bei dem Projekt Stowaways arbeitete Ed Santman mit Drogen- und Alkoholabhängigen zusammen.

Erfolgselemente - Stärke

Im Allgemeinen bietet das Festival eine große Vielfalt an ungewöhnlichen Kunstwerken, von denen die meisten sehr groß dimensioniert sind.

Ein individuelles Projekt wie Stowaways war erfolgreich, weil Drogen- und Alkoholabhängige während der drei Monaten Laufzeit des Projektes, mit vielen unterschiedlichen Freiwilligen zusammenarbeiteten, die bei Bosch leben. Dadurch erhielten sie eine tägliche Routine und eine Verbindung zur Gesellschaft, was ihnen half, Schritte zur Wiedereingliederung in die Gesellschaft zu unternehmen. Für die an dem Projekt beteiligten Personen war es eine sehr ermutigende Erfahrung, über sich selbst hinauszuwachsen. Das gesamte Festival ist ein Erfolg, weil es Kunst bietet, die nirgendwo sonst zu sehen ist, viele der Werke sind zugänglich und überraschend zugleich.

Schwachpunkte - Risiken

Es ist schwierig, Schwachpunkte des gesamten Festivals zu benennen. Die Mischung ist sehr komplex, einige Beiträge sind besser als andere, und einige Künstler haben keine Erfahrung mit der Arbeit in einem so großen Rahmen. Auch das Wetter kann ein Problem darstellen, da es sich um ein Freiluftfestival handelt. Die Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen stellt eine weitere Herausforderung dar, denn nicht jeder gute Künstler kann ein so großes Projekt leiten.




Bild 74:



Bei dem Projekt "Stowaways" bestand die Herausforderung darin, das Engagement der Zielgruppe aufzubauen. Am Anfang konnten sie sich das Ergebnis und die Schritte dorthin nicht so gut vorstellen. Das Engagement wurde jedoch von Tag zu Tag größer, nachdem die ersten Ergebnisse sichtbar wurden. Insgesamt drei Monate lang wurde in einer alten Fabrik hart gearbeitet, um die Arche zu bauen, zusammen mit einem Team, das von Tag zu Tag enger zusammenwuchs.



Bild 75:



**DIESES PROJEKT WURDE MIT UNTERSTÜTZUNG DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION
FINANZIERT. DIE VERANTWORTUNG FÜR DEN INHALT DIESER VERÖFFENTLICHUNG TRÄGT
ALLEIN DER VERFASSEN; DIE KOMMISSION HAFTET NICHT FÜR DIE WEITERE
VERWENDUNG DER DARIN ENTHALTENEN ANGABEN.**



**ART NO STOP. EL MUNDO SOCIAL AL SERVICIO DEL ARTE
2020-1-ES01-KA227-ADU-095851**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union