

Inhaltsverzeichnis	1
Konzeption	2
Intro	3
Die Projektidee – die Projektbausteine und das Potenzial für eine berlinweite Ausstrahlung	4
Das Motto »Kunst verbindet«	5
Die Altstadtmeile	4
Die berlinweite Ausstrahlung	7
Der Fotowettbewerb »Foto-Kunst-Lauf«	7
Die Veranstaltungen	8
Die Auftaktveranstaltung »Was Kunst Du?« (<i>Arbeitstitel: Starker Auftritt</i>)	
Die zentrale Mitmachveranstaltung »Hinz und Kunst« (<i>Arbeitstitel: Da geht Kunst, wo gehst Du?</i>)	
Die Abschlussveranstaltung »Kunst Du leuchten?« (<i>Arbeitstitel: Kunst geht auch nachts</i>)	
Die räumliche Ausdehnung des Veranstaltungsbereiches – Veranstaltungsorte – Veranstaltungskernbereich	9
Die Genehmigungsfähigkeit	9
Der Finanzierungsplan	9
Die Arbeit im lokalen Netzwerk	10
Die speziellen Qualifizierungsaufgaben	10
Die Hemmnisse und Potenziale	10
Warum nicht mal Spandau?	11
Die Werbestrategie und die Öffentlichkeitsarbeit	11
Die Veranstaltungswerbung	
Die Aufmerksamkeits- und Imagekampagne	
Das Logo	
Anhang	13
Alles auf einen Blick	14
Die Bilder und Skizzen	15
Die Barrierefreiheit	24
Der Finanzierungsplan	25
Die Unterstützer (Künstlerbörse)	29
Das Nachhaltigkeitskonzept	
Der Comedybus	31
Der Foto-Kunst-Lauf	32
Der Straßenmusiker-Wettbewerb	33
Die bewegten Wände	34
Anlagen	
Antragsprotokoll	
Protokolle Netzwerktreffen	
Letters of Intent (LOI)	
Bewegte Wände (A wall is a screen)	

Konzeption

KUNST
VERBINDET



Intro

Mit dem Beitrag »Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet« bewirbt sich die Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e.V. gemeinsam mit der Partner für Spandau GmbH beim Zentrenwettbewerb »MittendrIn Berlin – Laufend Neues erleben«.

Dieser Wettbewerbsbeitrag wurde von einem vieldimensionalen, **interdisziplinären Planungsteam** erarbeitet: Die Vereinigung Wirtschaftshof Spandau, Partner für Spandau, das Bezirksamt Spandau | Abteilung Bauen, Planen, Umweltschutz und Wirtschaftsförderung und ein aktives Netzwerk aus Wirtschaft, Handel, bezirklichen Einrichtungen, Kunst, Kultur und engagierten Bürgern haben den Wettbewerbsentwurf aus der ersten Phase weiterentwickelt und konkretisiert.

Unser Anliegen ist der **Erhalt der Lebens- und Erlebnisqualität des gewachsenen Zentrums Altstadt Spandau**, die Bewahrung und der Ausbau der Urbanität als Hauptzentrum mit wichtigen Versorgungsfunktionen für ein großes Umland und Umfeld. Unsere Zitadellenstadt Berlin-Spandau lebenswert zu erhalten und für Familien und für Menschen jeden Alters und jeder Herkunft nachhaltig attraktiv als Erlebnisraum zu gestalten – und das nicht ausschließlich im wirtschaftlichen Sinne – das ist unser Ziel. Gemeinsam mit engagierten Bürgern mit vielfältigen kulturellen Hintergründen, Händlern, Künstlern, Kulturschaffenden und Vereinen setzen wir große Hoffnung auf das Gelingen unseres Projektes, in dem sich alle Beteiligten zum Wohle der Stadt und des Stadtbildes engagieren.

In der weiteren Ausarbeitung unseres Wettbewerbsentwurfs haben wir diese Grundidee gestärkt, mit dem Handel und Künstlern das Ausstellungs- und Veranstaltungskonzept konzentriert und detailliert, das Finanzierungskonzept konkretisiert, eine Werbestrategie erarbeitet sowie durch den Beteiligungsprozess zu den bereits benannten Unterstützern neue Partner aus Handel und Kultur akquiriert. Dabei wurden explizit Antworten auf die Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analyse der Vorschaltstudie zur Gründung einer Altstadtagentur (vgl. Ideenskizze vom Juni 2012) gegeben.

Ein Ergebnis aus dem Abstimmungsprozess mit dem Handel ist beispielsweise die Neuterminierung der Auftakt- und Abschlussveranstaltung jeweils auf den ersten Samstag im Juni bzw. September, denen eine stärkere Magnetwirkung und Kaufkraft zugeschrieben wird.

Das weiterentwickelte Konzept der »Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet« wird im folgenden gemäß den allgemeinen und speziellen Qualifizierungsaufgaben der Auslober bzw. der Jury in Schrift und Bild dargestellt.

Auf vielfältige Weise entspricht der Wettbewerbsbeitrag dem Leitmotto der aktuellen Ausschreibung »Laufend Neues erleben«:

Der Veranstaltungsort, die Fußgängerzone der Altstadt Spandau, ist die größte zusammenhängende Einkaufs-Fußgängerzone Berlins, in der man sicher laufend Vieles und Neues erleben kann.

Das Konzept der Spandauer Altstadtmeile als fußläufige Verbindung von Zitadelle – Altstadt – Bahnhof/Spandau Arcaden schafft (nachhaltig) ein 1,6 km langes Band, das als Kunst-, Kultur und Einkaufspfad etabliert wird.

Die Inhalte – die temporären und dauerhaften (Kunst-) Ausstellungsorte und Veranstaltungen werden regional und berlinweit anziehen und den Einzelhandel mit den Kulturschaffenden verbinden sowie die Barriere zwischen der »öffentlichen Bühne«, der Fußgängerzone und den einzelnen Geschäften reduzieren helfen.

Das Werbekonzept überrascht und macht neugierig auf die »neue Altstadt Spandau« mit Kunst, Kultur und Erlebnis-Shopping.

Die Altstadt Spandau nutzt das Engagement vieler alter und neu hinzugewonnener Akteure, nutzt ihre Potenziale, erkennt und mindert ihre Hemmnisse und schafft ein neues Image mit einer starken Willkommenskultur in und für Spandau.



Die Projektidee, die Projektbausteine und das Potenzial für eine berlinweite Ausstrahlung

Mit der Projektidee »Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet« wird das Ziel verfolgt, (wieder bzw. mehr) Interesse (lat.: mittendrin sein) an der Altstadt Spandau zu wecken und räumlich und inhaltlich neue Verbindungen zu schaffen, die das Hauptzentrum Altstadt Spandau als attraktive, überraschende und interessante Einkaufs-, Kultur-, und Flaniermeile weiter entwickelt. Dabei präsentiert sich das Spandauer Zentrum mit seinen bewährten Stärken – mit guter Verkehrsanbindung, historischer Altstadt mit der größten Fußgängerzone Berlins, der Zitadelle als berlinweit bekannter kultureller Ort – offen für Neues, offen für neue Zielgruppen, offen für Kunst und Kultur, offen fürs Mitmachen und für Experimente.

Mit der Spandauer Altstadtmeile wird die größte Fußgängerzone Berlins zur großen »Bühne« und lädt ein: LAUFEND NEUES zu ERLEBEN!

Bahnhof Spandau + Fußgängerzone Altstadt + Zitadelle geschaffen. Die optische Markierung konzentriert sich auf die gelbe Bodenmarkierung, auf zunächst angedachte weitere Elemente wie Flaggen etc. wird zugunsten der Klarheit der gestalterischen Idee verzichtet. Am Anfang und Ende der Altstadtmeile werden gelbe Treppenpodeste (s. LOI Rolf Rissel) an die vorhandenen touristischen Infostelen gestellt, die mit entsprechenden Informationsplänen bestückt werden. Sie laden ein in die Altstadtmeile einzutreten.

Eine besondere Herausforderung stellt die Verbindung zwischen Zitadelle und Fußgängerzone Altstadt dar. Die fußläufige Strecke erfolgt über die Havel auf der Nordseite der stark vom Autoverkehr befahrenen Juliusturmbrücke. Die hohe Frequenz wird auf der einen Seite genutzt, um mittels 15 mobiler Stadtinformationsanlagen (bekannt als Berlinale-Plakatstelen), die als Plakatträger auf der Mittelinsel aufgestellt



Abb. 4: Der Blick von der Juliusturmbrücke in Richtung Altstadt Spandau.

Das Motto »Kunst verbindet«

wird gestalterisch und inhaltlich vielfältig interpretiert. Durch temporäre, aber auch nachhaltige/ dauerhafte Interventionen im öffentlichen Raum sowie verschiedene Aktions-/Veranstaltungsbausteine, die im Folgenden dargestellt sind, wird deutlich welches Potenzial in der Projektidee steckt.

Kunst verbindet + Menschen + Generationen + Kulturen + Handel und Kunst + Handel und Kunden + öffentlichen Raum und Geschäfte + Tradition und Moderne + Orte + ...

Die Altstadtmeile

wird durch eine 1.609 m lange, 24 cm breite gelbe Linie, die als Fahrbahnmarkierung auf den Boden/auf das Pflaster aufgetragen wird, als Bindeglied zwischen Arcaden/

werden und mit je einem Zeichen das Veranstaltungsmotto »KUNST + VERBINDET« plakativ sichtbar machen. Auf der anderen Seite muss der starke Autoverkehr und die damit einhergehende Lärmbelastung »unterdrückt« werden. Da dies akustisch mit vertretbarem Aufwand völlig unmöglich ist, haben wir uns in einer speziell eingerichteten Arbeitsgruppe dazu entschieden, spielerisch und künstlerisch abzulenken. Durch die Installation von **Hopse-/Bewegungsspielen** (Abb. 1) entlang der Leitlinie auf der Brücke und eines gelben Seiles am Brückengeländer, an das Schlösser und künstlerisch gestaltete PLUSzeichen angebracht werden dürfen, werden bei den Besuchern/Flaneuren andere Sinne angesprochen und der Weg zum Kunst- und Erlebnisraum.



Abb. 2: Die Altstadtmeile verbindet verschieden installierte Bühnen.

Im gesamten Bereich der gelben »Leitlinie« der Altstadtmeile reihen sich sowohl vorhandene Kunst- und Kulturinstitutionen als auch temporäre **Kunsträume und »Bühnen«** auf.

Als **»Bühnen«** bzw. Auftrittsorte werden vorhandene und durch das Bezirksamt neu geschaffene Elemente des öffentlichen Raumes sowie Schaufenster genutzt:

1. temporäre Veranstaltungsbühne Spandau Arcaden
2. Balkon der Stadtbibliothek
3. Podest/Treppenbühne vor Karstadt (Holzkonstruktion gespendet von Rolf Rissel, s. LOI und Finanzierungsplan sowie Schaufenster als »Bühne«
4. Podest um die Platane auf dem Markt (Abb. 2) (wird vom BA Spandau erstellt und bleibt nach der Veranstaltung als Sitzfläche bestehen)
5. Podest auf dem Pflanzbeet auf dem Markt (Abb. 3) (wird vom BA Spandau erstellt und bleibt nach der Veranstaltung als Bühne bestehen)
6. Podest am Partnerschaftsbrunnen (Havelstraße) als Kinder- und Familienbühne
7. Freilichtbühne an der Zitadelle des Bezirksamtes (vorhandene Kultureinrichtung)

Die »Bühnen« können während des Veranstaltungszeitraumes vom 01. Juni bis 07. September außerhalb der drei Veranstaltungstage als »open stage« von (Straßen-)Künstlern genutzt werden, sodass ein Rahmen für eine permanente »Bespiegelung« der Fußgängerzone angeboten wird und entsprechend der Leitidee zum Mitmachen aufgefordert wird.

Kunsträume bilden

1. vorhandene Einrichtungen wie z. B. die Galerie Spandow oder die Nikolaikirche am Reformationsplatz (Abb. 6), deren Innenraum zur Abschlussveranstaltung lichtkünstlerisch in Szene gesetzt wird.
2. der öffentliche Raum insbesondere die die Altstadtmeile begleitenden Bäume (Abb. 5), die im Rahmen der zentralen Mitmachveranstaltung künstlerisch gestaltet wer-

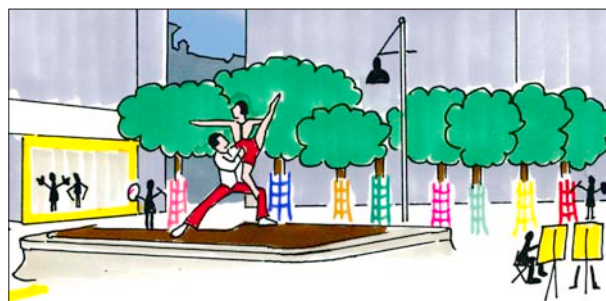


Abb. 3: Schaufensterkunst, Künstler- und Malecken, Hauptbühne

den sowie das Brückengeländer der Juliusturmbrücke (Abb. 4)

3. die Schaufenster der teilnehmenden Händler in der Altstadt.

Auf vorhandene Kunst- und Kultureinrichtungen entlang der Altstadtmeile wird durch ein gelbes Pluszeichen (mit Nummerierung) auf dem Pflasterbelag hingewiesen. Die Einrichtungen werden in den Altstadtplänen, -flyern und digitalen Karten entsprechend ausgewiesen und beschrieben.

Die **gelb umrahmten Schaufenster** (Abb. 7, 8 und 9), die wechselnd Kunst aus verschiedenen Fachbereichen (Bildende und Darstellende Kunst) Spandauer und Nicht-Spandauer Künstler zeigen, sind das thematisch verbindende Element während des gesamten Veranstaltungszeitraumes (s. Plakat). Die Künste werden innerhalb der normalen Warenausstellung präsentiert, sodass keine Einschränkung



Abb. 6: Lichtkunst u.a. in der Nikolaikirche



Abb. 7: Schaufenster: Darstellende Kunst



Abb. 8: Schaufenster: Bildende Kunst



Abb. 9: Schaufenster: Fotografie und Malerei

für die Händler, sondern ausschließlich ein Mehrwert durch Werbung und Aufmerksamkeitserhöhung erreicht wird. Die große Zahl der bereits (teilweise erstmals) mitmachenden Händler (bisher über 20!, s. LOIs) demonstriert die Attraktivität des Konzeptes.

Mittels der gelb umrahmten Schaufenster wird gemäß der Leitidee der öffentliche Raum mit den anliegenden Geschäften sowie Kulturschaffenden und Altstadthändlern verbunden. Ziel ist eine nachhaltige Verbindung/Partnerschaft (insbesondere mit den Ateliers auf der Zitadelle) mittels einer **Künstlerbörse** (s. *Anhang*) aufzubauen, auf die Händler bei Bedarf an Unterstützung für Schaufenstergestaltungen, Geschäftsjubiläen, Kundenveranstaltungen zurückgreifen können.

Die Spandauer Altstadtmeile erhält während der drei Veranstaltungstage durch jeweils ca. 50 ehrenamtliche »Kunst-

Abb. 10:
PLUSzeichen



läufer« eine dreidimensionale Wirkung. Die **»Kunstläufer«** flanieren in gelber Kleidung oder Verkleidung die Altstadtmeile entlang, geben den MittendrIn-Events so ein Alleinstellungsmerkmal in der Reihe der Altstadtveranstaltungen und animieren zum Mitmachen. Das bezirkliche Ehrenamtsbüro sowie der Rotary-Club Berlin-Zitadelle und der Lions Club Berlin-Spandau haben dafür ihre Unterstützung zugesichert.

Darüber hinaus werden an den Veranstaltungsorten sog. **»Kunstlotsen«** die Besucher mit Informationsmaterial und Informationen zur jeweiligen Veranstaltung versorgen. Der Verein CASA e.V. hat hier seine Kompetenz und Unterstützung zugesichert (s. LOI).

Das Ehrenamtskonzept kann im Rahmen der konkreten Veranstaltungsplanung um weitere Elemente wie z. B. Einkaufstaschenträger ergänzt werden.

Während des gesamten Veranstaltungszeitraumes werden regelmäßig **themenbezogene Kunst- und Kulturführungen** entlang der Altstadtmeile durchgeführt. So hat z. B. die Jugendgeschichtswerkstatt Spandau (JGW) bereits ein Konzept für Führungen zur Kaufhauskultur und -geschichte erarbeitet, das die vier historischen Kaufhausstandorte entlang der Altstadtmeile mit der Gegenwart verbindet. Statt wie ursprünglich angedacht Barrieren im Straßenraum zu markieren, werden spezielle barrierefreie Führungen angeboten (s. *Anhang, Vermerk des Senioren- und Behindertenbeauftragten*), die neben dem sinnlichen Erfahren von Kunst und Kultur auch Anregungen zur weiteren Verbesserung der Barrierefreiheit geben werden.

Die gestalterischen Elemente der Altstadtmeile sind die Leitfarbe gelb, die gelbe Leitlinie, die gelben Umrahmungen der Schaufenster, gelb markierte Eingangsbereiche/Treppen zu besonderen Kunsträumen (Galerie Spandow, Gotisches Haus ...), die mit neuen gelben Altstadtplänen ausgestatteten touristischen Info-Stelen, die gelben »Eingangstrepfen« am Bahnhof und an der Zitadelle, die Baumkunst (Abb. 5) (s. zentrale Mitmachveranstaltung), die Plakat- und Brückenkunst auf der Juliusturmbrücke (Abb. 4) sowie das LOGO der Veranstaltungsreihe, das gelbe PLUSzeichen (Abb. 10), das in vielfältiger Weise präsent wird (s. auch Öffentlichkeitsarbeit).

Das zentrale Motiv der Altstadtmeile mit Bühnen, Kunsträumen und Schaufenster-Kunstaussstellungen ist in den beiliegenden grafischen Darstellungen skizziert (Abb. 1).

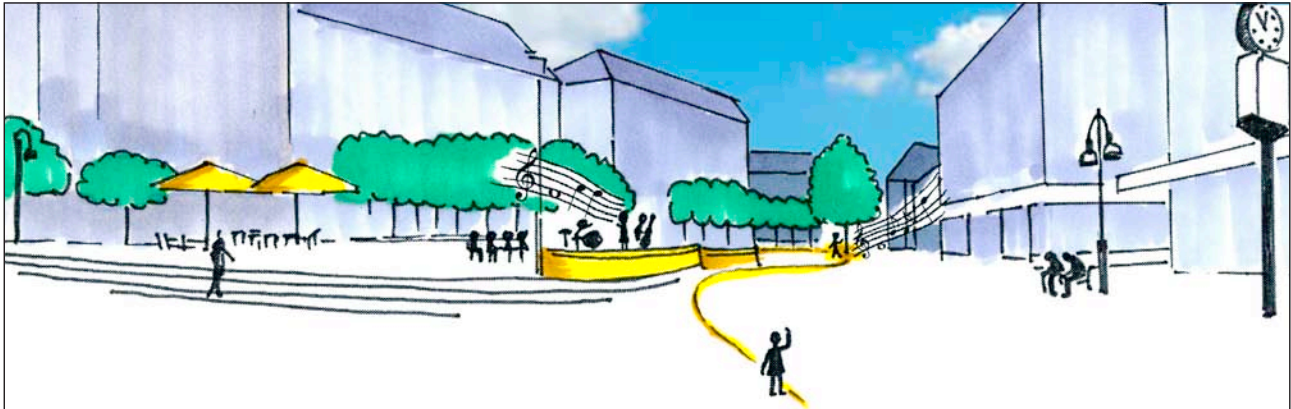


Abb. 1: Die Altstadtmeile führt über den Marktplatz.

Die berlinweite Ausstrahlung

Die Wettbewerbsidee »Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet« erhält durch verschiedene Elemente eine berlinweite Aufmerksamkeit und Ausstrahlung. Es bindet die (bekannten) Alleinstellungsmerkmale des Ortes wie die Zitadelle Spandau (u. a. bekannt durch das Citadel Music Festival) ein, präsentiert die Altstadt Spandau als »größte Bühne (zusammenhängende Fußgänger-Einkaufszone) Berlins« und lädt ein zum Kunstbummel und zum künstlerischen Mitmachen, während an anderen Orten der Stadt z. B. Straßenkunst eher kritisch betrachtet wird (z. B. Pariser Platz).

An die Stelle des eher tradierten Images des Standortes tritt eine moderne Willkommenskultur, die überrascht und Aufmerksamkeit erzeugt. Dies wird insbesondere in der Aufmerksamkeits- und Imagephase der Werbestrategie erreicht (s. auch Öffentlichkeitsarbeit).

Flankiert wird das Konzept durch den Auftritt von prominenten Künstlern mit Spandaubezug wie z. B. Puppet Comedian Sascha Grammel.

Der Fotowettbewerb »Foto-Kunst-Lauf«

ist ein zentrales, verbindendes (thematisches) Element der drei Hauptveranstaltungen im Rahmen von »MittendrIn Berlin – Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet«.

Während der Aufmerksamkeits-, Image- und Mobilisierungsphase (Februar – Mai 2013, s. Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit) werden Laien, Amateure und Profis akquiriert. Dies erfolgt über Volkshochschulangebote, Fotoworkshops in Schulen und Senioreneinrichtungen, in Fotofachgeschäften und über das vorhandene Netzwerk unserer Unterstützer aus dem Bereich Gestaltung und Fotografie (u. a. Ralph Salecker, Atelier Hausdorf, Babst Graphic Design).

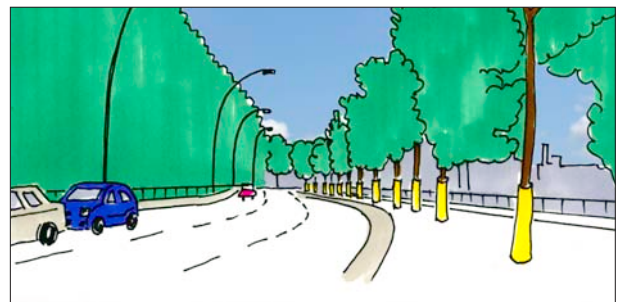


Abb. 5: Der Blick von der Juliesturmbrücke in Richtung Zitadelle Spandau.

Während der Realisierungs- und Veranstaltungsphase (Juni–September 2013) wird der Fotowettbewerb in drei Stufen durchgeführt:

- + Aktion (Auftaktveranstaltung 01.06.2013),
- + Präsentation/Bewertung (zentrale Mitmachveranstaltung 17.08.2013),
- + Ausstellung und Preisverleihung (Abschlussveranstaltung 07.09.2013).

Dabei werden in allen Stufen die Geschäfte der Altstadt (Motive, Leihkameras ...) sowohl einbezogen als auch zum Mitmachen animiert ...

- + Verbindung von Laien, Amateuren und Profis
- + Gestaltung des öffentlichen Raumes mit Motiven des Wettbewerbs (Juliesturmbrücke, Arcadenbanner ...)

Die Ergebnisse des Fotowettbewerbs können zugleich Grundlage für eine nachhaltige Imagekampagne für den Standort Altstadt Spandau sein. Der Fotowettbewerb soll etabliert werden und kann so zu einem festen Bestandteil des Werbe- und Veranstaltungskonzeptes der Altstadt Spandau für die nächsten Jahre werden.

Anlage: Foto-Kunst-Lauf

Die Veranstaltungen

Die drei Hauptveranstaltungen finden alle an Samstagen statt, definieren den Aktionszeitraum von Anfang Juni 2013 bis Anfang/Mitte September 2013 und setzen somit auf dem im Jahr 2012 konzipierten Altstadt Sommer auf. Die Konzeption der Veranstaltungen wurden vom lokalen Netzwerk, dem erfahrene Veranstaltungsprofis wie Partner für Spandau, Wirtschaftshof, Kulturhaus Spandau, Karstadt und die Spandau Arcaden sowie kreative Kunst- und Kulturschaffende angehören, konzipiert und strukturiert. Im Folgenden sind nur die wichtigsten Eckpunkte dargestellt:

Die Auftaktveranstaltung

Samstag, den 01. Juni 2013, 11 – 18 Uhr

»Was Kunst Du?«

Arbeitstitel: Starker Auftritt

Die Auftaktveranstaltung eröffnet die Altstadtmeile mit Berlins einzigem **Straßenkünstler-Wettbewerb 2013**. Die Altstadt wird zur Bühne für Musiker, Jongleure, Pantomimen, Comedians ... Die Altstadtmeile mit allen Elementen wie z. B. den Schaufensterausstellungen werden (presse-) öffentlich präsentiert.

Special Guest und Schirmherr der Veranstaltung ist der Spandauer **Sascha Grammel** (Comedian, Puppet Comedy, Bauchredner).

Als Auftrittsorte dienen die entlang der Altstadtmeile temporär geschaffenen »Bühnen« (s. Altstadtmeile). Diese werden abwechselnd zum Straßenkünstler-Wettbewerb mit gebuchten Musik- und Showeinlagen bespielt.

Zentraler Veranstaltungsort ist die »Jury-Bühne« auf dem Marktplatz. Hier besteht auch die Möglichkeit für die Besucher Ihre Bewertungs-/Juryzettel abzugeben, die sie in den Altstadtgeschäften erhalten (Mitmach-Element).

Auf der Freilichtbühne an der Zitadelle wird im Rahmen des Partybandkonzertes von Heartbeat Five mit dem Spandauer Ulli Zelle der Sieger des Straßenkünstler-Wettbewerbes eine Auftrittsmöglichkeit erhalten.

Die Einbeziehung des Einzelhandels erfolgt durch die Präsentation der Schaufenster-Kunsträume, durch die Ausgabe der Bewertungszettel für den Straßenkünstler-Wettbewerb sowie im Rahmen des Foto-Kunst-Laufes durch Pflichtmotive in und an den Geschäften.

Die Zentrale Mitmachveranstaltung

Samstag, den 17. August 2013, 11 – 18 Uhr

»Hinz und Kunst«

Arbeitstitel: Da geht Kunst, wo gehst Du?

Die zentrale Mitmachveranstaltung fordert zur Beteiligung auf – in jedem steckt ein Künstler. Die Kunst des Mitmachens steht im Vordergrund. Zur Bewerbung und Aktivierung werden Flashmob-Elemente genutzt.

Mit einer **Sternwanderung** über die in der Altstadt Spandau endenden »grünen Hauptwege« werden Besucher aus dem Umland und aus anderen Berliner Bezirken »laufend« an die Altstadtmeile geführt.

Auf dem Marktplatz als zentralem Veranstaltungsort wird ein **großes Mitmachkonzert und Chorfestival** gemeinsam mit den Orchestern, Ensembles und Chören aus dem Bezirk verwirklicht. Den werden Besucher Textblätter des Programmes ausgegeben, sodass ein riesiges Gemeinschaftskonzert entsteht. Die Besucher sind eingeladen, ihre eigenen Instrumente mitzubringen oder Instrumente der Orchester auszuprobieren.

Die anderen »Bühnen« werden zu **Mal- und Kunstecken** (*Abb. 1*), auf/an denen Schlößer bemalt, PLUSzeichen gebastelt, Schärpen für die die Altstadtmeile begleitenden Bäume gestaltet werden. Aktiviert werden Schulklassen, Vereine, Kita- und Seniorengruppen, Kirchengemeinden und Nachbarschaften ..., die die Baumgitter (*Abb. 3*) jeweils »ihres« Abschnittes der Altstadtmeile gestalten dürfen. Die Kunstbastion wird in der Baumgruppe am Reformationsplatz eine Kunstinstallation befestigen. Im Ergebnis der Mitmachveranstaltung wird die Spandauer Altstadtmeile dreidimensional erfahrbar.

Die Verbindung zur Zitadelle wird durch die Platzierung der künstlerisch gestalteten Schlößer und PLUSzeichen am Brückengeländer der Juliusturmbrücke gestärkt (*Abb. 1*).

Die Zitadelle öffnet ihre Ateliers und das Theater auf der Zitadelle, für seine innovativen Puppentheater-Inszenierungen ausgezeichnet, bietet ein Theaterstück für Familien (LOI).

In den Geschäften werden die Mitmach-Utensilien verteilt/verkauft und weitere Kunst-Mitmach-Angebote gemacht. Die Ergebnisse des Foto-Kunst-Laufes werden in den Geschäften ausgestellt und können dort von den Besuchern bewertet werden.

Die Abschlussveranstaltung Samstag, den 07. September, 18 – 23 Uhr »Kunst Du leuchten?«

Arbeitstitel: Kunst geht auch nachts



Abb. 11: Digitales Lichtfeuerwerk und »Bläser-Ensemble«

Die Abschlussveranstaltung ist als **Abendveranstaltung mit langer Kunst- und Shoppingnacht** konzipiert und bildet den Höhepunkt der Veranstaltungsreihe. Folgerichtig sind über 60 Prozent des Veranstaltungsbudget dafür eingeplant.

Die **Lichtkunst** steht im Mittelpunkt. Andreas Boehlke, Initiator des Festival of Lights, wird die Veranstaltung unterstützen. Die Türme der Altstadtmeile (Rathausurm, Nikolaikirche, Juliuurm Zitadelle) werden illuminiert. Die Spandau Arcaden sind während des gesamten Veranstaltungszeitraumes gelb beleuchtet. Die Besucher werden animiert, verschiedene Leuchtmittel mitzubringen oder in den Geschäften käuflich zu erwerben. An den »Bühnen« wird Lichtkunst auch zum Mitmachen angeboten.

Von 20.30 Uhr an werden bewegte Bilder als Filmspaziergang oder »Bewegte Wände. A wall is a screen« (*Anhang*) auf Häuserwände projiziert. Die Projektion wird am Marktplatz enden und zu einen berlinweit beachteten Abschlusshöhepunkt der Veranstaltung hinführen.

Um 22.15 Uhr wird ein 20-minütiges digitales Lichtfeuerwerk das Brose-Haus am Marktplatz (*Abb. 11*) illuminiert. Darauf abgestimmt wird das Bläser-Ensemble der Komischen Oper Berlin aus den Fenstern des Brose-Hauses die »Feuerwerksmusik« von Georg Friedrich Händel spielen.

Im basement, der Eventlocation im Rathaus Spandau, wird ab 23 Uhr open-end gefeiert und die Gewinner des »Foto-Kunst-Laufes« prämiert. Die Siegerfotos werden als Projektionen an die Wände geworfen und im Nachgang an die Veranstaltungen in den Geschäften ausgestellt.

Während des Tages findet auf der Zitadelle das »Burgfest« statt, das abends für einen zusätzlichen Besucherstrom zu »Kunst Du leuchten?« sorgen könnte.

Die räumliche Ausdehnung des Veranstaltungsbereiches – Veranstaltungsorte – Veranstaltungskernbereich

Der Veranstaltungsbereich, **die Spandauer Altstadtmeile**, erstreckt sich **von A** wie Arcaden über den Bahnhof und die Fußgängerzone Altstadt **bis Z** wie Zitadelle. An dieser 1.609m langen Altstadtmeile befinden sich die temporären und dauerhaften Kunsträume sowie die »Bühnen« bzw. Auftrittsorte auf einer Bühne Altstadt.

Den Veranstaltungskernbereich stellt der Marktplatz als historisches, aktuelles und geographisches Zentrum, dar. Auf diesen Veranstaltungskernbereich wurde bei der Konzeptionierung der Veranstaltungen ein besonderer Fokus gelegt (s. Veranstaltungskonzepte, insbesondere Höhepunkt der Abschlussveranstaltung, das »Digitales Lichtfeuerwerk«). An diesem Konzentrationspunkt wird nach erfolgreicher Bewerbung die Initiative gestartet.

Ein temporärer »Kunst-Scube« – angelehnt an die Scubes im Prinzenbad – würde als Werbe-, Informations- und Künstlerwerkstatt dienen und den Marktplatz aufwerten. Hierfür müssen noch Sponsoren akquiriert werden.

Genehmigungsfähigkeit

Die Genehmigungsfähigkeit und Realisierbarkeit des Gesamtkonzeptes und der einzelnen Veranstaltungsteile wurde umfassend geprüft, abgestimmt und von den zuständigen Stellen bestätigt (s. *Anhang: Protokoll der Antragskonferenz vom 08.10.2012*).

Finanzierungsplan

Anlage: Finanzierungsplan

Die Antragssteller verfügen über eine große Erfahrung und hohe Kompetenz in der Durchführung von Veranstaltungen. Ein solider Finanzierungsplan, ein gesicherter Finanzierungsanteil des lokalen Netzwerkes und ein weiteres Potenzial an Sponsoringleistungen für einzelne Bausteine der Veranstaltungen (s. z.B. letter of intent Spandau Arcaden) sind vorhanden. Die Veranstaltungen werden bei Bedarf zusätzlich aus dem Budget des WdM-Projektes Altstadtmanagement unterstützt. Der bereits gesicherte Anteil des lokalen Netzwerkes i.H.v. 21.250,- Euro liegt deutlich über den in der Antragskizze dargestellten 17.000,- Euro Eigenanteil und dokumentiert die hohe Mitwirkungsbereitschaft des Handels für die »Altstadtmeile – Kunst verbindet«.

Arbeit im lokalen Netzwerk

Anlage: Unterstützerliste

Die Arbeit im lokalen Netzwerk macht eine große Stärke der Spandauer Altstadt und des Wettbewerbsbeitrages aus. Deshalb wurde neben den zentralen inhaltlichen Elementen der »Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet« der Arbeitsprozess detailliert dokumentiert (s. *Anlage Protokolle der AG-Sitzungen*) und in der Plakatgestaltung aufgegriffen (s. *Anlage: Plakat*).

In diesem Arbeits- und Beteiligungsprozess konnten neben den bewährten Akteuren durch die offene, partizipative Arbeitsweise auch neue Partner akquiriert werden, die sich erstmalig an Geschäftsstraßeninitiativen und -aktionen beteiligen. Allein das ist schon ein großer Erfolg und macht Mut.

Der Wettbewerbsbeitrag versteht sich als Bestandteil der Gesamtstrategie für den Standort Altstadt Spandau (bereits realisiert bzw. genehmigt: Vorschaltstudie Altstadtagentur, WDM-Projekt Altstadtmanagement, PEB-Projekt Altstadtagentur, Aplus-Projekt Altstadtagentur, Imagekampagne »Altstadt Sommer 2012«) und wird einen nachhaltigen Beitrag zur Aktivierung der Händler und Akteure liefern.

Hervorzuheben ist das hohe Engagement von Kulturschaffenden, Händlern und öffentlicher Hand, die gemeinsam in Altstadtplanen und seit Anfang August 2012 in wöchentlichen Werkstattreffen/AGs zusammengekommen sind und die Ausarbeitung des Wettbewerbsbeitrages begleitet haben.

Zusätzlich zu den Unterstützern, die bereits in der Ideen-skizze benannt wurden, konnten zahlreiche weitere Partner aus Kultur, Handel und Verwaltung sowie v. a. für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gewonnen werden. Der bereits sehr große Kreis der Unterstützer wird sich im Laufe der Planungs- und Realisierungsphase kontinuierlich vergrößern.

Spezielle Qualifizierungsaufgaben

Die speziellen Qualifizierungsaufgaben wurden in der Konkretisierung des Konzeptes berücksichtigt. Im Folgenden sind die wichtigsten Ergebnisse/Antworten stichwortartig zusammengefasst:

Alleinstellungsmerkmal der MittendrIn-Veranstaltungen

- + Kulturlotsen, -läufer – alles gelb – keine traditionellen Marktständefeste

Genehmigungsfähigkeit der Markierungen

- + Markierungen definieren Veranstaltungsorte, keine Barrieren, diese werden aber im Rahmen spezieller Handicap-Touren auf der Altstadtmeile beleuchtet (s. *Protokoll der Antragskonferenz vom 08.10.2012*).

Weitläufiges Projektgebiet

- + Konzentration beim Veranstaltungskernbereich auf den Marktplatz
- + Orientierung an der gelben Linie der Altstadtmeile
- + PLUSzeichen als Markierung der Kunsträume (Flyer mit Altstadtmeile und Nummerierung der dauerhaften Kunsträume)
- + neue Altstadt-Stadtpläne, Altstadt-App bzw. QR-Codes
- + Kunstlotsen verteilen Infomaterial an den Veranstaltungsorten
- + Kunstläufer schaffen Orientierung und Aufmerksamkeit auf der Altstadtmeile

Thematischer roter Faden/verbindendes Element

- + Die Altstadt als Bühne + die Schaufenster als Kunsträume + die Kunst des Mitmachens/Beteiligungselemente/Mitmach-Kunst + der Fotowettbewerb

Einbeziehung der Gewerbetreibenden

s. Anlage: Unterstützerliste

- + Schaufensterkunst
- + Give-aways in den Geschäften (Material für Mitmach-Kunst: Pluszeichen und Schlösser, »Happy-pills« gegen Kunstfieber, Postkarten...)
- + vielfältig während der Veranstaltungen – Jurykarten, Mitmachkunst-Utensilien, Kunst in den Geschäften ...
- + Fotowettbewerb: Motive, Ausstellung zur Bewertung, Inszenierung der Wettbewerbssieger in den Geschäften
- + eine nachhaltige Künstlerbörse

Hemmnisse und Potenziale

Der Wettbewerbsbeitrag erkennt und bekennt sich zu den Hemmnissen (konservatives Image, man erwartet nichts Überraschendes, schwierige und verkehrstarke Verbindung Zitadelle-Altstadt, Befürchtung, dass zu wenig Händler mitmachen) und Potenzialen (Alleinstellungsmerkmale Zitadelle und größte Fußgängerzone Berlins, erfahrenes starkes Netzwerk, gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, Identifikation der Spandauer mit dem Standort [*Wir fahren in die Stadt*], Ambiente) des Standortes.

Zielstellung des Wettbewerbbeitrages

Nachhaltige Nutzung der Potenziale und kontinuierlicher Abbau der Hemmnisse (s. z. B. erstmalig realisierbarer Vorschlag zur besseren fußläufigen Verbindung Zitadelle-Altstadt).

Die Erwartungen, die wir an unser Konzept stellen?

Verbindungen bleiben:

1. Altstadt Spandau wird im Spandauer und Berliner Bewusstsein stärker mit dem Image »attraktiver Ort des Flanierens, der Kultur und des Erlebnis-Einkaufens« verbunden.
2. Altstadt Spandau wird stärker mit Arcaden und Zitadelle verbunden (u.a. Gestaltung Juliusturmbrücke).
3. Händler bleiben motiviert, machen mit und engagieren sich nachhaltig für die Standortwerbung.
4. Die Kreativwirtschaft wird etabliert.

Warum nicht mal Spandau?

Die Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e.V., die Partner für Spandau GmbH, das Bezirksamt Spandau und das gesamte lokale Netzwerk hoffen, dass wir mit dieser Konkretisierung der Wettbewerbsidee »**Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet**« die Erwartungen der Auslober erfüllen konnten und einen anregenden Beitrag für eine interessante und nachhaltige **Zentreninitiative 2013 »MittendrIn Berlin – Laufend Neues erleben**« geben konnten.

Wir sind motiviert und setzen auf unser PLUS:

- + vielschichtiger, innovativer und auf die Potenziale und Hemmnisse vor Ort eingehender Wettbewerbsbeitrag
- + Verbindung Zitadelle- Altstadt Spandau-Bahnhof/ Spandau Arcaden
Hier kann man wirklich »**Laufend Neues erleben**«
- + Einbindung in eine gerade anlaufende Gesamtstrategie
- + BID-fähiges Gebiet
- + starkes Netzwerk mit bewährten und neuen Partnern
- + viel Unterstützung Wirtschaft, Handel, Kunst und Kultur sowie aus der lokalen Politik und viel ehrenamtliches Engagement
- + großes Engagement der Gewerbetreibenden und Spandauer Künstler/überraschende Kreativität
- + neues Image für einen alten Standort
- + **ganz viel Lust darauf »MittendrIn« zu sein!**

Die Werbestrategie und die Öffentlichkeitsarbeit

Das Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit spielt eine wichtige Rolle bezüglich der Zielstellung Imageverbesserung und berlinweite Aufmerksamkeit/Strahlkraft. Folgerichtig wurde das Werbebudget gegenüber den ursprünglichen Planungen der Ideenskizze um 20 Prozent erhöht.

Die Veranstaltungswerbung

(Mai – September 2013): Die Werbung erfolgt mit der bereits **bei vielen Großveranstaltungen nachgewiesenen Kompetenz** der Antragssteller Wirtschaftshof und Partner für Spandau (Weihnachtsmarkt Spandau, Stadtfeste, Altstadt Sommer 2012 ...) und mit erfahrenen Werbepartnern (*s. Unterstützer*) auch unter Nutzung des **Kommunikationsnetzwerkes der Partner** und neuer Medien (Kunden, facebook ...). Darüber hinaus werden das Know-how und die Möglichkeiten der Partner Spandau Arcaden, Radio Paradiso und »Die Draussenwerber« genutzt.

Durch eine **schrittweise Realisierung der Spandauer Altstadtmeile** im öffentlichen Raum (Podeste, Treppen, Leitlinie, Schaufensterumrahmung ...) werden im Vorfeld der Veranstaltung sichtbare und medial vermittelbare Anlässe geschaffen, die die Aufmerksamkeit auf die Zentreninitiative Berlin MittendrIn und den Beitrag »Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet« lenken.

Aufmerksamkeits- und Imagekampagne

(Februar – Mai 2013): Die Kampagne ist ein wesentlicher Baustein der Werbestrategie. Sie soll überraschen, provozieren und neugierig machen auf Neues in Spandau. Vor der inhaltlich-programmatischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit steht alles unter dem Zeichen des »+«.

Das Logo

wurde gemäß des Mottos/Claims »Kunst verbindet« entwickelt: ein gelbes PLUSzeichen symbolisiert sowohl die angestrebten Verbindungen als auch das Mehr an ... und den Mehrwert der Zentreninitiative.





Gleichzeitig werden die Assoziationen des PLUSzeichens oder Kreuzes zum Gesundheitswesen als **ungewöhnliches und überraschendes Werbeinstrument** genutzt: Es werden »Kunst-Krankentransporte« organisiert (ComedyBus Touren, s. LOI HaruReisen und Cloozy Haber), »Kunst-fieber« diagnostiziert (Arztpraxen als Multiplikatoren, siehe auch LOI Weißgerber Lesezirkel), »Happy-pills« verschrieben (Give-aways in Geschäften) ... und schließlich mit dem Slogan **»Keine Sorge, Kunst verbindet und wenn nichts mehr hilft, dann können nur die Ärzte helfen ...«** Aufmerksamkeit und

Spannung für die Veranstaltungsreihe erzeugt ... und wer weiß, vielleicht wird es sich »die bekannteste Band der Welt«, »Die Ärzte«, die ihren Ursprung 1981 im Ballhaus Spandau hatten, nicht nehmen lassen, im Veranstaltungszeitraum in Spandau (Kunstkranken-)Station zu machen.

Die grafischen Darstellungen der Werbemittel sowie erste Plakatentwürfe für die drei Veranstaltungen zeigen exemplarisch die »Werbepsprache«, mit der die Aktionen plakativ beworben werden und wie sowohl das »Kunst verbindet«-Logo als auch die kreisförmige MittendrIn-Grafik integriert werden können.



Anhang

KUNST
VERBINDET





Was	Zeitraum	Veranstaltung
Altstadtmeile	1.6.-7.9.	1.+ 2.+ 3.
Bühnen Spandau Arcaden Stadtbibliothek Karstadt Platane am Markt Pflanzbeet am Markt (Hauptbühne) Partnerschaftsbrunnen Brose Haus Freilichtbühne an der Zitadelle Zitadelle	1.6.-7.9.	1.+ 2.+ 3.
Kunsträume Open-Air-Kino Kunstremise Musikschule Spandau Volkshochschule Spandau Galerie Spandow Gotisches Haus Kulturhaus Spandau Nikolaikirche Bäume vor Nikolaikirche Kunstgewölbe Juliusturmbrücke Zitadelle Schaufenster	1.6.-7.9. 7.9. 17.8.+7.9. 1.6.-7.9.	1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 3. 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3.
Juliusturmbrücke Hopse-/Bewegungsspiele Stelen Schlösser/Pluszeichen	1.6.-7.9. 1.6.-7.9. 17.8.	1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 2.+ 3.
Kunst-/Kulturführungen Kunstlotsen Kunstläufer	1.6.-7.9. 1.6.-7.9. 1.6.-7.9.	1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3. 1.+ 2.+ 3.
Gelbe Elemente Linie Umrahmung Schaufenster Treppen Eingangsbereich: Bhf. und Zitadelle Altstadtpläne Infostelen Baumkunst Plakat- und Brückenkunst Pluszeichen	1.6.-7.9.	1.+ 2.+ 3.
Foto-Kunst-Lauf	1.6.-7.9.	1.+ 2.+ 3.

Was	Zeitraum	Veranstaltung
Was Kunst Du?	1.6.	1.
Open Stages - Musiker - Jongleure - Pantomimen - Comedians - Sascha Grammel - u.v.m.	1.6.	
Straßenkünstler Wettbew.	1.6.	
Abschlusskonzert in der Freilichtbühne (Ulli Zelle)	1.6.	
Hinz und Kunst	17.8.	2.
Sternwanderung	17.8.	
Mitmachkonzert und Chorfestival	17.8.	
Instrumente zum Ausprobieren	17.8.	
Mal- und Kunstecken	17.8.	
Zitadelle - Offene Ateliers - Puppentheater	17.8.	
Kunst Du leuchten? Lange Kunst- und Shoppingnacht	7.9.	3.
Lichtkunst - Bühnen - Nikolaikirche (innen und davor) - Illumination Türme	7.9.	
Bewegte Bilder	7.9.	
Brose Haus - Illumination Häuser - Digitales Lichtfeuerwerk - Bläser-Ensemble (Komische Oper Berlin)	7.9.	
Abschlussparty	7.9.	
Comedybus	Feb-Sept.	



Auszug des Protokolls vom 03.09.2012 5. Sitzung

Anregung des SenBehB Herrn Laufmann:

Darstellung der einzelnen Kunst- und Kulturpunkte auf der gelben Altstadtmeile im Internet
(z. B. auf der Seite von Partner für Spandau) als barrierefreie Orientierungshilfe

Kunst, die ertastbar bzw. akustisch wahrnehmbar ist
(z.B. Klangspiele am Reformationsplatz an den dortigen Bäumen)

Barrierefreie Zugänglichkeit (Rollstuhlfahrer) zu den Bühnen bzw. Darbietungen

Die Eröffnung am 01.06.2013 sollte durch einen **Gebärdendolmetscher** begleitet werden.
Herr Laufmann kommuniziert dies in den Behindertenbeirat

Thematische Führungen entlang der gelben Linie (z. B. für Blinde- und Sehbehinderte)

Darstellung von Kunst behinderter Menschen durch Mosaik und stiftART (Johannesstift)
und Einholung entsprechender letters of intent (Frau Fliegel hat Kontakt). Eine Ausstellung beider
Einrichtungen findet bereits am 23.03.2013 im Kulturhaus Spandau statt.

Kulturlotsen aus dem Seniorenbereich

Herr Quack (Casa e.V.) nimmt dazu Kontakt zu Frau Bratz-van Ingen vom Sozialamt
– FB 2 (Seniorenbetreuung) – auf.

Thematische Führungen jeden Mittwoch auf der gelben Linie,
durchgeführt von Senioren mit z. B. historischen Kenntnissen zu der Linie (»Altstadt vor 40 Jahren«)

Produktion der Kreuze liegt zur Prüfung der Behindertenhilfe gGmbH des Evangelischen
Johannesstiftes »MACHEREI«, Herrn Jörg Markowski, Tel. 336098002, vor.
Kontakt Gabriele Fliegel.



Abb. 10:
PLUSzeichen



Einnahmen in Euro

63.050

Finanzierungsanteil des Netzwerkes (siehe Letters of intent) **21.250**

Juwelier W. Brose GmbH; Breite Str. 23, 13597 Berlin	750
Konditorei Fester, Helmuth Fester GmbH Co KG, Markt 4, 13597 Berlin	600
Charlotte Café - Bar - Bistro, Charlottenstr. 14a, 13597 Berlin	1.800
DERpart Reisebüro Spandau GmbH, Charlottenstr. 14, 13597 Berlin	600
Grundbesitzerverein Spandau e.V., Carl-Schurz-Str. 31, 13597 Berlin	1.500
Gläser und Flaschen GmbH, Altonaer Str. 84-90, 13581 Berlin	1.000
Holsteiner Räucherkatte Wurstspezialitäten GmbH, Carl-Schurz-Str. 36, 13597 Berlin	750
KARSTADT Spandau, Carl-Schurz-Str.20, 13597 Berlin	3.000
Dorotheenstädtische Buchhandlung, An der Nikolaikirche, Carl-Schurz-Str. 53, 13597 Berlin	100
Nansen Damenmoden GmbH, Breite Str. 49, 13597 Berlin	250
VOM FASS Hilger Wolinski, Breite Str. 47, 13597 Berlin	200
Leichter Hausverwaltungen, Berliner Str. 67, 14612 Falkensee	500
Restaurant MILA, Havelstraße 17A, 13597 Berlin	200
Finanzierungsanteil Antragssteller, Vereinigung Wirtschaftshof	10.000

Sachleistungen des Netzwerkes in Euro (nicht eingerechnet) **mind. 15.000**

Rolf Rissel GmbH , Altonaer Str. 79-81, 13581 Berlin	Treppen	ca. 5.000
Die Draussenwerber GmbH, An der Spreeschanze 6, 13599 Berlin	Werbung	mind. 10.000

Sachleistungen des Bezirkes (nicht eingerechnet) **ca. 30.000**

Bühne, Podest Marktplatz Platane, verbleibt	Tief/Grün	ca. 10.000
Bühne, Podest Marktplatz ehem. Pflanzbeet, verbleibt	Tief/Grün	ca. 2.500
gelbes Pflanzbeet/ Bepflanzung, verbleibt	Tief/Grün	ca. 2.500
gelbe Fallschutzfläche Spielgeräte Marktplatz, verbleibt	Tief/Grün	ca. 15.000

Höhe der Wettbewerbsunterstützung **40.000**

Einnahmen aus Veranstaltungen (Gastronomie) **1.800**

3 Veranstaltungen à 600 Euro Vermietung an Gastro

Ausgaben in Euro

63.050

Werbung	11.000
Anzeige Zitty/ 030	3.000
Anzeige Berliner Woche	2.000
Störeranzeigen Zitty/ 030, 3 x 370 Euro	1.100
Radio Paradiso	0
Plakataushänge Draussenwerber, 4 x 500 Stk.	0
Verteilung Flyer, DINAMIX, 4 x 5.000 Stk. (Sponsoring 75%)	600
Verteilung in City-Bussen der FA. HARU	0
Verteilung über Weißgerber Lesezirkel	0
Erstellung App, Internet (in Zusammenarbeit mit Partner für Spandau, Teilfinanzierung)	1.000
Werbebanner 25 m, Meshgewebe	1.800
Werbebanner 5 -10 m, 3 Stk., LKW-Plane	1.500
Give-aways wie z.B. Happy-Pills, T-Shirts, Kunstschirme, Kunst-verbundet-Schlösser, Pluszeichen, etc. werden zum Selbstkostenpreis verkauft oder von den Händlern als Kundenaktion gesponsort	0
Druckkosten (z.B. bei »flyeralarm« überprüfbar)	3.500
Flyer, DIN lang, 4 x 50.000 Stk. (5.000 Stk. davon über DINAMIX verteilt)	1.500
Plakate, 4 x 750 Stk. (je 500 davon für die Draussenwerber)	1.000
Postkarten, 4 x 10.000 Stk.	1.000
Flyer Altstadtmeile, werbefinanziert	0
Layout und Gestaltung	6.000
für alle Druckerzeugnisse, Babst Graphic Design (pauschal, inkl. Sponsoring)	
Altstadtmeile	9.500
Druckkosten Plakate Tourist. Stelen (10 Stk.), Sonderdruck/-format	1.200
Druckkosten Plakate SIA Brücke Am Juliusturm, 2 x 30 Stk. DIN A0, Spezialqualität	1.200
Gelbes Seil, Geländer Brücke Am Juliusturm, 100 m x 1,20 Euro (Sponsoring Bauhaus oder Wassersport AWD)	0
Gelbe Linie-Boden-Markierung, b=24 cm, 1.600 m x 2,5 Euro (Kostenschätzung/Rahmenvertrag bezirkliches Tiefbauamt)	4.000
weitere Markierungen, Klebefolien etc., pauschal	900
Gelbe Folie/Umrahmung, Schaufensterausstellungen, 22 Geschäfte à 100 Euro (Ø)	2.200
Fotowettbewerb – FOTO-KUNST-LAUF	3.000
»Veranstalterbudget«	1.000
Preisgeld	1.000
Material Fotoausstellung	1.000

Veranstaltung 01.06.2013: Was Kunst Du?	6.000
Erste Hilfe (2 Personen, 7 Stunden)	300
Künstlergagen »Bühnenprogramm« 4 x 4 Stunden x 200 Euro	3.200
Auftritt Sascha Grammel (Sponsoring für Spandau)	0
Preisgeld Straßenmusiker Wettbewerb	1.000
Abschlusskonzert auf der Freilichtbühne an der Zitadelle »Ulli Zelle«	0
GEMA Gebühren	500
Sonstiges/»Veranstalterbudget«	1.000
Kunstläufer und Kunstlotsen, ehrenamtlich z.B. LionsClub Berlin-Spandau, Casa e.V., Ehrenamtsbüro, etc,	0
Veranstaltung 17.08.2013: Hinz und Kunst	5.500
Erste Hilfe (2 Personen, 7 Stunden)	300
Künstlergage, Bühne Stadtbibliothek	500
Künstlergage, Bühne Markt	1.200
GEMA Gebühren	500
Material »Kunstecken«, 4 x 500	2.000
Sonstiges/ "Veranstalterbudget"	1.000
Kunstläufer und Kunstlotsen, ehrenamtlich z.B. LionsClub Berlin-Spandau, Casa e.V., Ehrenamtsbüro etc.	0
Veranstaltung 07.09.2013: Kunst Du leuchten?	18.550
Erste Hilfe (2 Personen, 6 Stunden)	250
Personal Auf- und Abbau, inkl. Nebenkosten	1.000
Stromversorgung z.B. Fa. Phillip	1.000
Stromverbrauch	300
Bühnen und Beschallungstechnik (MediaAcademy)	2.500
Künstlergagen Komische Oper – Bläser-Ensemble	2.500
Movinglights Türme (Sponsoring Partner für Spandau oder Fa. Boehlke), 1.300,- Euro	0
Filmspaziergang, laufende Bilder, A wall is a screen	4.000
Movinglights Geschäfte, Finanzierung durch Händler o. Sponsoring	0
Musik-/Künstlerprogramm Geschäfte, Finanzierung durch Händler	0
Digitales Lichtfeuerwerk Marktplatz	5.500
Sonstiges/»Veranstalterbudget«	1.500
Kunstläufer und Kunstlotsen, ehrenamtlich z.B. LionsClub Berlin-Spandau, Casa e.V., Ehrenamtsbüro etc.	0

Kostenaufteilung in Euro	Ideenskizze 01.06.12	Antrag 19.10.12
Finanzierungsanteil Netzwerk	17.500	21.250
Einnahmen aus Standvermietung		1.800
Wettbewerbsunterstützung	37.500	40.000
Einnahmen	55.000	63.050
Personalkosten	15.000	15.250
Sachkosten	20.000	23.800
Öffentlichkeitsarbeit	20.000	24.000
Ausgaben/Gesamtkosten	55.000	63.050

Die Veranstaltungen werden bei Bedarf zusätzlich aus dem Budget des WdM-Projektes Altstadtmanagement unterstützt.

Die Unterstützer (Künstlerbörse)

Die Bewerbung wird zusätzlich von weiteren Partnern unterstützt, die im Finanzierungsplan und in der Ideenskizze benannt wurden. Das lokale Netzwerk hat in der Vergangenheit mehrfach den Nachweis erbracht, dass eine professionelle Pressearbeit und damit intensive redaktionelle Begleitung der (lokalen und überregionalen) Medien sicher gestellt wird (Berliner Woche, rbb, Berliner Morgenpost, Der Tagesspiegel, div. Radiosender ...).

Künstlerliste/Kulturpartner

Atelier Hausdorf,
New Age Art, Design
Carsten Albrecht,
Landeschorleiter
Cineplex Spandau
Citadel Music Festival
Cloozy Haber, Stand-up Comedy
Deniselle, Freier Künstler
Dorotheenstädtische
Buchhandlung
Freilichtbühne Spandau
Galerie Inselspinnen
Galerie Spandow
Icke, Marcel Krüßmann
JGW Jugendgeschichtswerkstatt
JTW Jugendtheaterwerkstatt
Kino im Kulturhaus Spandau
Klangholz e.V.
Klassik in Spandau
Komische Oper Berlin
Kulturhaus Spandau
Kunstabtation auf der Zitadelle
Kunstreise
Magma Theater Spandau e.V.
Mo Dittmann,
ehem. Musikschule Spandau
Mosaik Behindertenwerkstätten
Musikschule Spandau
Puppentheater auf der Zitadelle
Purple Design
Ralph Salecker, Fotograf
Roman Colm, Open-Air-Kino
Sascha Grammel, Puppet Comedy
Stadtbibliothek Spandau
stiftART, Kunstprojekt
Styroporno, Clubmusic
Susanne Babst,
Babst Grapic Design
Trinity Music
Ukata Arua, Maler
Volkshochschule Spandau

Schaufensterkunst

Berliner Sparkasse
Brillenbär
Budokan Sportpark
Deutsche Bank
Die Weinhandlung
Dorotheenstädtische
Buchhandlung
EGA Schuhmode
Florida Eiscafé
Gotisches Haus
(Partner für Spandau)
Holsteiner Räucherkatze
Juwelier Brose
Karstadt
Konditorei Fester
Nansen Damenmode
Purple Design
Restaurant Mila
Satt & Selig Restaurant
Sonnenstudio
Stadtbibliothek
Vom Fass
WMF-Filiale Spandau
Wolsdorff Tobacco 2668

Werbepartner

basement
Die Draussenwerber
DINAMIX, Cityboard
HARU-Reisen, Stadtrundfahrten
Heimatkundliche Vereinigung
Spandau 1954 e.V.
Lions Club Berlin-Spandau
Mein-Spandau.info
Radio Paradiso
Rotary-Club Berlin-Zitadelle
Spandau Arcaden
Spandau heute
Spandau live
Spandauer Volksblatt
(Berliner Woche)
TVG Verlag, Das Örtliche
Vereinigung Wirtschaftshof
Spandau e.V.
Weißgerber Lesezirkel
Wirtschaftshofspiegel



Auszug »2. Spandauer Kulturtreffen«

der Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e.V. am 20.8.2012 im Theater Varianta.

Beteiligung »MittendrIn Die Zentreninitiative – Kunst verbindet«

Künstler	Beitrag
Theater Varianta	Bespielung der Stages an allen drei Terminen mit Schauspiel/Tanz/ Gesang. Kooperation der Theater untereinander
Isabella Mamatis	Schüler lesen Spandauer Geschichten über die »Liebe« aus drei Generationen
Kladower Forum e.V.	Imchen-Combo, Jazz Bigband, 12-15 Personen, Pop-Jazz
Kulturzentrum Gemischtes	Gerne als Spielort in oder aus der »Peripherie« Spandaus, passende Beiträge/Künstler leite ich gerne zum Wirtschaftshof weiter
Kinder- und Jugendbibliothek	Übernachtungsnacht, weitere Absprache mit Erwachsenenbibliothek, z. B. im Rahmen »Ansichtssachen«
Astrid Ann Jabusch Mörderische Schwestern Berlin	Kurzlesungen der mörderischen Schwestern Berlin
MAGMA Theater	Kleine Szenen aus dem Knüttelkrieg (historisches Ereignis zw. Berlin und Spandau) oder Ähnlichem
PTG Elektra	Berlin Musik in Berlin-Kostümen, Kleinkunst
Chorvereinigung Spandau e. V.	17. August Gesamtprojekt Musik 01. Juni Gesang in Spandau
Mörderische Schwestern Berlin	(Spandau mit Schuss u.ä.) Kurzlesungen à 6 Minuten (wie bei der Ladies Crime Night in St. Marien im Behnitz am 28.10.12)
T.R.P. Mielke	Mehrsprachige Lesungen aus den Werken eines Spandauer Autors Dänisch-Russisch-Tschechisch-Türkisch-Arabisch-Holländisch
JSO-Sinfonie-Orchester Spandau	Großes Orchester oder kleine Besetzung
Spandauer Blaseorchester	Großes Orchester oder kleine Besetzung
Schnitzeljagd	Objekte in Geschäften finden und identifizieren, 24-30 Antworten auf kostenlosen Teilnahmekarten (Muster kann geliefert werden)
Prominentenessen	Mit Alt-Spandauern, z. B. »Talk-Erbsensuppe« – ausgeschenkt von Anne Will, Elke Sommer usw.
Elmas Wieczorek	Multi-Kultur-Ecke

Eine Stadtrundfahrt zum Totlachen

„Stand-up trifft Sightseeing“: Bei einer Besichtigungstour der etwas anderen Art werden die Flops der Hauptstadt humorvoll präsentiert

BERLIN Berlin ist witzig. Manchmal ungewollt – aber immerhin. Nicht erst seit dem Flughafen-Debakel oder dem Hertha-Abstieg gießt der Rest der Republik Hämme über die Hauptstadt.

Und als ob das nicht alles schon genug wäre, wird in Berlin das Interesse, über Berlin zu lachen, immer größer.

Mit „Stand-up trifft Sightseeing“ wirbt die Comedy-Tour, in der etwa 50 Urlauber in einem Bus durch die Hauptstadt gefahren werden, um zügellos über diese abzulachen: „Geht nicht in den Zoo, der Knuth ist sowieso tot“, rät Gastgeberin Cloozy Haber. Die S-Bahn wäre die passende Alternative. Dort rieche es ähnlich und die Chance, dass einem Tiere die Finger ablecken, sei ebenfalls gegeben. Natürlich berlinert Haber was das Zeug hält, natürlich ist sie frech und laut. Eine Berliner, wie sie sich Touristen wünschen. Sie wohnt im „Feinstaub-Paradies Neukölln“ und ist eine von vier Comedians, die die Touren wild durch den engen Gang turnend begleiten und bei Bedarf Bier nachreichen – ohnehin eine wichtige Basis für das Berlin-Bashing.

Bei aller Politprominenz in der Hauptstadt – Opfer ist vor allem der Regierende Bürgermeister: „Ah, das Rote Rathaus“, schreit Haber ins Mikro, während der Bus an der Ampel steht: „Regierungssitz unserer Party-Bürgermeisterin Tante Wowi.“ Der Bus lacht. Nicht zuletzt auch wegen der Schlappen Klaus Wowereits in den letzten Wochen.

Nicht nur lachen, auch leiden muss Herr Vlotho, der neben seiner Frau sitzt. Eigentlich macht das Paar mit Freunden ein paar Tage Urlaub in Berlin. Und ei-



Die Komikerin und Stadtführerin Cloozy Haber posiert vor einem Sightseeing-Bus.

DPA

gentlich heißt er auch nicht Vlotho, sondern Heister. Ein vorderer Gangplatz bedeutet aber, vom Comedian angesprochen zu werden. Der Wohnort Vlotho bei Bielefeld ist dabei schon fast Garant dafür, den ganzen Abend mit „Herr Vlotho“ angesprochen zu werden.

Erfinder der Comedy-Tour ist, man hätte es sich fast denken können, ein Hamburger: Jan Harries reist viel und gerne, war aber immer enttäuscht von den Stadtrundfahrten. Nüchtern und

langweilig seien diese, vollgefrachtet mit Informationen, die am Ende sowieso niemand behalten könne. Dann doch lieber witzig und mit Selbstironie.

Dafür scheint Berlin momentan prädestiniert. Der Reihe nach geht es zu den größten Missgeschicken der Stadt. Das Schloss, um dessen Wiederaufbau sich Berlin schon seit Jahren streitet. Das Bundeskanzleramt, im Volksmund auch Waschmaschine genannt. Der Hauptbahnhof mit dem zu kurzen Dach und

den zu langen Zügen. Sie bilden die Säulen einer Tour der Kläglichkeit. Nur die Fahrt zum neuen Hauptstadtflughafen war wohl zu weit.

Ostwestfalen, Schweizer und Schwaben johlen trotzdem: „Ich schwitze wie ein Schwein vom Lachen“, sagt eine Dame nach der Fahrt. Ein anderer ruft noch ein letztes Mal durch den Bus: „Tschüss, Herr Vlotho!“

dpa

www.comedytour.de/de/index.php

+ **Comedybus** mit »Cloozy«

Geplant ist, den Comedybus zunächst monatlich in Spandau zu etablieren, um Spandauer und Touristen die Sehenswürdigkeiten von Spandau auf eine »komische Art« zu präsentieren

Protokoll Fotowettbewerb vom 17.08.2012

Zeitschiene:

1. Veranstaltung: Fotografieren an einem Tag

2. Veranstaltung: Präsentation

- Spandau Arcaden
- Juliusturmbrücke
- Einzelhandel

3. Veranstaltung: Prämierung

- basement

Wettbewerbsteilnehmer

- Laien
- Fortgeschrittene
- Anspruchsvolle Amateure
- Profis

Können erreicht werden durch:

- vorbereitende Kurse
 - Volkshochschule
 - Workshops in Spandauer Studios (z.B. Fehse, Studio Charlottenstraße...)
 - Schulen
 - Kunstlehrer (Aktionswoche Fotografie...)
 - Begleitender Unterricht durch Fotografen...
- Kunstbastion
- Gezielte Einladung von Profis

Themen

(muss extra besprochen werden)

- Kunst verbindet
- Künstler open stage
- Spandau-Objekte/Orte fotografieren
- Formen etc...

Ausstellungsorte

- Einzelhandel Schaufenster
- Arcaden
- Karstadt
- Kulturhaus
- Gotischen Haus
- Galerie Spandow
- Juliusturmbrücke
- Zitadelle

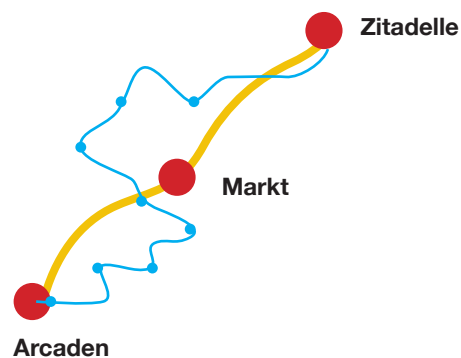
Mehrwert

- alle ehrenamtlichen Akteure werden fotografiert (open stage ...)
- Künstler (Leerstand mit Kunst füllen, illuminieren und fotografieren lassen ...)
- Spandau (Nischen, Hinterhöfe, Wasserwege zur Bekanntmachung der schönen Orte in Spandau)
- Bild-Dokumentation (Bildband)
- Erstellung eines Kalenders
- prämiertes Foto auf Stele/Juliusturmbrücke

Fotospots (als Tipps)

Foto-Guides (Ortskundige)

- Tour nur für Fotobegeisterte



Fotostrecke mit Hotspots

Altstadtmeile

Werbung

- Einzelhandel wirbt mit Wettbewerb
- Plakate
- an Schulen und Institutionen für Fotografie, Universität

Preise

- Praktikum beim Fotografen...
- Poster in Stele auf der Juliusturmbrücke
- Banner als Innendeko Spandau Arcaden, Karstadt etc.
- Ausstellung im Einzelhandel
- Präsentation im Open-Air-Kino

Nachhaltigkeit

- Man kann das auch auf Spandau ausweiten (Nachhaltigkeitskonzept, für weiterführende Fotowettbewerbe)
- Kunst für Spandau schaffen, Spandau »bunter« gestalten durch Einbindung von Fotos in der erweiterten Altstadt



Straßenmusiker-Wettbewerb 2013

Ablauf:

30 Straßenmusiker wandern zwischen fünf Bühnen, um ihre Kunst darzubieten. An der Hauptbühne auf dem Marktplatz wird es eine Jury geben, die die Künstler bewertet. Die Preisträger werden in der Freilichtbühne der Zitadelle bekanntgegeben und spielen einige ihrer Stücke.

Ziele / Nachhaltigkeit:

Geplant ist im nächsten Jahr nicht nur nationale, sondern auch internationale Künstler einzuladen und damit das erste in Berlin stattfindende »Festival der Straßenmusiker« in der Spandauer Altstadt zu etablieren. Im Rahmen des Festivals sollen Auftrittsmöglichkeiten für Künstler geschaffen werden, in Gaststätten, Cafés und Bars aufzutreten.

Marcel Krüßmann Singer Songwriter



Icke-b@web.de / Icke-Rockpoet.de

»Bewegte Wände« A Wall is a screen

Siehe Anlage

Anlagen

KUNST
VERBINDET

