

Kulturfestivals und Ortsentwicklung – Raumproduktion und Raumnutzung durch situative Kulturfestivals

Carolin
Riedelsberger

Technische
Universität
Wien

Diplomarbeit
2017

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Technischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or master thesis is available at the main library of the Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>

DIPLOMARBEIT

Kulturfestivals und Ortsentwicklung – Raumnutzung und Raumproduktion durch situative Kulturfes- tivals

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen
Grades einer Diplom-Ingenieurin

unter der Leitung von

FH-Prof. Dipl.Ing. Dr.techn. Elisabeth Leitner, MBA

E260S

Institut für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen

**eingereicht an der
Technischen Universität Wien**

Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

Carolin Riedelsberger, BSc.

0625208

Wien, am 30.5.2017

Kulturfestivals und Ortsentwicklung

Raumnutzung und Raumproduktion durch »situative Kulturfestivals«

Stadtteilfeste wie »SOHO Ottakring« in Wien oder der »Lendwirbel« in Graz zeigen, dass Kulturfestivals wichtige Auslöser für die Weiterentwicklung ihrer Austragungsorte sein können. Aber auch abseits der Landeshauptstädte ist diese Praxis der Ortsaneignung zu beobachten.

Die privaten – vermehrt auch öffentlichen – Initiatorinnen und Initiatoren sogenannter »situativer Kulturfestivals« spüren ungenutzte, räumliche Ressourcen und Potenziale auf und entwickeln unter Einbindung der regionalen Kulturszene und ihres sozialen Netzwerkes unterschwellige Handlungsformate. Diese kuratorischen Eingriffe sollen Perspektiven verschieben, alternative Nutzungen aufzeigen und atmosphärisch aufgeladene Räume schaffen, um Alltagskultur sowie die Regeln des gemeinsamen Zusammenlebens neu ausverhandeln zu können.

Der spezielle Typ »situatives Kulturfestival« wird erstmalig theoretisch definiert, um ihn im nächsten Schritt anhand von Praxisbeispielen gesamtgesellschaftlich und räumlich analysieren zu können. Die Spuren dieser Festivals sind oftmals nur durch Gespräche mit den Festivalinitiatorinnen und -initiatoren oder den Bewohnerinnen und Bewohnern auszuforschen. Da der Erfolg nicht primär über Umwegrentabilität abzulesen ist, sondern aus vielen Mikro-Interventionen und qualitativen Effekten besteht, ist eine objektive Bewertung problematisch. Dieser Umstand macht es besonders schwer, politische Entscheidungsträgerinnen und -träger von der Chance, die solche Initiativen abseits ihres Eventscharakters für einen Ort bieten, zu überzeugen. Durch die systematische Aufarbeitung zweier Kulturfestivals werden Handlungsempfehlungen abgeleitet, um Städte und Gemeinden von der Chance, die »situative Kulturfestivals« für ihre Austragungsorte bieten können, zu überzeugen.

Wenn das nämlich gelingt, können die Ressourcen gebündelt werden, um gemeinsam Stärken und Ziele für die Orte zu definieren und ein langfristiges, gesamtgesellschaftliches Entwicklungskonzept zu erarbeiten.

Culture festivals and local development – use and production of space through »situative culture festivals«

District festivals such as »Soho Ottakring« in Vienna or the »Lendwirbel« in Graz show that cultural festivals can be an important trigger for the further development of their venues. This appropriation of locations can also be observed offside state capital cities.

The private - and increasingly public - initiators of so-called »situative cultural festivals« are seeking out unused spatial resources and potentials. Through the incorporation of specific regional cultural scenes and their social network, the initiators are looking to develop subliminal forms of action that create new approaches and solutions for the usage and visibility of these resources. These curatorial interventions are intended to shift perspectives, to show alternative uses and to create atmospherically charged spaces in order to be able to renegotiate everyday culture as well as the rules of communal life.

The specific type of »situative cultural festival« is defined theoretically for the first time, in order to be able to analyze it holistically and spatially using practical examples. The traces of these festivals can often be explored only through discussions with the festival initiators or the inhabitants of the venues. Since the success of those festivals is not primarily readable through its indirect profitability, but instead consists of many micro-interventions and qualitative effects, an objective assessment is problematic. This makes it particularly difficult to convince political decision-makers of the opportunity offered for a place by such initiatives, apart from their event charter. Through the systematic analysis of two cultural festivals, recommendations for action are to be derived, in order to convince decision-makers of the opportunities »situative cultural festival« can offer their venues. If this undertaking succeeds, resources can be pooled in order to jointly define strengths and goals for the municipality or the city and devise a holistic concept for further development.

Einleitung → S. 8

Situativer Raum → S. 14

Situativer Urbanismus → S. 17

Situative Kulturfestivals → S. 18

Fallbeispiel PERSPEKTIVEN → S. 25

Allgemeines → S. 27

materielle Struktur → S. 41

Akteursstruktur → S. 66

Handlungsstruktur → S. 87

Fallbeispiel POTENTIALE → S. 103

Allgemeines → S. 104

materielle Struktur → S. 129

Akteursstruktur → S. 167

Handlungsstruktur → S. 182

Orientierungshilfe → S. 201

Handlungsempfehlungen → S. 206

Anhang → S. 239

Überlegungen, Aufbau und Forschungsfragen

Stadtteulfeste wie »SOHO Ottakring« in Wien oder der »Lendwirbel« in Graz zeigen, dass Kulturfestivals wichtige Auslöser für die Weiterentwicklung ihrer Austragungsorte und für den Umgang mit Leerstand durch Zwischen-nutzungen sein können.

Das Potenzial von temporären Nutzungen in Städten wurde bereits vielfach untersucht. Die Forschungsergebnisse vom Team »Urban Catalyst« rund um Prof. Klaus Overmeyer, das sich Ende der 1990er-Jahre zusammenfand um dieses neue Form von nutzergetragener Raum- und Stadtentwicklung anhand von fünf Fallbeispielen in europäischen Städten zu untersuchen, zeigen zum Beispiel, wie Stadtprozesse alternativ funktionieren können. Wenn klassische Planungs- und Entwicklungsmethoden aufgrund gesellschaftlicher Transformationsprozessen zu langsam reagieren, treten informelle Nutzungsmodelle in den Vordergrund.

Eine besondere Form von temporären Nutzungen sind Veranstaltungsformate im Generellen und »situative Kulturfestivals« im Speziellen. Dieses Phänomen ist in Städten nicht ganz neu, zunehmend allerdings abseits der Landeshauptstädte zu beobachten. Die handelnden Akteurinnen und Akteure entwickeln ein Cluster an temporären Nutzungen und setzen räumliche und programmatische Impulse in einer konkreten, intensivierten Zeitspanne. Das verdichtete, heterogene Programm, das mit Hilfe der vorgefundenen Ressourcen umgesetzt wird ist höchstgradig von persönlichen Netzwerken der Initiatorinnen und Initiatoren abhängig ist. Mithilfe von »situativen Kulturfestivals« versuchen die Initiatorinnen und Initiatoren nicht nur alternative Nutzungen von leerstehenden Ressourcen aufzuzeigen. Sie versuchen den Alltag zu verfremden um dadurch strukturelle und gesellschaftspolitische Probleme zu thematisieren, Plattformen zu schaffen um Vernetzung und Austausch wieder zu ermöglichen. Dadurch sollen wichtige Impulse für die Ortsentwicklung gegeben werden.

Entstanden diese Formate anfänglich meist als Bottom-Up-Prozess, werden die Konzepte mittlerweile von Institutionen wie dem Stadtmarketing auch gezielt für Stadt- und Ortsentwicklung eingesetzt.

Doch egal wer diese Festivals initiiert: Sie sind immer mit einem enormen Aufwand an nicht abgoltener Arbeitsleistung und Engagement verbunden, wirtschaftlich sind sie nie und ihre Auswirkungen auf den Austra-

gungsort wird oftmals (noch) verkannt.

Werden andere Arten der informellen Ortsaneignung – wie eingangs erwähnt – in zahlreichen Forschungen analysiert, gibt es für diese Form und deren Beitrag zur Stadt- und Ortsentwicklung noch wenig Dokumentationen oder Analysen. Der Typ »situative Kulturfestivals« ist noch nicht theoretisch definiert und eine gesamtheitliche und räumliche Aufarbeitung von konkreten Fallbeispielen hinsichtlich deren Auswirkungen auf ihre suburbanen oder ruralen Austragungsorte fehlt bisher.

Nachdem sich das erste Kapitel der Einordnung und der Charakterisierung »situativer Kulturfestivals« widmet, werden im zweiten Kapitel Entwicklungsprozesse, Informationen über Akteurinnen und Akteure, Finanzierung, etc. von diesen Kulturfestivals sowie der Mehrwert, den sie für ihre Austragungsorte bringen, analysiert und reflektiert.

Was sind situative Kulturfestivals und wie kann man sie charakterisieren?

Welchen Mehrwert bringen »situative Kunstfestivals« für den räuml. Entwicklungsprozess des Austragungsortes?

Da der Erfolg nicht primär über Umwegrentabilität abzulesen ist, sondern aus vielen Mikro-Interventionen und qualitativen Effekten besteht, ist eine objektive Bewertung problematisch. Auch die Kulturfestivals selbst werden meist nur durch Fotos dokumentiert und vieles ist erst im Laufe von Gesprächen auszuforschen. Dieser Umstand macht es besonders schwer, politische Entscheidungsträgerinnen und -träger von der Chance, die solche Initiativen abseits ihres Eventscharakters für einen Ort bieten, zu überzeugen. Anhand der systematischen Aufarbeitung der Fallbeispiele sollen deshalb Handlungsempfehlungen formuliert werden, um diese von der Chance, die »situative Kulturfestivals« für ihre Austragungsorte bieten können, zu überzeugen.

Welche Handlungsempfehlungen können anhand der gesamtheitlichen und räumlichen Analyse formuliert werden, um politische Entscheidungsträgerinnen und -träger von diesen Initiativen zu überzeugen?

Die Themenbereiche Kultur, Events und Ortsentwicklung generieren aktuell vier Hauptdiskurse¹: Kultur und Tourismus, Kultur und Regionalentwicklung, Events und Festivalisierung, Events als »Allheilmittel«. »Situative Kulturfestivals« setzen hier übergreifend an und beinhalten Teilaspekte von

¹ Diese Hauptdiskurse wurden von Martin Fritz während des Interviews am 9.2.2016 definiert.

allen Diskursen.

Für die begriffliche Einordnung und Definition der »situativen Kulturfestivals« war für mich die archplus-Ausgabe Nr. 183 vom Mai 2007 prägend und bildet damit den Grundstock für den theoretischen Rahmen. Titel der Ausgabe war »Situativer Urbanismus – Zu einer beiläufigen Form des Sozialen«. Nutzerbasierende Planungsstrategien werden darin unter anderem auf die Bewegung der Situationistischen Internationale sowie aus »enable-Strategien« aus den 1960er-Jahren zurückgeführt.

1. situative Kulturfestivals

Im ersten Kapitel beschäftige ich mich mit dem Begriff »situativer Raum« um ein Raummodell zu skizzieren, das es mir erlaubt, die Ebenen zu analysieren, in die »situative Kulturfestivals« eingreifen. Im nächsten Schritt werden die Charakteristiken von »situative Kulturfestivals« erarbeitet, um diesen speziellen Festivaltyp zu definieren.

Was sind situative Kulturfestivals und wie kann man sie charakterisieren?

Was ist der »situative Raum«?

Welche Konzepte prägen »situative Kulturfestivals«?

Wie kann man »situative Kulturfestivals« charakterisieren und definieren?

2. Fallbeispiele

Anhand von zwei Fallbeispielen – einem öffentlich und einem privat initiierten – wird versucht, deren Spuren, Handlungsansätze sowie deren Impulse für die Ortsentwicklung zu reflektieren. Die Analyse und Dokumentation gliedert sich in vier Kategorien, die auf die Ebenen des »situativen Raums«, der in Kapitel 1 definiert wurde, rückzuführen sind.

Welchen Mehrwert bringen »situative Kunstfestivals« für den räuml. Entwicklungsprozess des Austragungsortes?

Wer initiiert »situativen Kulturfestivals« mit welchen Ziele und mit welchen Rahmenbedingungen werden sie konfrontiert?

Welche Raumproduktionen und -nutzungen entstehen und wie greifen die Kulturfestivals in die materielle Struktur des Austragungsortes ein?

Welcher Handlungsformate bedienen sich die Akteurinnen und Akteure?

Welche Auswirkungen haben »situative Kulturfestivals« nach deren Ende im Alltag?

3. Fazit und Handlungsempfehlungen

Aufgrund der Einzigartigkeit jedes Festivals können keine allgemein gültigen Aussagen getroffen werden, allerdings können gewissen Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen aus der Aufarbeitung der Fallbeispiele abgeleitet und formuliert werden. Diese sollen als Argumentationsgrund-

lage dienen, um politische Entscheidungsträgerinnen und -träger von den Potenzialen, die diese Festivals für ihre Austragungsorte bringen können, zu überzeugen.

Welche Handlungsempfehlungen können anhand der gesamtheitlichen und räumlichen Analyse formuliert werden, um politische Entscheidungsträgerinnen und -träger von diesen Initiativen zu überzeugen?

Wie können politischen Entscheidungsträgerinnen und -träger vom Nutzen situativer Kulturfestivals überzeugt werden?

Welche Fragen muss ich dazu beantworten können?

Die Arbeit beschäftigt sich mit interdisziplinären Kulturfestivals, die außerhalb der Landeshauptstädte veranstaltet werden, mindestens zwei Tage lang andauern und an verschiedenen Austragungsstätten innerhalb eines Ortes stattfinden.

Interdisziplinarität bedeutet in diesem Zusammenhang, dass das Festivalprogramm mehrere oder alle Sparten der sogenannten »schönen Künste« beinhaltet: Bildende Kunst, Literatur, Musik und Darstellende Kunst.

Methodik und Vorgangsweise

Ausgangspunkt meiner Arbeit war 2015 die Organisation eines Rahmenprogrammes für ein Kulturfestival in Hohenems, Vorarlberg. Schnell stellte sich die Frage nach dem Sinn und der Auswirkung von solchen Festivals auf den Ort und seine Entwicklung. Durch meine anfängliche Recherche stieß ich auf einen speziellen Typ von Kulturfestival außerhalb der Landeshauptstädte, dessen Ziel nicht in der Veranstaltung eines Spektakels liegt, sondern in der Einbindung räumlicher Ressourcen und der lokalen Kulturszene. Diese Festivals sind abhängig vom Engagement einzelner Akteurinnen und Akteure und deren persönliche Netzwerke.

Als Ausgangspunkt meiner Arbeit führte ich Interviews mit Akteurinnen und Akteuren der Kultur- und Regionalentwicklungsszene, um möglichst viele Bereiche kennenzulernen um meine Fragestellungen präzisieren zu können. Anschließend wählte ich zwei Fallbeispiele aus, der Initiatorinnen und Initiatoren einerseits öffentlich, andererseits privat sind.

Umfangreiche Interviews mit Schlüsselpersonen der Kulturfestivals waren die Basis für die systematische, räumliche Analyse, die notwendig war, um Handlungsempfehlungen daraus ableiten zu können. Diese Formulierungen sollen dazu dienen, politische Entscheidungsträgerinnen und -träger zum einen über dieses Phänomen zu informieren, und sie andererseits von ihren positiven Impulsen für den Austragungsort zu überzeugen.

situative Kulturfestivals

Situativer Raum

Um zu verstehen, wie Ortsraum funktioniert und welche Strukturen und Faktoren gegenseitig auf einander einwirken, ist es zunächst wichtig, ein geeignetes Raumkonzept zu finden, um die Basis für die Evaluierung von Raumproduktion und Raumnutzung von situativen Kulturfestivals erarbeiten zu können. Mir erscheint die Theorie von Christopher Dell hilfreich, der – ähnliche wie Henri Lefebvre – den Raum als Produkt von handelnden Personen interpretiert. Er plädiert für einen performativen Raum als alternatives oder erweiterndes Konzept für die Ortsentwicklung.

¹ Christopher Dell, *1965, Musiker. Transdisziplinäre Arbeiten im Grenzbereich von Architektur, Kunst, Philosophie und Körpertechniken. Seit 2002 Leiter des ifit, Institut für Improvisationstechnologie, Insel Hombroich, www.ifit.de

² Dell, Christopher. Die Performanz des Raumes. <http://www.corpusweb.net/cd08-die-performanz-des-raums-2.html> (aufgerufen am 16.2.2016)

Christopher Dell¹ definiert Raum in seinem Artikel »Die Performanz des Raumes« nicht nur als reine »Struktur (Objekt)«, sondern als Wechselwirkung aus Gebautem, »Improvisation (Situation) und handelndem Subjekt«.² Diese Annahme impliziert, dass Raum immer gleichzeitig eine Programmierung, ein Handeln von Akteuren benötigt, um als solcher wahrgenommen zu werden. Ortsraum ist folglich also immer »in einen prozessualen Kontext eingebettet, der nicht als Objekt, als abgeschlossenes Produkt interpretiert werden kann, sondern als performative Praktik verstanden werden muss.«² Grob kann man Performanz mit »Handlung« übersetzen.

Ausgehend von Dells Theorie, sieht mein Modell ebenfalls drei strukturelle Ebenen vor: Die materielle Struktur umfasst das physische Objekt mit all seinen Rahmenbedingungen und Regularitäten. Handelnde natürliche Personen sowie die Kommunikations- und Netzwerksebene werden in der Akteursstruktur vereint. Die dritte Ebene beschreibt die eingangs erwähnte »Performanz des Raumes«: die Handlungsstruktur. Diese bezieht sich auf sämtliche Handlungen, Nutzungen, Situationen sowie Improvisationen. Ortsraum entsteht also durch die Verknüpfung und Verflechtung von materieller, Akteurs- und Handlungsstruktur. Sie ergänzen einander – ist eine Ebene also nicht ausreichend entwickelt, leiden in Folge die anderen und entsteht mittel- bis langfristig eine Mangelsituation.

Dieses Konzept lässt sich anhand eines Beispiels vereinfacht darstellen: Ein leerstehendes Ladenlokal wird in seiner ursprünglichen Funktion nicht mehr benötigt. Es fehlen Akteurinnen und Akteure, die das Lokal bewirtschaften bzw. darin konsumieren. Die materielle Struktur ist allerdings

noch immer vorhanden und liegt brach. Sie ist auf Personen angewiesen, die ihr Potenzial erkennen. Im nächsten Schritt benötigt diese räumliche Ressource ein Handlungskonzept, das von den Nutzerinnen und Nutzern abhängig ist.

Niederschwellige Formate wie Festivals oder andere temporäre Nutzungen setzen genau bei diesen fehlenden Ebenen an. Existiert ein Objekt als Ausgangspunkt, wird eine Nutzung gesucht. Sind physischer Raum und Handlungsformat überlegt, kann nach Nutzerinnen und Nutzern gesucht werden. Oder Akteure suchen für einen performativen Akt eine materielle Struktur. Der Vorteil an solchen oft improvisierten Nutzungskonzepten ist, dass diese in einer Art »Labor-Situation« auf Zeit getestet werden können. Funktionieren sie, haben sie die Chance zu bestehen. Werden sie nicht positiv aufgenommen, können sie durch neue Konzepte ersetzt werden.

Wie funktioniert die Stadt?

Was sind die Wirkungszusammenhänge?

Wie ist die Atmosphäre des Ortes?

Wie kann man Impulse setzen und wieso ist das wichtig?

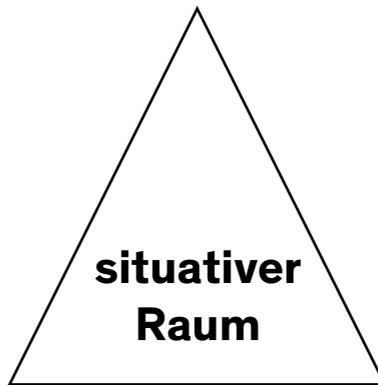
Der situative Raum ist durch eine enorme Beweglichkeit gekennzeichnet und immer in einen Prozess eingebunden. Er ist nicht an eine Funktion gebunden, sondern fungiert als Experimentierraum für die Handlungen von Personen. Raum ist in Dells Theorie außerdem nie rein »objektbezogen«, sondern immer auch in einen Kontext oder eine Situation eingebettet. Raum ist kein bloßes Produkt, es ist also immer mit einer Handlung verknüpft und somit nichts Statisches.

Um Raum entstehen zu lassen sind also drei Ebenen wichtig, die voneinander abhängig sind und sich gegenseitig ergänzen:

1. Struktur (Objekt)
2. handelndes Subjekt
3. Improvisation (Situation)

Topografie
Produkt
Medium
Raum
Regulationssystem
Objekt

materielle Struktur



Handlungsstruktur

Situation
Improvisation
performativer Akt
Performanz
Handlung
Nutzungen

Akteursstruktur

Netzwerk
Kommunikation
KulturbürgerInnen
StrategInnen
ProgrammarbeiterInnen
Kulturschaffende
div. Akteurinnen und Akteure

Situativer Urbanismus

1 Zweifel, Stefan. 2003. Guy Debord und die «Situationisten»: Gesellschaft des Spektakels. Neue Zürcher Zeitung, 3. Mai. <https://www.nzz.ch/article-Bjev-1.246993> (abgerufen am 12.4.2017)

Die archplus-Ausgabe Nr. 183 vom Mai 2007 widmete sich dem Thema »Situativer Urbanismus« und stellte darin die These auf, dass man den Ursprung vieler neuer nutzerbasierender Stadtentwicklungsstrategien bei den Konzepten der Situationistischen Internationale, einer interdisziplinären Gruppe von Künstlern und Intellektuellen aus den 1960er-Jahren, finden kann. Die gesellschaftskritische Bewegung rund um Gründer Guy Debord operierte an der Schnittstelle von Architektur, Kunst und Politik und kritisierte die Gesellschaft des Spektakels. »Sie waren der Überzeugung, dass im Überfluss des ›Spätkapitalismus‹ die alten Gesetze des Klassenkampfes und die Fragen von Arbeit und Mehrwert durch das Problem der Freizeit abgelöst würden (...)«¹. Durch konstruierte Situationen wollten sie deren Alltag stören und verfremden um so zum Nachdenken anzuregen.

In ihrer Gesamtheit und Radikalität würden deren Konzept heute nicht mehr funktionieren, obwohl die damaligen Forderungen der Gruppe noch immer aktuell sind. Einzelne vom Gesamten losgelöste Strategien finden sich aber heute noch im Städtebau wieder – und bei den situativen Kulturfestivals.

»Wir erfassen die Stadt niemals als Ganzes, sondern immer als eine Abfolge individueller Situationen. Das heißt, an jedem Ort, durch den wir uns bewegen oder an dem wir uns befinden, nehmen wir vielfältigste sinnliche, emotionale und atmosphärische Eindrücke wahr und fassen sie als gesamthaftes Raumerlebnis zusammen. Diese situative Wahrnehmung erlaubt uns, Räume zu erkennen, zu unterscheiden und sie dahingehend einzuschätzen, welche Möglichkeiten oder Risiken wir zu erwarten haben. Mit dem Begriff der Situation können daher diejenigen »weichen« Faktoren greifbar gemacht werden, die von zentraler Wichtigkeit sowohl für das Verständnis der Stadt als auch für den Erfolg städtebaulicher Interventionen sind.«³

3 Bouchsein, Benedikt. 2016. Situationen: Vom Sehen, Erleben und Verändern städtischer Räume. In: Die Stadt als Ressource: Texte und Projekte 2005–2014, herausgegeben von ETH Zürich, S.25–34. Berlin: Jovis Verlag 2016. S.25

Situative Kulturfestivals

temporäre Verdichtung von räumlichen und programmatischen Impulsen, Eingriffen, Umcodierungen

sind großteils kuratiert

sind an Handlungen, an eine „Performanz“ (vgl. Christopher Dell, vgl. Situationistische Internationale), gebunden

konstruieren in einer verdichteten Zeitspanne Räume und Situationen

bedienen sich umfangreichen Konzepten, die in den 1960er und 70er Jahren von Kollektiven wie den Situationisten oder Archigram – tlw. in einem anderen Kontext – entwickelt wurden

codieren Räume um, setzten sie in einen neuen Kontext und machen sie sichtbar

bedienen sich an einen speziellen Ort gebundenen, räumlichen Ressourcen

breiten sich mittels Satelliten über den gesamten Stadt-/Ortsraum aus

sind gleichermaßen an einen Raum und an eine Performanz, eine Handlung durch Akteurinnen und Akteure gebunden

haben das Ziel, Bewohner und Besucher zu aktivieren, damit sie Raum (anders) wahrnehmen und ihn von seiner (ursprünglichen) Funktion entkoppelt erleben

testen Konzepte auf Zeit

sind meistens nicht wirtschaftlich

benötigen eine Vielzahl an freiwilligen, unbezahlten Kräften

entstehen meistens aus einem Bottom-Up-Prozess

sind immer stark an die Örtlichkeit und seine Ressourcen gebunden

spiegeln die kulturelle Vielfalt des Austragungsortes und darüberhinaus wieder

zeigen neue Lösungsansätze auf

verfolgen auch eigene Interessen der Initiatoren: Beitrag für die Gesellschaft, selbst bereichernde Gespräche führen, interessante Künstler in den Ort holen, etc.

POTENTIALe
Feldkirch * 2015

Emsiana
Hohenems * 2009

bock auf kunst
Hohenems * 2015

Walserherbst
Großes Walsertal * 2004

TENNEALE
Nenzing * 1994

sommer.frische.kunst
Bad Gastein * 2011



PERSPEKTIVEN
Attersee * 2011

Donaufestival
Krems * 1988

Festival der Regionen
div. Orte in OÖ * 1993

Viertelfestival
div. Orte in NÖ * 2011

leonART
Leonding
* 2011

**Sprudel, Sprudel
& Musik**
Gössl * 2005

Rostfest
Eisenerz
* 2012

KUMM.ST
Region Anger-Puch
* 2011



Analyse Fallbeispiele

Die Fallbeispiele gliedern sich, basierend auf dem von mir entwickelten Raummodell des »situativen Raumes«, in vier Hauptkategorien. Die jeweiligen Unterkategorien sind bei jedem Fallbeispiel je nach Rechercheumfang um zusätzliche Schwerpunkte, die hier nicht aufgelistet sind, erweitert.

1. Allgemeines

Die erste Kategorie führt in das Festival ein und skizziert seine Rahmenbedingungen sowie grobe Charakteristika.

- 1.1 Einführung
- 1.2. Entwicklung
- 1.3. Ziele
- 1.4. Finanzierung
- 1.5. Hemmnisse
- 1.6. Förderliche Faktoren
- 1.7. Ortsentwicklung

2. materielle Struktur

Die materielle Struktur dokumentiert die physischen Räume, die vom Festival genutzt, bespielt und produziert werden und gibt Einblick in die städtebauliche Struktur des Ortes bzw. der Stadt.

2.1. Orts- bzw. Stadtstruktur

Die städtebauliche Struktur des Ortes wird skizziert.

2.2. Leerstehende Räume

Diese Kategorie führt Räumlichkeiten an, die leerstanden oder dies immer noch tun und durch das Festival temporär oder teilweise auch ganzjährig bespielt werden.

2.3. Rauminterventionen

Temporäre Interventionen im (halb-) öffentlichen Raum produzieren kurzfristig neue Raumsituationen und schaffen so atmosphärische Orte

der Begegnung, die zum Austausch und zur Begegnung einladen. Sie haben meist einen programmatischen Hintergrund, lassen den Nutzern in ihrer Vielfalt und Identität aber viel Freiraum, um die Räume mit neuer Bedeutung aufzuladen. Interventionen im öffentlichen Raum können aber nicht nur neuen physischen Raum schaffen, sie können vorhandenen, genutzten Raum temporär umcodieren und im Zuge des Festivals »besetzen«. Starre Funktionen können so aufgebrochen und neu interpretiert werden.

2.4. Raumkooperationen

Diese Kategorie beschreibt Räumlichkeiten, die bereits ein komplexeres Funktionskonzept haben und deren BetreiberInnen dadurch eine ähnliche Haltung zeigen, wie performative Räume funktionieren können. Dieses Konzept wird durch das Festival lediglich um eine weitere programmatische Komponente erweitert ohne deren sonstige Funktionen zu entwerfen.

2.5. dynamische Raumnutzung

Hier werden sämtliche Raumnutzungen und -produktionen im Verlauf der Jahre gezeigt. Es soll verdeutlicht werden, wie sich Anzahl und Ausbreitung der Satelliten verändern und entwickeln.

3. Akteursstruktur

Die Gruppe der Akteurinnen und Akteure umfasst sämtliche handelnden Personen, die Teil des Festivals sind. Ihre Funktionen sind vielschichtig und reichen von der Initiierung des Kulturfestivals zur Bereitstellung einer räumlichen Ressource bis zur Teilnahme an einem Programmformat.

3.1. Taktikerinnen und Taktiker (Initiatorinnen und Initiatoren, politische Entscheidungsträgerinnen und -träger, ...)

3.2. Kulturarbeiterinnen und -arbeiter (Organisatorinnen und Organisatoren, Kulturschaffende, ...)

3.3. Kulturbürgerinnen und -bürger (Festivalbesucherinnen und -besucher, Leerstandeigentümerinnen und -eigentümer, ...)

3.4. räumliches Netzwerk

4. Handlungsstruktur

Handlungsformate werden wiederum in drei Unterkategorien geteilt. Generell gibt es bei allen Formaten Überschneidungen, eine primäre Zuordnung ist aber möglich.

4.1. konsumorientierte Handlungsformate

In diese Kategorie fallen z.B. Pop-Up-Shops oder Messeformate. Ziel ist, die Arbeit der Ausstellenden und Kulturschaffenden zu präsentieren, um die Besucherinnen und Besucher im besten Fall zum Kauf der Ware zu bringen.

4.2. kommunikationsorientierte Handlungsformate

Typische Beispiele sind Straßenfeste, Vernissagen oder kulinarische Veranstaltungen, die den gemeinsamen Austausch fördern und ermöglichen. Diese Formate dienen als Plattform und Aktivierung verschiedenster Akteursgruppen.

4.3. vermittlungsorientierte Handlungsformate

Ausstellungen, Impulsvorträge oder ähnliche Formate dienen der Vermittlung von Wissen und stellen unterschiedlichste Akteurinnen und Akteure vor, die mit ihrer Arbeit einen wertvollen Beitrag zum Festival leisten können.

PERSPEKTIVEN

Attersee

Fallbeispiel 1

Allgemeines

Einführung

Entwicklung

Ziele

Finanzierung

Hemmnisse

Förderliche Faktoren

Einführung

Die PERSPEKTIVEN ATTERSEE wurden 2011 von einem Ehepaar aus der Kreativwirtschaft gegründet, um auf den wirtschaftlichen Verfall und den damit verbundenen Leerstand entlang der durch den Ort führenden Bundesstraße aufmerksam zu machen. Ursprünglich als Fotoausstellung im öffentlichen Raum konzipiert, entwickelte sich das Format nach der zweiten Auflage zum Festival. Zahlreiche leerstehende Räume konnten seither genutzt werden und einige werden während des gesamten Jahres bespielt. Die PERSPEKTIVEN leisten somit einen wichtigen Beitrag zur positiven Entwicklung des Ortes.

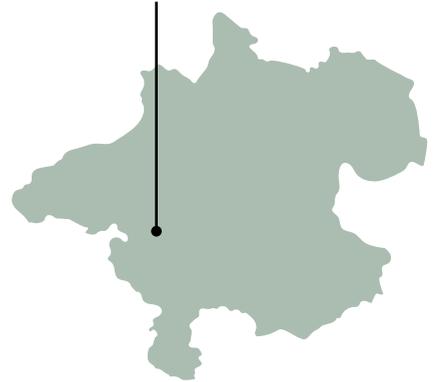


Format »Ausnahmezustand«

Ursprünglich waren die PERSPEKTIVEN nicht als Festival konzipiert, sondern als Fotoausstellung im öffentlichen Raum. Aufgrund eines erfolgreichen, temporär bespielten Ateliers, entwickelte das Initiatorenteam das Format weiter.

Es entstand daraus ein Festival, da es ein vielschichtiges, heterogenes Programm in einem verdichteten Zeitraum erlaubt. Durch diesen »Ausnahmezustand« ist es leichter, die nötige – auch mediale – Aufmerksamkeit zu generieren. Zusätzlich können Akteurinnen und Akteure für die Teilnahme schneller gewonnen werden, wenn es um eine konkrete, absehbare Zeitspanne geht. Eine zusätzliche Stärke des Festivalformates liegt in ihrer Handlungsflexibilität, durch die rasch auf äußere Gegebenheiten reagiert werden kann.

Attersee a. A.



Ort

Attersee a. A., Oberösterreich
ca. 1600 Einwohner¹

Initiatoren

Edith Maul-Röder (Fotografin),
Franz Maul (Architekt),
beide aus Attersee a. A. stammend

offizieller Veranstalter

Verschönerungsverein Attersee

Gründung

2011

Dauer

jährlich 8 Wochen im Juni/Juli,
zusätzliches ganzjähriges
Rahmenprogramm

Finanzierung

private Sponsoren,
Gemeinde/Land/Bund

Ziele

Leerstand thematisieren,
Plattform schaffen,
Ort mit der Region verbinden u.a.

Entwicklung

Schon Anfang des 20. Jh. war die Region Attersee ein beliebter Ort für Sommerfrischler des liberal orientierten Bürgertums, besonders aus dem Bereich der Kunst, Architektur und Wissenschaft. In den 1950er- und 1960er-Jahren war die Blütezeit des Fremdenverkehrsortes Attersee a. A. Die Gäste blieben meist mehrere Wochen im Ort und konsumierten vorwiegend in den ansässigen Nahversorgungsbetrieben.

Die steigende Motorisierung in den 1970er-Jahren bewirkte in Folge einen enormen Wandel des Kaufverhaltens der Anwohner- und Besucherschaft. Das Kaufhaus Vöcklabruck wurde gegründet und die Bewohnerinnen und Bewohner von Attersee a. A.¹ tätigten ihre Einkäufe einmal pro Woche mit dem Auto außerhalb des Ortes. Zu dieser Zeit kam auch der Billigtourismus auf und vor allem Urlaubende aus Deutschland blieben aus – folglich wurden immer weniger private Gästezimmer vermietet. Nach und nach mussten die Geschäfte im Ort zusperrern und das Zentrum verödete.

Die durch den Ortskern führende Bundesstraße B 151 entwickelte sich kontinuierlich zum Hauptverkehrsweg und mindert die Aufenthaltsqualität auch heute noch beträchtlich. Die Häuser an der engsten Stelle der B 151 sind aufgrund der Frequenz besonders vom Leerstand betroffen. Die Bewohnerinnen und Bewohner haben sich längst von der Straße weg orientiert oder sind nur noch selten in ihren Häusern anzutreffen.

Anmerkung

Sämtliche Zitate dieses Fallbeispiels stammen – sofern nicht anders angegeben – von der Festivalinitiatorin Edith Maul-Röder. (Interview vom 18.3.2016)

¹ https://www.atterwiki.at/index.php?title=Attersee_am_Attersee (augerufen am 8.5.2017)

² Attersee a. A. © Verschönerungsverein Attersee



2

2010

Eine Fotografin und ein Architekt – beide in Attersee a. A. aufgewachsen und mittlerweile in Wels wohnhaft – überlegten wie man den Leerstand im Ort thematisieren könnte, um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu gewinnen. 2010 reichten sie ihre Idee als LEADER-Projekt (siehe Kapitel »Finanzierung«) ein: Die Fassaden der leerstehenden Einzelhandelsflächen an der engsten Stelle der durch den Ort verlaufenden B 151 sollten für einige Monate mit großformatigen Fotografien verhüllt

werden. Da für die Einreichung ein Verein Voraussetzung war, bot der Verschönerungsverein Attersee, dessen damaliger Obmann das Projekt sehr unterstützte, an, als offizieller Veranstalter zu fungieren, ohne sich jedoch in das Konzept einzumischen. Die Förderung wurde für drei Jahre bewilligt. Dadurch, dass die Initiatoren im Ort bekannt sind, bekamen sie rasch die Zusage von fünf Hausbesitzerinnen und -besitzern, ihre Fassaden drei Jahre lang nutzen zu dürfen.

2011

Im Sommer 2011 fand schließlich die erste Fotoausstellung der PERSPEKTIVEN statt. Ungefähr fünf Monate lang wurden die ehemaligen Schaufenster mit großformatigen Fotografien der Initiatorin verhüllt. Thematisch griffen die Sujets die Geschichte der Häuser auf, um den Diskurs über den wirtschaftlichen Verfall des Ortes anzuregen. Die Initiatorin bot zusätzlich Führungen durch die »Open-Air-Galerie« an.

2012

Die Schaufenster wurden im zweiten Jahr mit Fotografien³ des Experimentalfilmers und -fotografen Siegfried A. Fruhauf, der den geladenen Wettbewerb gewonnen hatte, verhüllt. Im Zuge eines Straßenfestes wurde erstmals auch der öffentliche Raum für einen Abend »besetzt«. Für die zweite Ausgabe der Fotoausstellung konnte ein kleines Atelier⁴ zur Nutzung gewonnen werden. Studienkolleginnen und -kollegen des Sohnes des Initiatorenpaares, der damals Industriedesign in Wien studierte, präsentierten ein bis drei Tage ihre Arbeiten. Außerdem boten zwei Designerinnen ihre Mode sehr erfolgreich zum Kauf an. Aufgrund des Zuspruches beschloss die Festivalintendanz, die reine Ausstellungsbespielung in Zukunft weiter als Festivalformat fortzuführen.

2013

Zwei ehemalige Geschäftslokale wurden mithilfe vieler Freiwilliger zu einem Design- und einem Kunstatelier umgebaut.⁵ Es gab erstmalig ein umfangreiches Programm mit Konzerten, einem Straßenfest sowie den Kunstimpulsen – ein wöchentliches Format mit unterschiedlichen Beiträgen aus dem Kunst- und Kulturbereich. Das Atelier, das 2012 bespielt wurde, hatte durch das Festival bereits eine dauerhafte

3 Haus Bauer, Fotoausstellung, Siegfried A. Fruhauf, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



4 Haus Huber-Punzet, Atelier, Artist-in-Residence-Programm, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



5 Haus Miglbauer, Umbauarbeiten Kunstatelier, PERSPEKTIVEN 2013 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



Mieterin gefunden. Die LEADER-Förderung endete nach dieser dritten Ausgabe. Auf der Suche nach finanzieller Unterstützung, wandte sich das Initiatorenpaar erstmalig offiziell an die Gemeinde. Unter der Bedingung, die jährlich in der Atterseehalle stattfindende Kunstausstellung mit dem Festival zu koppeln, wurde den PERSPEKTIVEN das gesamte Kulturbudget der Gemeinde zugesagt.

2014

Seit diesem Jahr erweitert die Atterseehalle⁶ den Aktionsradius des Festivals als Austragungsort für Ausstellungen sowie die Kunstimpulse. Die ehemals von der Gemeinde organisierte, jährliche Fotoausstellung wird seither mitkonzipiert. Der Fotohof Salzburg konnte als wichtiger Partner für das Format gewonnen werden.

2015

Das Design- und das Kunstatelier wurde im Rahmen des Atelierfrühlings⁷ erstmals auch außerhalb der Festivalzeit bespielt. KünstlerInnen und DesignerInnen präsentierten und verkauften ihre Arbeiten an den (verlängerten) Wochenenden. Durch das Netzwerk der Initiatoren konnte die Linzer Kunstuniversität für eine längerfristige Kooperation gewonnen werden. Die erste Fotoausstellung der Kunststudierenden fand im Dezember 2015 statt.

2016

Eine im Juni geschlossene Bank⁸ im Zentrum des Ortes wurde spontan als Festivalort aufgenommen und temporär zu einem Pop-Up-Shop und eine Kaffeebar umfunktioniert. Die PERSPEKTIVEN bieten mittlerweile ein Programm, das sich über das gesamte Jahr erstreckt.

6 Atterseehalle, Kunstimpulse, PERSPEKTIVEN 2014
© Lukas Maul



7 Haus Bauer, Designatelier, Atelierfrühling PERSPEKTIVEN 2015
© Lukas Maul



8 ehemalige Volksbank, Bankenrettung, PERSPEKTIVEN 2016
© Lukas Maul



Ziele

Die PERSPEKTIVEN begannen mit einer Fotoausstellung im öffentlichen Raum, um auf die leerstehenden Geschäftsflächen und den vorausgegangenen wirtschaftlichen Verfall entlang der durch das Ortszentrum führenden Bundesstraße aufmerksam zu machen.

Als im zweiten Jahr ein kleines Atelier sehr erfolgreich mit einem Artist-in-Residence-Programm bespielt wurde, erkannten die Initiatoren die Möglichkeiten, die ein Festivalformat bieten würde. Durch dies neu gewonnenen Perspektiven, wurden die Ziele abermalig definiert. Das Festival soll eine Plattform für junge Kunstschaffende, Kreativwirtschaft, Interessierte sowie Weggezogene, die den Kontakt zu ihrem Heimatort nicht abreißen lassen, schaffen, um die Diskussion und den Austausch untereinander wieder zu ermöglichen. Dank vieler junge Atterseerinnen und Atterseer, die teilweise in Linz oder Wien studierten, wird diese Plattform kontinuierlich erweitert und gepflegt.

Der Zielekatalog wurde im Laufe der prozessualen Entwicklung durch ein ständiges Ausloten der äußeren Einflussfaktoren erweitert. Der Blick auf »das Ganze«, also auf die mögliche zukünftige Entwicklung des Ortes, wurde immer konkreter.

Langfristig soll aus dem Festival eine fixe Einrichtung werden, die »Community« soll sich im Ort ansiedeln und der »Ausnahmestand« soll zum »Normalzustand« werden.

In weiterer Folge soll der Ort stärker mit der Region verbunden werden. Ein erster wichtiger Schritt in diese Richtung ist getan: Die Landesausstellung 2020 wird gemeinsam in den Gemeinden Mondsee, Attersee und Seewalchen a. A. ausgetragen. Die Bewerbung ging aus dem Kreis der PERSPEKTIVEN hervor.

Vielleicht lässt sich der Wunsch umsetzen, das raumpalnerische Umdenken der Gemeinde herbeizuführen und bisherige Planungsmethoden neu zu überdenken.

kurzfristige Ziele

Leerstand
thematisieren

Jungen Kunstschaffenden eine
Plattform bieten

Kommunikation &
Diskussion fördern

langfristige Ziele

Festival soll
wirtschaftlich werden

Festivalformat soll bis 2020
einer fixer Einrichtung weichen

Format soll langsam
wachsen

Vorbildcharakter für
andere Projekte haben

»Wir wollen diese Studenten unterstützen, indem wir ihnen eine Plattform bieten, um sich präsentieren zu können und dem Ort und der Region zeigen, welches Kapital wir haben.«

»Die große Idee ist immer, aus dem Trichter Nussdorf, Attersee, St. Georgen eine Stadt zu machen – mit Erholungsbereich, Industrie und kulturellem Zentrum. Das ist eine Vision, aber wenn man keine Visionen hat, entsteht nichts.«

9 B 151, Haus Plank-Ramsl und Haus Huber-Punzet (beide links), nach Osten schauend, Vernissage, PERSPEKTIVEN 2016
© Lukas Maul



Zielekatalog

Festivals sind ständig mit äußeren, nicht planbaren Faktoren konfrontiert und am Beispiel der PERSPEKTIVEN ist zu erkennen, dass die Zielsetzung daher im Laufe der Zeit verändert und angepasst werden (muss). Einfluss auf diesen Zielekatalog können z.B. positiv angenommene Handlungsformate nehmen, deren Erfolg vorab nicht abzuschätzen ist.

Das ursprüngliche Ziel der PERSPEKTIVEN war, den Leerstand im Ort durch eine Installation zu thematisieren. Nachdem das Artist-in-Residence-Programm im zweiten Jahr so viele positive Rückmeldungen im Ort bekommen hatte, reagierten die Initiatorin und der Initiator im nächsten Jahr darauf. Sie thematisierten den Leerstand nicht mehr nur durch ein Kunstprojekt, sondern zeigten Nutzungen von diesen Räumen auf, indem sie jungen Kunstschaffenden leerstehende Erdgeschoßlokale zur Verfügung stellten. Äußere Einflüsse bedingen ein ständiges Anpassen und Ausloten der Ziele, die sich durch die Erfahrung aus der Praxis ergeben. Mithilfe präziser Ausformulierungen von Intentionen können wiederum konkrete Umsetzungsschritte gesetzt werden, die teilweise auch zu Fokusverschiebungen führen können.

Finanzierung

Die Initiatorin und der Initiator vermieden in den ersten drei Jahren bewusst, Förderungen von der Gemeinde zu erhalten, um unabhängig zu bleiben. 2010 stellten sie deshalb einen Antrag auf ein LEADER-Projekt¹⁰, das für drei Jahre genehmigt wurde. So konnten bis 2013 ca. 65 % des Jahresbudgets gesichert werden. Die restlichen 35 % mussten privat finanziert werden, unter anderem durch eine Auftragsarbeit der Initiatorin.

Für das Ansuchen einer LEADER- Förderung war das Bestehen eines Vereins Bedingung. Da eine Gründung für das Initiatorenpaar nicht in Frage kam, bot der damalige Obmann des Verschönerungsvereines Attersee an, als offizieller Veranstalter aufzutreten. Im Zuge dessen übernahm er auch die Bürgschaft für einen Kredit über 50.000 Euro, der für das Festival aufgenommen werden musste. Förderungen werden immer nach dem Festivalende ausbezahlt, der Betrag musste somit privat durch einen Kreditrahmen bei der Bank vorfinanziert werden – Zinsen durften nicht in die Abrechnung aufgenommen werden.

Das LEADER-Projekte war für die Initiatorin sehr zeitintensiv – sowohl die Bewerbung als auch die Dokumentation und die Abrechnung betreffend. Kleine Formfehler, z.B. gab es eine Rechnung, die nur einmal und nicht zweimal unterschrieben war, wurden vom Land sofort mit der Bitte um Korrektur zurückgeschickt.

Bei den PERSPEKTIVEN ATTERSEE wurde 2012 außerdem eine umfangreiche Prüfung aller Unterlagen durchgeführt. Die Aufforderung zur Einsichtnahme der gesamten Dokumentation kam zwei Tage vor dem Termin und nahm den gesamten Tag in Anspruch. Sämtliche Gegenstände, die in der Abrechnung aufschienen, mussten vorhanden sein und wurden begutachtet.

Ab 2014 fiel die LEADER-Förderung weg und das Festivalteam wandte sich mit der Bitte um finanzielle Unterstützung an die Gemeinde. Unter der Bedingung, die jährlich im Ort stattfindende Kunstaussstellung als Teil

»Ich hatte damals einen Auftrag von einer großen Firma und arbeitete zwei Werke fotografisch auf. Die fehlenden 35 % sind dann also durch mein komplettes Honorar abgegolten worden.«

»Das ist ja ein Fass ohne Boden« hat eine Firma einmal wegen 1000 Euro zu mir gesagt.«

10 LEADER Förderung

»Leader (Liason entre Actions de Développement de l'Economie Rurale, »Verbindung von Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft) ist eine seit 1991 bestehende Gemeinschaftsinitiative der Europäischen Union. Gefördert werden innovative Strategien zur Entwicklung ausgesuchter ländlicher Regionen.

Ziel ist es, die ländlichen Regionen Europas auf dem Weg zu einer eigenständigen Entwicklung zu unterstützen sowie Kooperationen und Maßnahmen zur Stärkung und Entwicklung des ländlichen Lebensraums, der ländlichen Wirtschaft und der Lebensqualität zu fördern.«

<http://www.land-oberoesterreich.gv.at/158232.htm> (aufgerufen am 15.04.2017)

der PERSPEKTIVEN mitzuorganisieren, wurde das gesamte Kulturbudget der Gemeinde zugesagt. Da die Gemeinde förderte, wurde auch vom Land und vom Bund ein kleiner Betrag zugeschossen. Der Großteil war aber privat zu finanzieren.

Das Festival ist nach sechs Jahren noch immer nicht wirtschaftlich und kein Selbstläufer. Jährlich brechen Geldgeber weg und es bedarf einer konstanten, zeit-intensiven Suche nach neuen Sponsorinnen und Sponsoren. Ohne dem unentgeltlichen Engagement der vielen Akteurinnen und Akteure, wäre das Festival nicht durchführbar. Auch die am Programm teilnehmenden Kulturschaffenden arbeiten ehrenamtlich oder für sehr geringe Honorare.

»An einem Dienstag um 19.45 erhielt ich einen Anruf von einem Herren der LEADER-Prüfstelle. Er komme am Donnerstag um 10 Uhr nach Attersee um eine Prüfung durchzuführen. Ich fuhr also extra von Wels nach Attersee. Um 9 Uhr stand er bereits vor der Tür. Nachdem ich alle Ordner ins Wohnzimmer gestellt hatte, prüften wir den gesamten Tag. Jede Rechnung, jeden Vertrag, die großen Originalfotos, die Rahmen –alles wurde analysiert und begutachtet. Und was kam am Schluss raus? Ein Datenstick für 16 Euro, den ich für eine Präsentation beim Land verwendet hatte und dort in der Kulturabteilung ließ, wurde aus der Abrechnung genommen, weil ich ihn nicht mehr vorzeigen konnte. Für mich war das eine schöne Bestätigung, da ich alleine für die Förderung verantwortlich war. Diese Expertise habe ich auch von meinem früheren Beruf als Buchhalterin. Ich wurde dann immer wieder von der Kulturabteilung angerufen, ob ich nicht diesem und jenem Kulturverein bei der Abrechnung für die Förderung helfen kann. Diese komplexen Rahmenbedingungen führen zu massiven Problemen.«

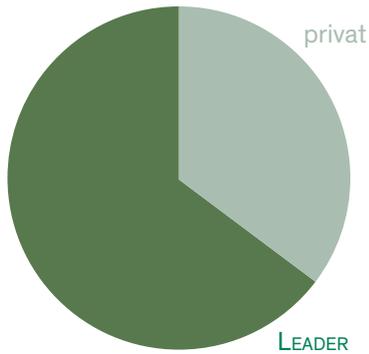


Gemeindeunterstützung

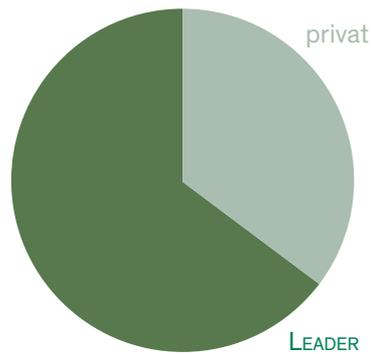
Die Gemeinde wurde in den ersten drei Jahren bewusst finanziell nicht involviert. Anschließend konnten sich beide Parteien auf eine gemeinsame Strategie, von der alle profitierten, einigen. Seither ist die jährliche im Ort stattfindende Kunstaussstellung Teil der PERSPEKTIVEN und wird vom Festivalteam mitkuratiert und -organisiert. Im Gegenzug erhält das Festival das gesamte Kulturbudget der Gemeinde. Somit zieht Attersee a. A. seinen Vorteil aus der Expertise der kulturell versierten Festivalorganisatoren und das Festival hat seither mit der Gemeinde eine wichtige Finanzgeberin und Unterstützerin.

Nicht immer ist es der Gemeinde jedoch möglich, den Großteil des oft nicht sehr hohen Kulturbudgets, das meist für lokale Vereine oder die Musikschule verwendet wird, einer Initiative wie die PERSPEKTIVEN zuzusagen. Die Unterstützung kann aber auch nicht-monetärer Art sein, z.B. durch das Bereitstellen von räumlichen Ressourcen, Netzwerken, Werbung oder Hilfe bei Förderungsansuchen.

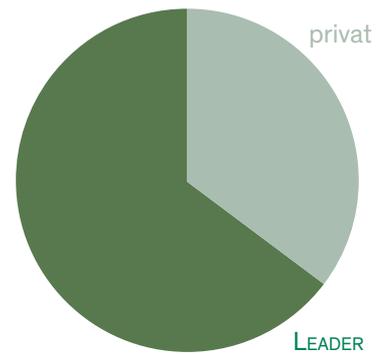
2011



2012



2013



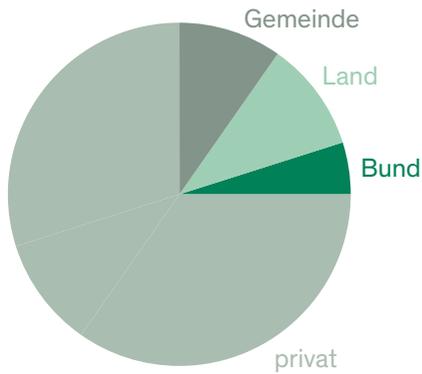
Leider konnten keine genauen Angaben über die prozentuelle Aufteilung der Finanzierungsgeber für die Jahre 2015 und 2016 in Erfahrung gebracht werden. Es ist aber anzunehmen, dass die Aufschlüsselung ähnlich dem Jahr 2014 und damit zum Großteil privat finanziert wird.



Finanzierung

Die PERSPEKTIVEN bezogen drei Jahre zwei Drittel der Finanzierung vom LEADER-Fördertopf, seit 2014 werden rund ein Viertel öffentlich beigesteuert, der Rest wird privat finanziert. Hinter dem Kulturfestival stecken also enorme private Leistungen und Gelder. Die Initiatorin steuerte sogar ein Honorar ihrer privaten Arbeit bei und alle Teammitglieder arbeiten ehrenamtlich. Trotz der geringen finanziellen Beteiligung an öffentlichen Institutionen bietet das Festival ein komplexes Programm und sorgt mittlerweile für eine ganzjährige Belegung des Ortes.

2014



2015



2016



Fördertöpfe

Förderungen bieten wichtige Finanzierungshilfen für kulturelle Initiativen an. Die Förderpolitik ist allerdings durchaus als ambivalent zu betrachten. Einerseits ist sie wichtige Finanzierungsquelle für die Festivals, andererseits entsteht eine gewisse Abhängigkeit und es gibt unterschiedliche Fördertöpfe von Bund und Land, die die Einreichungen von interdisziplinären Initiativen verkomplizieren. Die PERSPEKTIVEN haben sich anfänglich für eine LEADER-Förderung entschieden. Deren Abrechnung bedarf einer peniblen Dokumentation, die äußerst zeitintensiv ist und für die gewisse Vorkenntnisse in dem Bereich von Vorteil sind. Bei den PERSPEKTIVEN war der frühere Beruf der Initiatorin als Buchhalterin ein enormer Vorteil. Fehlen die dafür notwendigen Kompetenzen im Team oder im persönlichen Netzwerk, ist es vorteilhaft, professionelle Unterstützung zu suchen.

Hemmnisse

Budget

Die größten Hemmnisse lagen und liegen in der Suche nach Finanzgebern. Private Sponsorinnen und Sponsoren sind schwer für Projekte dieser Art zu gewinnen und jedes Jahr brechen, speziell auch ortsansässige, Unternehmen weg. Auch wenn die PERSPEKTIVEN seit 2014 den Großteil des Kulturbudgets der Gemeinde erhalten, reicht das nicht aus. Das Festival läuft nach sechs Jahren noch immer nicht wirtschaftlich und alle Mitglieder des Organisationsteams arbeiten ehrenamtlich in ihrer Freizeit für das Kulturfestival.

Zeitintensive Dokumentation für Förderung

Ein Weg, diesem Hemmnis zu einem Teil entgegenzuwirken, ist der, den die PERSPEKTIVEN gewählt haben: einen Antrag für eine LEADER-Förderung stellen. Diese Förderung ist allerdings zeitlich begrenzt – in diesem Fall auf drei Jahre – und zeitintensiv, da es einer ausführlichen Dokumentation aller Abrechnungen bedarf. Dies ermöglichte wiederum nur die Expertise und das unentgeltliche Engagement der Initiatorin.



Hemmnisse

Die Suche nach Finanzgebern ist seit Gründung der PERSPEKTIVEN der größte Hemmschuh und benötigt viel Zeit und »Bettelei« der Initiatorin. Auch hier liegt das Kapital des Festivals in den Netzwerken und dem Engagement des Teams, das diesem Umstand entgegenwirkt. Dieses arbeitet allerdings in ihrer Freizeit und unentgeltlich. Eine weitere Herausforderung stellte die LEADER-Förderung dar, die die Initiatorin mit komplexen und zeitintensiven Dokumentations- und Abrechnungsmechanismen konfrontierte.

»2012 nutzte die Modedesignerin Birgit Rampula das kleine Atelier. Sie nahm ein paar Dinge von ihrem Wiener Atelier mit und glaubte, mit ihrem Freund drei Wochen Urlaub in Attersee a. A. zu machen. Ihre Teile kamen aber so gut an, dass sie sofort wieder nach Wien fuhr und mit ihrem gesamten Atelierinhalt wieder zurückkam. Sie hat alles verkauft und hat mit ihrer Nähmaschine laufend nachgenäht. Das war für uns ein überzeugender Moment.«

Förderliche Faktoren

Bekanntheit der Initiatorinnen und Initiatoren im Ort

Förderlich ist die Bekanntheit der Festivalgründerinnen und -gründer im Ort. Sie finden dadurch einen rascheren Zugang zu der Hauseigentümerinnen und -eigentümern und verfügen über wertvolles Wissen über das soziale Gefüge, die Geschichte sowie leerstehenden Räumlichkeiten. Auch bei der Suche nach wichtigen Interessenspartnern, z.B. aus dem Gemeindeumfeld, helfen die Kontakte vor Ort.

Großes persönliches Netzwerk

Die Initiatoren stammen beide aus der Kreativwirtschaft und können aus einem großen persönlichen Netzwerk in der Kunst- und Kulturszene schöpfen. Da die wenigen finanziellen Mittel meist für Materialkosten, Equipment und Reisekosten ausgegeben werden müssen, bleibt wenig für die Auszahlung von Gagen übrig. Es ist deshalb sehr hilfreich, wenn sich Bekannte aus der Kulturszene für ein geringeres Honorar oder sogar unentgeltlich am Programm beteiligen. Außerdem generieren sie durch ihre eigenen Netzwerke wiederum ein neues Publikum und eventuell neue Akteurinnen und Akteure, die sich am Programm beteiligen.

Unterstützung des Verschönerungsvereines für die LEADER-Förderung

Ohne den Verschönerungsverein Attersee und dem damaligen Obmann wäre es nicht möglich gewesen, einen Antrag für die Förderung zu stellen. Zum einen war es nur Vereinen möglich, das zu tun, zum anderen wurden für die Vorfinanzierung eine Bürgschaft für einen Kreditrahmen benötigt. Beide Voraussetzungen konnten nur mithilfe des Verschönerungsvereines erfüllt werden.

Buchhalterische Expertise

Für die LEADER-Förderung war es positiv, dass die Initiatorin früher als Buchhalterin tätig war. Die Abrechnungen und die Dokumentation waren sehr zeitintensiv, da eine umfangreiche Kostenabrechnung verlangt wurde.



Förderliche Faktoren

Stammen die Festivalgründerinnen und -gründer aus dem Austragungsort, bringt das Vorteile mit sich. Sie besitzen meist Kenntnis über soziale Strukturen, nutzbare Ressourcen und Zuständigkeiten. Dadurch kann das Vertrauen zu den Eigentümerinnen und Eigentümern von leerstehenden Ressourcen schneller aufgebaut werden. Dementsprechend war es kein Problem, im ersten Jahr die Zusagen der angefragten Eigentümerinnen und Eigentümer für die Nutzung ihrer Fassaden zu bekommen.

Das größte Kapital der Festivalinitiatoren ist ihr soziales Netzwerk, das aufgrund ihrer Berufe zu einem großen Teil aus Akteurinnen und Akteuren der Kunst- und Kulturszene kommt. Dies ist ein weiterer förderlicher Faktor, um ein breites Programm mit wenig Budget aufbauen zu können. Der Erhalt der Fördersumme kann nur durch eine penible und zeitintensive Abrechnungsdokumentation gewährleistet werden. Bei den PERSPEKTIVEN war die Expertise dafür im Team vorhanden. Ist dies nicht der Fall, ist es hilfreich, diese außerhalb zu suchen.

materielle Struktur

räumliche Potenziale

leerstehende Räume

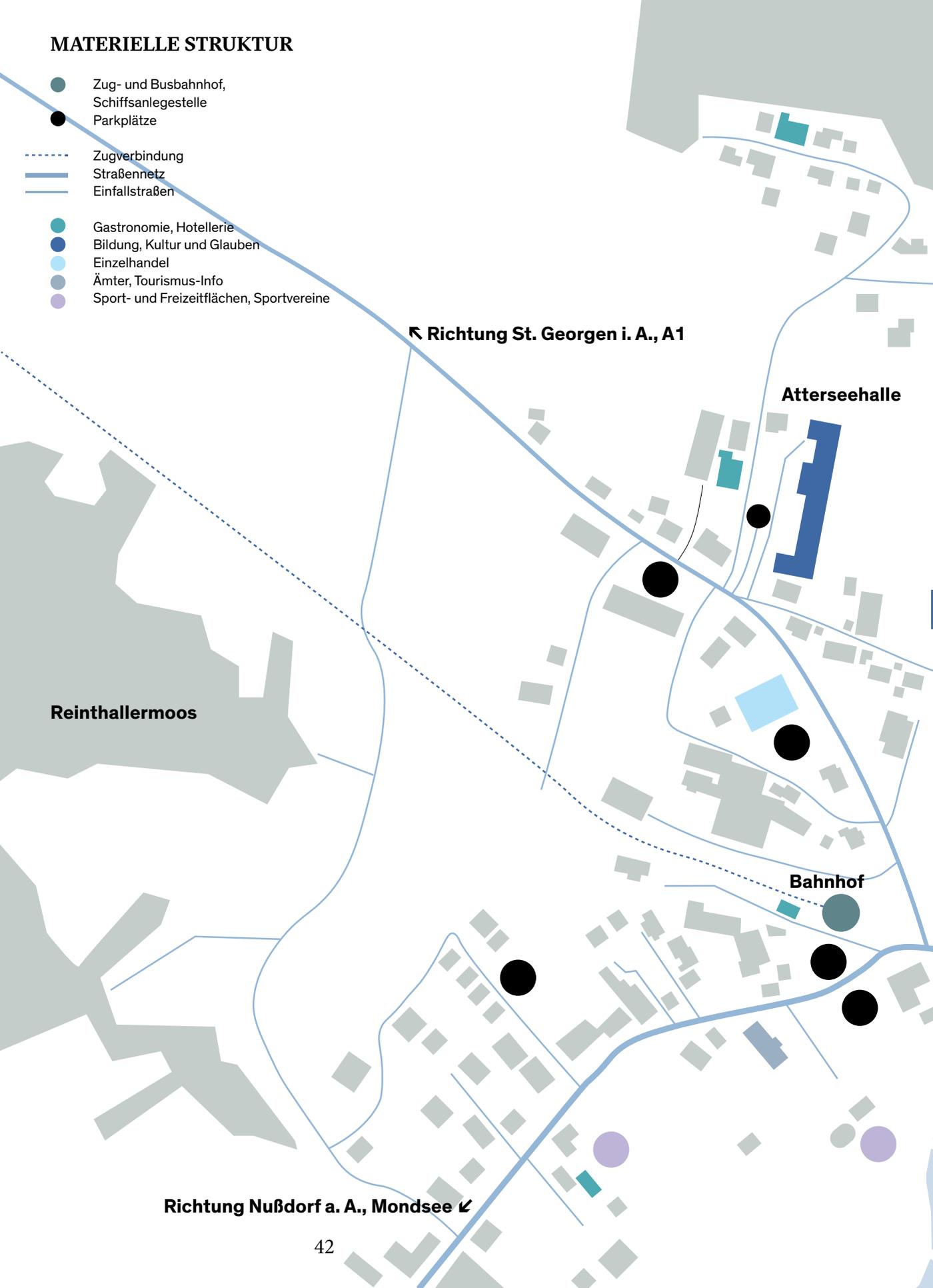
Rauminterventionen

Raumkooperationen

dynamische Raumnutzung

MATERIELLE STRUKTUR

- Zug- und Busbahnhof, Schiffsanlegestelle
- Parkplätze
- ⋯ Zugverbindung
- Straßennetz
- Einfallstraßen
- Gastronomie, Hotellerie
- Bildung, Kultur und Glauben
- Einzelhandel
- Ämter, Tourismus-Info
- Sport- und Freizeitflächen, Sportvereine



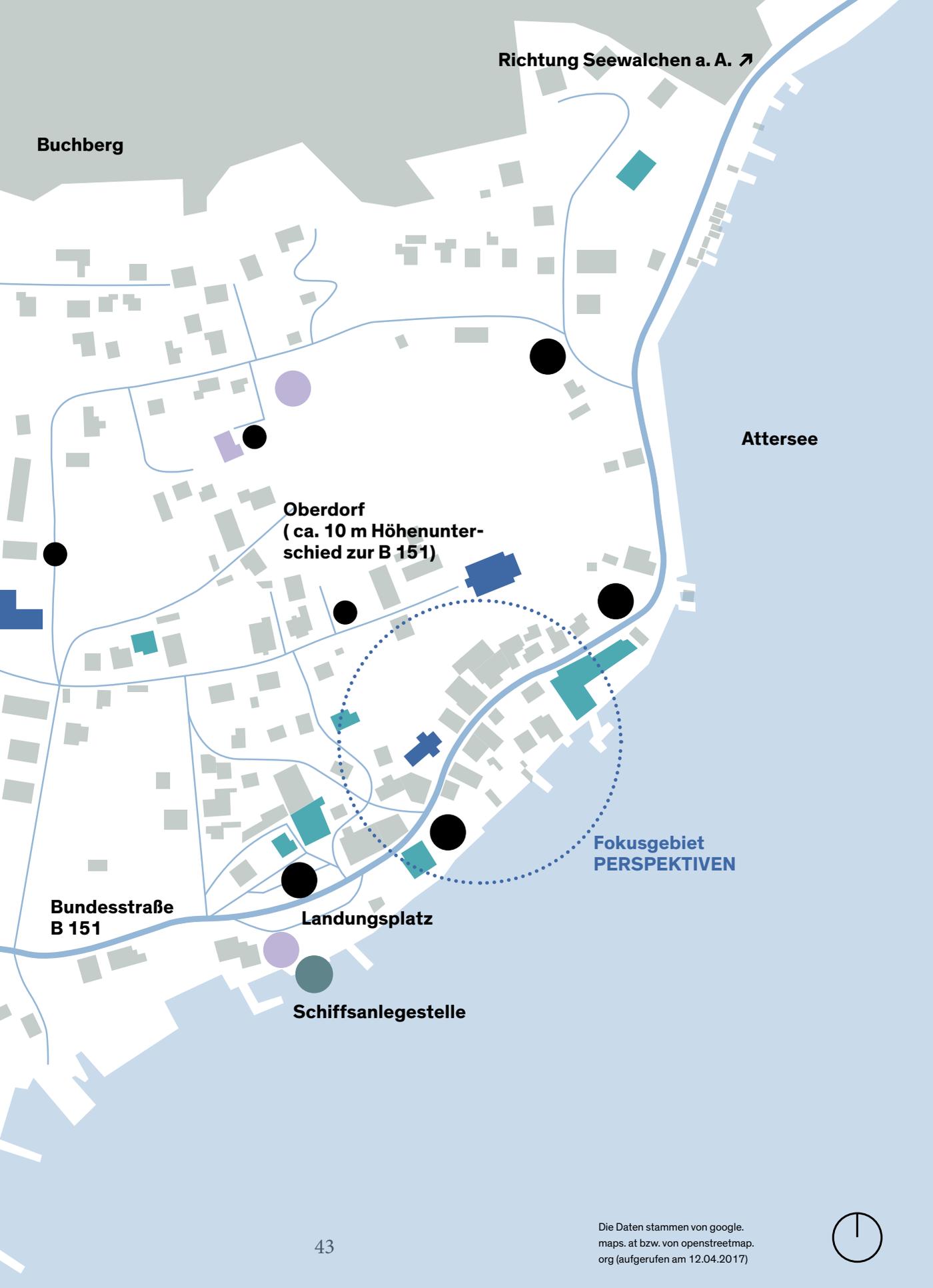
Richtung St. Georgen i. A., A1

Atterseehalle

Reinthallermoos

Bahnhof

Richtung Nußdorf a. A., Mondsee



Richtung Seewalchen a. A. ↗

Buchberg

Attersee

Oberdorf
(ca. 10 m Höhenunter-
schied zur B 151)

Fokusgebiet
PERSPEKTIVEN

Bundesstraße
B 151

Landungsplatz

Schiffsanlegestelle



Räumliche Potenziale

Bundesstraße B 151

Die B 151 verläuft entlang des Sees direkt durch das Zentrum des Ortes Attersee a. A. und prägt die materielle Struktur dementsprechend. Sie wurde nach 1945 ausgebaut und hat heute als Bundesstraße ein enormes Verkehrsaufkommen. Ca. zehn Häuser im Ortskern zwingen die Straße dazu, sich auf eine Spur zu verengen und so bleibt kaum Platz für einen Gehsteig.

In den Erdgeschoßzonen dieser Häuser waren bis zu den 1970-/1980er-Jahren großteils Einzelhandelsunternehmen, wie eine Fleischhauerei, eine Bäckerei oder ein Kaufhaus, untergebracht. Mit dem wirtschaftlichen Verfall des Ortes mussten auch diese Betriebe, die teils auf eine lange Geschichte zurückblickten, schließen. Die ehemaligen Geschäftsräumlichkeiten standen lange Zeit leer und tun dies partiell noch immer. Unter dem enormen Durchzugsverkehr und das damit verbundene Lärm- und Abgasaufkommen leiden die Bewohnerinnen und Bewohner maßgeblich. Teilweise haben diese sich von der Straßenseite weg orientiert und leben im gartenseitigen Bereich der Häuser.

Fokusgebiet

Das Gebiet an der engsten Stelle der Bundesstraße, an dem der Leerstand am deutlichsten zu bemerken ist, ist das Fokusgebiet der PERSPEKTIVEN. Fünf Hausbesitzer konnten 2011 überzeugt werden, ihre Erdgeschoß-Fassaden drei Jahre lang während des Festivals für großformatige Fotografien zur Verfügung zu stellen

Schon im zweiten Jahr konnte ein Raum für eine temporäre Nutzung gewonnen werden, dessen Bespielung aufgrund des Erfolges Auslöser für die weiteren räumlichen »Expansionen« war. Mittlerweile nutzen die PERSPEKTIVEN zwei Geschäftslokale sowie die Schau- fenster eines ehemaligen Kaufhauses ganzjährig, die allesamt im Fokusgebiet liegen.

Der Wunsch der Initiatorin und des Initiators, das enge Teilstückes der B 151 in eine Begegnungszone umzuwidmen, bleibt leider erfolglos, obwohl diese wichtige Impluse für den öffentlichen Raum bringen könnte. Aufgrund des Status als Bundesstraße ist ein Eingriff dieser Art

»Es gab immer eine Unzufriedenheit mit der Verkehrssituation des Ortes. Durch die Bundesstraße leidet die Aufenthaltsqualität enorm für die Bewohnerinnen und Bewohner. Auch die Bausubstanz der Häuser entlang der engsten Stelle des Straßendurchzugs wird immer schlechter. Durch den Autolärm und -verkehr sind die Häuser schwer zu bewohnen. Teilweise haben sich die Besitzer, die großteils noch in den Häusern wohnen deshalb auch von der Straße weg orientiert und auf die Straßenfront »vergessen.«

»Wir würden uns eine Begegnungszone im Bereich der Ateliers wünschen. Wegen der Bundesstraße ist das aber unmöglich.«

11 Bundesstraße B 151, Engstelle, Fokusgebiet Festival



rechtlich nicht möglich.

Zentrum

Die Bundesstraße führt auch durch das Zentrum von Attersee a. A., dem Landungsplatz, der mittlerweile als Parkplatz genutzt wird. Seit vielen Jahren liegen Pläne auf der Gemeinde, die daran etwas ändern sollen – bisher erfolglos. Derzeit gibt es allerdings im Zuge der Landesausstellung 2020 neue Umgestaltungspläne und Diskussionsrunden um den Landungsplatz wieder zu reaktivieren.

Auch infrastrukturell hat sich der Landungsplatz im Laufe der Jahre geändert. Früher hielt dort der Zug und stellte dadurch eine wichtige Verbindung zum Schiffsverkehr her. Die Gleise wurden allerdings rückgebaut, der Bahnhof verlegt und die Verbindung zwischen Zug und Schiff wurde damit erheblich erschwert. Es gibt derzeit allerdings auch hier wieder Überlegungen, diese beiden Verkehrsknotenpunkte zusammenzuführen.

Ober- und Unterdorf

Der Ort Attersee a. A. gliedert sich in ein Oberdorf sowie ein Unterdorf, in dem das Fokusgebiet des Festivals liegt. Die Differenz der beiden Bereiche liegt bei ca. 10–15 Höhenmetern. Derzeit gibt es zwar Verbindungswege, die allerdings mit einem beträchtlichen Umweg verbunden sind. Eine vertikale Verbindung zwischen den beiden »Orten« würde einen weiteren räumlichen Mehrwert geben. Dem geschichtsträchtigen Haus Bauer grenzen zwei ca. 50 m lange Tunnel an, die in den Kirchenhügel, auf dem das Oberdorf liegt, führen. Den Festivalinitiatoren schwebt hier ein Freilegen dieser räumlichen Potenziale vor, um eine Verbindung zwischen dem Engstück der B 151 und dem Kirchenplatz im Oberdorf zu schaffen.

Nutzung von räumlichen Ressourcen

Seit Beginn des Festivals wurden neun Gebäude sowie Teile der Bundesstraße bespielt. Teilweise handelt es sich dabei um leerstehende Objekte; aber auch Räume mit einer bestehenden Funktion, Fassaden und der öffentliche Raum wurden in das Raumprogramm integriert und ermöglichen dadurch eine andere Wahrnehmung der materiellen Struktur des Ortes.

Dieses »Aktivieren« und »Umcodieren« von Räumen kann wichtige Prozesse initiieren und andere Akteurinnen und Akteure motivieren, sich auf die Suche nach räumlichen

»Das Haus Bauer ist eine Bauruine, die aber sehr geschichtsträchtig ist. Ursprünglich war dort der Eiskeller der Brauerei Hager. Rechts neben dem Haus führen zwei Tunnel 50 m in den Kirchenhügel. Man könnte eine wunderschöne, vertikale Verbindung zwischen Unter- und Oberdorf herstellen.«

»Es gibt den sogenannten Landungsplatz. Das war früher ein wunderschöner Platz mit Kastanienbäumen. Dann wurde die Bundesstraße mitten durch den Ort gebaut und ein Parkplatz gemacht. Seit 20 Jahren liegen Pläne für die Neugestaltung des Dorfplatzes auf der Gemeinde.«

»Früher fuhr der Zug bis auf den Landungsplatz. Es gibt aber bereits die Überlegung, dass die Bahntrassen wieder in das Ortszentrum geführt werden. Man könnte dann wieder eine Verbindung mit den Schiffsverkehr herstellen.«

12 Haus Bauer links, Eingang Stollen mit Blick auf die Kirche im Oberdorf



Potenzialen zu machen oder ihre eigenen Räumlichkeiten zur Verfügung zu stellen.



Räumliche Potenziale aufspüren

Die räumlichen Potenziale des Austragungsortes beeinflussen situative Kulturfestival enorm. Sie sind Ausgangspunkt für Handlungsformate und prägen sie in ihrer Umsetzung. Nicht der Ist-Zustand des Ortes ist ausschlaggebend für den Erfolg der Festivals, sondern die vorgefundenen Ressourcen, Geschichten und Entwicklungsmöglichkeiten.

■ *»Dadurch, dass der beengte Teil der Hauptstraße nun ›gepflegter‹ ist, entsteht eine Kettenreaktion. Da und dort wird auf einmal gebaut oder saniert.«*

■ *»Die Hausbesitzer waren 2011 froh, dass endlich etwas passiert und sie nicht verantwortlich sind. Wir haben mit allen 3-Jahres-Verträge gemacht, in denen festgelegt war, dass alle Ein- und Aufbauten von uns wieder rückgebaut und die ursprünglichen Fassaden wieder hergestellt werden – die Sockelzonen wurden auch saniert und belassen.«*



B 151

Oberdorf + 10m

vertikale Verbindung
Unter- und Oberdorf

Begegnungszone

Landungsplatz wieder
als Ortskern nutzen
und sanieren

Ateliers

Zug bis ins Zent-
rum verlegen und
mit Schiffsverkehr
verbinden

Landungsplatz

Bahnhof

Schiffsanlegestelle

Leerstehende Räume

Haus Bauer

Die frühere Brauerei Hager besitzt zwei Stollen, die fast 50 m in den Kirchenberg ragen. Bis 1986 nutzten die Eigentümer diese Stollen für ihren Schlachtbetrieb, im Haupthaus war die Fleischhauerei untergebracht. Nach der Schließung stand der ehemalige Verkaufsraum leer. 2011 konnten die Besitzerin und der Besitzer für die PERSPEKTIVEN gewonnen werden. Die ersten beiden Jahre wurde die Fassade für die großformatigen Fotografien genutzt. 2013 bauten die Initiatoren mit der Hilfe des Studienfreundeskreises des Sohnes den ehemaligen Verkaufsraum für das neue PERSPEKTIVEN Design-Atelier um, das seither ganzjährig genutzt wird.

Haus Huber-Punzet

Neben dem Haus Bauer steht das Haus Huber-Punzet, dessen Eigentümer ebenfalls mit der Nutzung der Erdgeschoß-Fassade einverstanden waren. Zahlreiche Betriebe aus verschiedenen Branchen nutzten die Geschäftsräumlichkeiten im Laufe der Zeit. Das ehemalige Steinmetzhaus beherbergte bis 1950 eine Autowerkstätte, danach einen Achsenerzeugungsbetrieb. 1963 zog ein Gemüse- und Blumengeschäft ein, das 1988 schließen musste. Im Anschluss mieteten sich Gastronomiebetriebe ein, die Kaktus-Bar z.B. Seit 2005 standen die Räumlichkeiten leer. 2011 wurde die Erdgeschoßzone für die Fotoausstellung genutzt. Ein Jahr später fragten die Initiatorin an, ob sie das kleine Eck-Atelier im Haus, das frisch ausgemalt und mit einem guten Boden ausgestattet war, für ein paar Wochen nutzen durften. Aufgrund dieser Zwischennutzung wurde eine Malerin auf die Räume aufmerksam und mietet seither das gesamte Erdgeschoß.

Hof Huber-Punzet

Die Eigentümer schlossen Drei-Jahres-Verträge mit den PERSPEKTIVEN ab. Da sie ein Mietangebot für das Geschäft im Erdgeschoß hatten und dies annehmen wollten, boten sie dem Festival an, stattdessen im Jahr 2013 die Fachwerksgaragen im Hof zu nutzen, in deren dann die Kunstimpulse stattfanden. Seit 2014 werden die Garagen wieder privat genutzt.

Das Haus Bauer ist eine Bauruine, die aber sehr geschichtsträchtig ist. Ursprünglich war dort der Eiskeller der Brauerei Hager. Rechts neben dem Haus führen zwei Tunnel 50 m in den Kirchenhügel. Man könnte eine wunderschöne, vertikale Verbindung zwischen Unter- und Oberdorf herstellen. Bis Mitte der 1980er-Jahre wurden die Stollen dann als Schlachtereie genutzt. Man fuhr das Vieh mit den Lkws in die Tunnel, schlachtete, verarbeitete, kühlte es und verkaufte es anschließend in der Fleischhauerei im Haus. Dieses Geschäft war in ganz Oberösterreich bekannt und die Kunden mussten sich anstellen, um etwas zu bekommen. Trotzdem ging der Betrieb 1986 in Konkurs. Seither ist nichts mehr mit dem Erdgeschoß lokal passiert. Als Schaufensterdekoration wurden alte Sautröge genutzt, die aber nur das Regenwasser auffingen, das von der Terrasse durchrann. Das Haus ist mittlerweile nur noch bei Schönwetter im Sommer bewohnt. Hier mussten wir 2013 auch den größten Umbau machen – alles war sehr baufällig. Für die Fotoausstellungen 2011 und 2012 haben wir die Brüstung entfernt und eine OSB-Holzplattenverbau davor gesetzt. 2013 schnitten wir große Teile aus, um Eingänge für das Designatelier zu schaffen. Wir haben die Terrasse oben abgedichtet und dort einen Kiosk hineingebaut. Im hinteren Bereich gibt es jetzt Abstellflächen und zwei Umkleidekabinen für Modedesign.«



Leerstand finden und aktivieren

Attersee a. A. war früher ein blühender Ort, in dem es viel Einzelhandel gab. Entlang der durch den Ort führenden Bundesstraßen waren viele Betriebe angesiedelt – Bäckereien, Fleischhauereien, ein Kaufhaus. Durch die steigende Motorisierung und das veränderte Kaufverhalten, mussten immer mehr Betriebe schließen. Die leerstehenden Geschäfte charakterisieren nun den Ort, der Handel ist weitgehend verschwunden. Es gibt keine Aufzeichnungen über den Leerstand und bis 2011 wurde er auch nicht thematisiert. Erst durch die PERSPEKTIVEN gelang eine teilweise Aktivierung der Räumlichkeiten.

Die PERSPEKTIVEN finden primär entlang eines Teilstückes der durch den Ort führenden Bundesstraße statt. Hier ist der Leerstand am deutlichsten sichtbar und die Frequenz an Personen am höchsten. Die Initiatorin und der Initiator konnten aufgrund ihrer Atterseer Herkunft schnell einige Eigentümer von leerstehenden Erdgeschoßlokalen für das Projekt gewinnen. Wichtig war aber beiden Parteien, Verträge abzuschließen um klar zu regeln, wann das Nutzungsverhältnis endet und in welchem Zustand die Räumlichkeit wieder verlassen werden muss.

»Im Haus Huber-Punzet war ursprünglich eine Achsenfabrik untergebracht, bis 2005 dann für einige Jahre die Kaktus-Bar einzog. Anschließend waren die Rollos unten und die Fassade wurde durch den Autoverkehr immer schmutziger. Die Werkstätte und eine wunderschöne Fachwerksgarage gibt es noch. Letztere durften wir 2013 für die Kunstimpulse verwenden.«

»Im Haus Huber-Punzet gab es 2012 ein Geschäftslokal, das von außen zugänglich war. Es war ausgemauert und hatte einen Boden. Wir haben gefragt, ob wir es für das Programm nutzen dürfen.«

»Eine ortsansässige Malerin wurde durch das Festival auf den von uns 2012 genutzten Raum im Haus Huber-Punzet aufmerksam und ist sofort mit den Hausbesitzern in Kontakt getreten. Sie mietet also seit 2013 das gesamte Erdgeschoß als Atelier und Galerie.«

13 Haus Huber-Punzet, Atelier, Artist-in-Residence-Programm, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



Haus Miglbauer

Die ehemalige Gemischtwarenhandlung, die 1993 nach über 80 Jahren schließen musste, stand seither ebenfalls leer. 2011 bis 2016 wurde es von den PERSPEKTIVEN genutzt. Die ersten beiden Jahre diente die Fassade als Fläche für die Fotoausstellung. Anschließend wurde das ehemalige Geschäftslokal – wieder mit Unterstützung des privaten Netzwerks des Initiatorinnenpaares – baulich adaptiert, um es ganzjährig als Kunstatelier nutzen zu können.



Bauliche Adaptierung von Räumen

Ungenutzte Räumlichkeiten entsprechen oft nicht den Anforderungen für die geplante Programmatik. Soll der Bestand baulich an die Bedürfnisse angepasst werden, braucht es klare Regelungen mit den Eigentümern: Welche Eingriffe werden gemacht? Wie werden die Räume nach dem Ende des Nutzungsverhältnisses hinterlassen? Wer haftet bei Schäden? Ein Rechtsbeistand ist daher empfehlenswert. Ist dieser erste Schritt getan, gilt es wiederum das Netzwerk zu aktivieren, um die Umbauten bzw. Adaptierungen durchzuführen. Im Fall der PERSPEKTIVEN half vor allem der damalige Studenten-Freundeskreis des Sohnes, der auch Teil des Artist-in-Residence-Programmes war, bei diversen Umbauarbeiten. Anders wären diese finanziell nicht stemmbar gewesen. Hier zeigt sich erneut, dass das Kapital der situativen Festivals nicht monetärer Natur ist, sondern aus Engagement, Liebe zur Stadt, Kreativität und sozialem Netzwerk besteht. Durch das geringe Budget musste auch baulich viel improvisiert werden.

»Das fünfte Haus, das wir für unsere erste Fotoausstellung nutzen durften, war das Haus Miglbauer. Es steht sehr dicht an der Straße – an der engsten Stelle. Wenn der Schneepflug durchfährt, hat man den Dreck bis an der Decke.«

»Mittlerweile gibt es Überlegungen, das Haus Miglbauer zu sanieren und das Dachgeschoß auszubauen. Der junge Besitzer ist wieder in den Ort gezogen und an dem Verbleib des Kunstateliers trotz Umbaus sehr interessiert.«

14 Haus Miglbauer, 2010 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



15 Haus Miglbauer, Fotoausstellung, Edith Maul-Röder, PERSPEKTIVEN 2010 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



ehemalige Volksbank

Die ehemalige Volksbank am Landungsplatz schloss vor dem Sommer 2016. Das Festivalteam erfuhr von dem neuen Leerstand und konnte die Eigentümer überreden, die Räume für das Festival zur Verfügung zu stellen.

- Unter dem Projekt »Bankenrettung« adaptierte man die Filiale spontan an die Zwischennutzung. Die großformatigen Fotografien der Ausstellung von 2012 wurden zerschnitten, um sie als Raumtrenner zu nutzen und regionale DesignerInnen schlossen sich zusammen, um einen Pop-Up-Shop zu eröffnen. Zusätzlich gab es eine kleine Espresso-Bar, die Kaffee gegen freie Spende anbot.



Strukturelle Flexibilität

Die PERSPEKTIVEN zeigen, wie flexibel dieses Format sowohl in ihren räumlichen, aber auch in ihren programmatischen Strukturen ist. Beispiel dafür ist die ehemalige Volksbank im Ort, die vor dem Sommer 2016 schloss. Das Festivalteam erfuhr davon und fragte erfolgreich an, ob die Räumlichkeiten temporär genutzt werden können. Für das spontan ins Leben gerufene Projekt »Bankenrettung« konnten schnell Akteurinnen und Akteure aus dem persönlichen Netzwerk aktiviert werden, die sich zu einem Pop-Up-Shop formierten. Auch die Infrastruktur wurde mit vorhandenen Ressourcen improvisiert. So konnte für einen vorhandenen Raum ein Programm gefunden werden. Aber auch die umgekehrte Variante ist gängige Praxis. Für das geplante Artist-in-Residence-Programm war die Festivalinitiatorin 2012 auf der Suche nach einem geeigneten Raum und konnte die Eigentümer eines kleinen, leerstehenden Ateliers für das Projekt gewinnen. Durch die Flexibilität des Formates können äußere Umstände und Einflussfaktoren schnell und konstruktiv an die Ziele des Festivals angepasst werden.

16 ehem. Volksbank, Bankenrettung, Pop-Up-Shop, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul



17 ehem. Volksbank, Bankenrettung, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul





18



19



20



21



22



23



24

18 Haus Bauer, 2010 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

19 Haus Bauer, Designatelier, Vernissage,
PERSPEKTIVEN 2016 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

20 Haus Bauer, Designatelier, Lisi Gregor,
PERSPEKTIVEN 2015 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

22 Hof Huber-Punzet, Kunstimpulse,
PERSPEKTIVEN 2013 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

22–23 Haus Miglbauer, Kunstatelier, Umbau
Erdgeschoß 2013 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

24 Haus Miglbauer, Kunstatelier, Matthias
Göttfert, PERSPEKTIVEN 2013 © Lukas Maul

Rauminterventionen

Teilstück B 151

Die Bundesstraße B 151 verläuft mitten durch das Ortszentrum von Attersee a. A. Die meisten genutzten Räumlichkeiten sind entlang des schmalsten Teiles situiert. Für die Eröffnung sowie das Straßenfest wird ein Teilstück für den Verkehr gesperrt und so für andere Teilnehmer zugänglich gemacht. Der genutzte Bereich ist teilweise sehr schmal und nur einspurig. Dank der hohen Frequenz an durchfahrenden Autos konnte allerdings 2011 und 2012 mit der Fotoausstellung an den Fassaden eine hohe Aufmerksamkeitsdichte generiert werden.



»Störung« des Alltags

Um die subjektive Wahrnehmung von Durchreisenden, Gästen und Anwohnern auf eine bestimmte Thematik zu lenken, bedienten sich die PERSPEKTIVEN dem Instrument der »Störung«. Sie thematisierten den Leerstand dort, wo er räumlich am deutlichsten sichtbar und die Verkehrsfrequenz am höchsten war und veränderten das gewohnte Bild durch eine großflächige Arbeit. Die Schaufensterfassaden wurden zu einer Open-Air-Galerie umfunktioniert, die in den Alltag eingriff und den Ort mit einer neuen Bedeutung und Aufmerksamkeitsdichte aufladete. Das konnte durch diesen künstlerischen Impuls gezielter erreicht werden, als dies ein Vortrag getan hätte. Die vorbeifahrenden Personen wurden nicht vor die Entscheidung gestellt, die Galerie zu besuchen oder nicht, die Installation wurde in den Alltag integriert.

! ■
»Die Schaufensterfassaden des Hauses Baresch waren mit Relikten aus den 1970er-Jahren »gestaltet.«

! ■
»Beim Haus Baresch dürfen wir die Schaufenster für die Schauboxen nutzen. Wir hätten gerne das gesamte Erdgeschoß gehabt. Das wollten die Hausbesitzer aber nicht, da der Geschäftseingang gleichzeitig der Hauseingang ist. Wir hätten eine planerische Lösung gehabt – die Hausbesitzer waren davon aber nicht zu überzeugen. Wir hätten eine neue Eingangstüre gemacht. Wahrscheinlich wäre es eh zu teuer geworden.

! ■
Mittlerweile wären sie für den Umbau bereit, aber jetzt haben wir kein Geld mehr.«

! ■
»Wir haben mit sehr viel Engagement der jungen Studierenden, die 2012 Teil des Artist-in-Residence-Programmes waren und Freunden die Schauboxen im Haus Baresch gebaut. Alle mussten mithelfen, sonst hätten wir das nicht finanzieren können. Einen Teil musste zwar der Tischler machen, den Rest – zum Beispiel ausmalen, etc. – haben wir aber selbst gemacht.«



Öffentlicher Raum

Der öffentliche Raum ist ein Allgemeingut und oft durch Monofunktionalität, Einschränkungen und starre Regelungen charakterisiert. Die Straße ist von den Autos zu nutzen, der Fahrradstreifen von den Fahrrädern, der Spielplatz von den Kindern. Die PERSPEKTIVEN erweitern diese Raumerfahrungen, indem sie der materiellen Struktur durch sehr einfache Handlungsformate zusätzliche Funktionen überstülpen. Die Bundesstraße wird einen Abend lang gesperrt und entwickelt sich zum Spielplatz, zum Esstisch, zum Konzertsaal und zum Wohnzimmer. Diese Aneignung wird auf die Spitze getrieben, indem die Besucher aufgefordert werden, ihre persönlichen Sitzgelegenheiten von zuhause mitzunehmen. Dadurch wird dieser Raum mit einer ganz persönlichen Bedeutung aufgeladen, die jede Besucherin und jeden Besucher zu wichtigen improvisierenden Darstellern macht.

Anhand dieses Beispiels lässt sich erkennen, wie beweglich diese Räume eigentlich sind und welche Qualitäten sich aus neuen Nutzungen auftun können.

Haus Plank-Ramsl

Im 18. Jh. beherbergte das Haus eine Fleischhauerei, danach bis 1875 eine Greißlerei. Im selben Jahr zog eine Bäckerei ein, die in verschiedenen Besitzverhältnissen bis 1964 blieb. Anschließend stand das Geschäftslokal leer. 2011 stimmten die Eigentümer zu, dass die PERSPEKTIVEN drei Jahre lang die Geschäftsfassade für ihre Fotoausstellung nutzen können. Seit 2014 steht das Geschäft wieder leer.

Haus Baresch

1975 wurde das ehemalige Kaufhaus gebaut und war damals mit zwei Geschoßen einzigartig in der Region. 2004 musste es aufgrund der wirtschaftlichen Situation

im Ort schließen und steht seither leer. Die Erdgeschoßfassade konnte ab 2011 ebenfalls für die Freiraum-Galerie genutzt werden. 2013 fragte das Festivalteam bei der Eigentümerschaft an, ob das Geschäftslokal im Erdgeschoß für das Festival mitgenutzt werden könne. Da der Lokaleingang gleichzeitig der private Zugang zur Wohnung ist, überlegte sich das Festivalteam eine planerische Lösung, um diese beiden Eingänge zu trennen. Auch die Kosten wären von den PERSPEKTIVEN getragen worden. Die Eigentümer willigten jedoch nicht ein, sie boten allerdings ihre Schaufenster zur Nutzung an. Diese wurden dann – ein weiteres Mal mit unentgeltlicher Hilfe des persönlichen Netzwerks – zu »Schauboxen« umgebaut und sind somit seit 2014 Teil der PERSPEKTIVEN. Die Schauboxen dienen zum einen als Ausstellungsfläche für die Arbeiten der DesignerInnen, die gerade in den Ateliers arbeiten, zum anderen werden sie als erweiterte Galerie genutzt.



Langfristige Vermietung durch Zwischennutzung

Die PERSPEKTIVEN bespielten 2012 ein kleines, leerstehendes Atelier. Aufgrund der Zwischennutzung wurde eine ortsansässige Malerin auf die Räumlichkeiten aufmerksam und mietet das gesamte Erdgeschoß seither als Atelier und Galerie.

Eine ehemalige Fleischhauerei wurde 2013 vom Festivalteam baulich adaptiert und beherbergt seither das Designatelier, das ganzjährig genutzt wird.

Informelle Zwischennutzungen führen dazu, dass ungenutzte räumliche Ressourcen wieder wahrgenommen werden. So können andere Akteurinnen und Akteure aktiviert werden, diesen Räumen eine neue längerfristige Funktion zu geben. Es gibt aber auch Zwischennutzungen, die sich länger halten als ursprünglich geplant und ihren Standort so längerfristig programmatisch stimulieren.

25 B 151, Haus Miglbauer (links), Haus Huber-Punzet (rechts), Richtung Westen schauend, Vernissage, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

26 B 151, gegenüber Haus Bauer, Vernissage, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

27 Haus Plank-Ramsl, 2010 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

28 Haus Plank-Ramsl, Fotoausstellung, Siegfried A. Fruhauf, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

29 Haus Baresch, 2010 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

30 Haus Baresch, Umbauarbeiten Schauboxen, PERSPEKTIVEN 2013 © Lukas Maul



27



28



25



26



29

30



Raumkooperationen

Hotel Seegasthof Oberndorfer

Für eine Modenschau im Jahr 2013 konnte das im Fokusgebiet liegende Hotel als Austragungsort gewonnen werden.



Atterseehalle

Ursprünglich ein Betonwerk, kaufte die Gemeinde das Gebäude an, um Bauhof und Feuerwehr dort anzusiedeln. 1996 wurde es von den Architekten Luger & Maul zu einer Ausstellungshalle umgebaut. Bis 2013 veranstaltete die Gemeinde jährlich eine Sommerausstellung in der Sparte »Bildende Kunst«. Nachdem die Gemeinde die PERSPEKTIVEN darum gebeten hatten, diese Ausstellung im Rahmen des Festivals mitzuorganisieren und in das Programm aufzunehmen, ist die Atterseehalle seit 2014 Teil der PERSPEKTIVEN und Austragungsort für Ausstellungen und die Kunstimpulse.



Raumkooperationen

Die Beweglichkeit von Räumen lässt sich auch durch Raumkooperationen überprüfen. Diese Art der materiellen Nutzung ist enorm wichtig, um einerseits die vielfältigen Identitäten des Ortes zeigen zu können und andererseits, um Räume, die bereits vorhandene Funktionen haben, mit einer neuen Bedeutung aufzuladen. Die PERSPEKTIVEN ließen Konzerte in der evangelischen Kirche stattfinden und nutzte ein Hotel für eine Modenschau. Diese Räume können meist unentgeltlich genutzt werden und bringen für beide Seiten Vorteile, z.B. dass die Kooperationspartner durch das Festival eine zusätzliche Plattform erhalten oder sie sich dadurch stärker positionieren können.

31 Hotel Seegasthof Oberndorfer, Modenschau, PERSPEKTIVEN 2013 © Lukas Maul

32 Atterseehalle, Kunstimpulse, PERSPEKTIVEN 2015 © Lukas Maul

33 Atterseehalle, Ausstellung, Lena Göbel, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

34 Evangelische Martinskirche, Wohnzimmer unter Sternen, Schmusechor, PERSPEKTIVEN 2015 © Maximilian Meergraf

Evangelische Martinskirche

Da 2013 und 2015 das Wetter beim Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen« nicht mitspielte, suchte das Festivalteam nach einer Alternative für die Konzerte.

Die nahegelegene Evangelische Martinskirche bot an, diese bei ihnen zu veranstalten. Da die BesucherInnen so begeistert von den Konzerten in diesem Rahmen waren, fanden sie auch 2016 wieder dort statt.



32



31



33



34

Dynamische Raumnutzung

- 1 Haus Bauer
- 2 Haus Huber-Punzet
- 3 Haus Plank-Ramsl
- 4 Haus Miglbauer
- 5 Haus Baresch

2011

Im ersten Jahr konnten fünf Hausbesitzerinnen und -besitzer an der engsten Stelle der B 151 – dem Fokusgebiet der PERSPEKTIVEN – davon überzeugt werden, die Schaufenster der früheren Einzelhandelslokale im Erdgeschoß für eine Fotoausstellung zur Verfügung zu stellen.



- 1 Haus Bauer
- 2 Haus Huber-Punzet
Atelier Huber-Punzet
- 3 Haus Plank-Ramsl
- 4 Haus Miglbauer
- 5 Haus Baresch
- 6 Bundesstraße B 151

2012

Erstmals wurde mit einem kleinen Atelier im Haus Huber-Punzet neben den Fassaden auch ein Raum sehr erfolgreich genutzt und der Wechsel von einer reinen Ausstellung zum Format »Festival« bahnte sich an.

Auch ein Teil des öffentlichen Raumes wurde zum ersten Mal »besetzt« – wenn auch nur einen Abend lang. Der schmale Straßenzug wurde für den Autoverkehr gesperrt und für Besucherinnen und Besucher geöffnet. Das Fest »Wohnzimmer unter Sternen« lädt seither jedes Jahr ein, Sitzgelegenheiten mitzunehmen und sich auf der Straße einzurichten.



2013

Der im Vorjahr genutzte Raum war bereits vermietet, da eine Malerin durch das Festival auf ihn aufmerksam geworden war. Die Eigentümerschaft stellte als Ersatz allerdings ihre Hofgaragen, einen Fachwerksbau, zur Verfügung. Dort wurden die Kunstimpulse veranstaltet.

Die Eigentümer von Haus Bauer und Miglbauer stimmten einer Nutzung ihrer ehemaligen Erdgeschoßlokale zu. Diese wurden durch die Mithilfe von Freunden und Bekannten baulich adaptiert und werden seither als Kunst- und Designatelier genutzt. Im Haus Baresch wurden die Schaufenster zu »Schauboxen« umgebaut, die, wie auch die Auslage des Hauses Plank-Ramsl, als erweiterter Galeriebereich dienen.

Aufgrund von Schlechtwetter suchte das Festival eine Ausweichlocation für die Konzerte des Straßenfestes. Die Evangelische Martinskirche stellte daraufhin die Kirche zur Verfügung.

Außerdem gab es eine Modenschau im Hotel Seegasthof Oberndorfer, deren Eigentümer als Kooperationspartner fungierten.

- 1 Haus Bauer
- 2 Haus Huber-Punzet
- 3 Haus Plank-Ramsl
- 4 Haus Miglbauer
- 5 Haus Baresch
- 6 Bundesstraße B 151
- 7 Hotel Seegasthof Oberndorfer
- 8 Hof Huber-Punzet
- 9 Evangelische Martinskirche



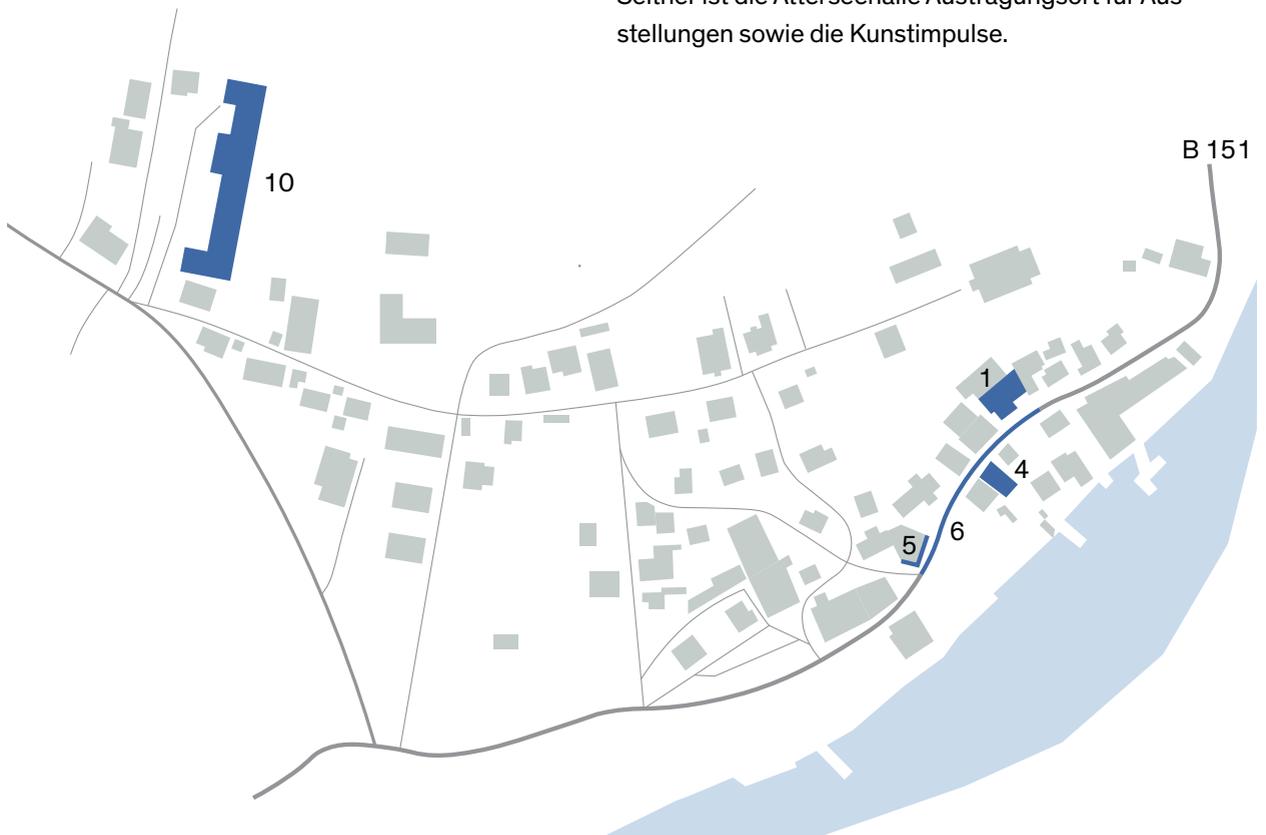
- 1 Haus Bauer
- 4 Haus Miglbauer
- 5 Haus Baresch
- 6 Bundesstraße B 151
- 10 Atterseehalle

2014

Im Jahr 2013 endeten die Verträge mit allen Hauseigentümerinnen und -eigentümern und es musste neu verhandelt werden. Das Haus Huber-Punzet fiel daraufhin weg, da die Erdgeschoßfläche nach der Nutzung durch die PERSPEKTIVEN längerfristig an eine Mieterin vergeben werden konnte. Die Eigentümerschaft des Hauses Plank-Ramsl beendeten das Nutzungsrecht aus persönlichen Gründen. Das Designatelier im Haus Bauer, das Kunstatelier im Haus Miglbauer sowie die Schauboxen im Haus Baresch konnten weiterhin für das Projekt gewonnen werden.



Die Atterseehalle, die abseits des Fokusgebietes der PERSPEKTIVEN liegt, wurde auf Wunsch der Gemeinde in das Raumprogramm des Festivals aufgenommen. Nachdem die LEADER-Förderung 2013 ausgelaufen war, mussten die Initiatoren bei der Gemeinde um einen finanziellen Zuschuss anfragen. Mit der Bedingung, die jährlich im Sommer in der Atterseehalle stattfindende Kunstausstellung als Teil des Festivals zu kuratieren und organisieren, wurde das gesamte Kulturbudget des Ortes dem Projekt PERSPEKTIVEN zugesagt. Seither ist die Atterseehalle Austragungsort für Ausstellungen sowie die Kunstimpulse.



2015

In diesem Jahr wurden die Konzerte des Straßenfestes wegen Schlechtwetters wieder in der Evangelischen Martinskirche ausgetragen.

Das Design- und das Kunstatelier sowie die Schauboxen wurden erstmals auch außerhalb des Festivals im Rahmen des Atelierfrühlings sowie für eine Kooperation mit der Kunstuniversität Linz bespielt.

Die Bundesstraße war wieder Austragungsort der Vernissage sowie des Straßenfestes und in der Atterseehalle fanden die Kunstimpulse sowie Ausstellungen statt.

- 1 Haus Bauer
- 4 Haus Miglbauer
- 5 Haus Baresch
- 6 Bundesstraße B 151
- 9 Evangelische Martinskirche
- 10 Atterseehalle

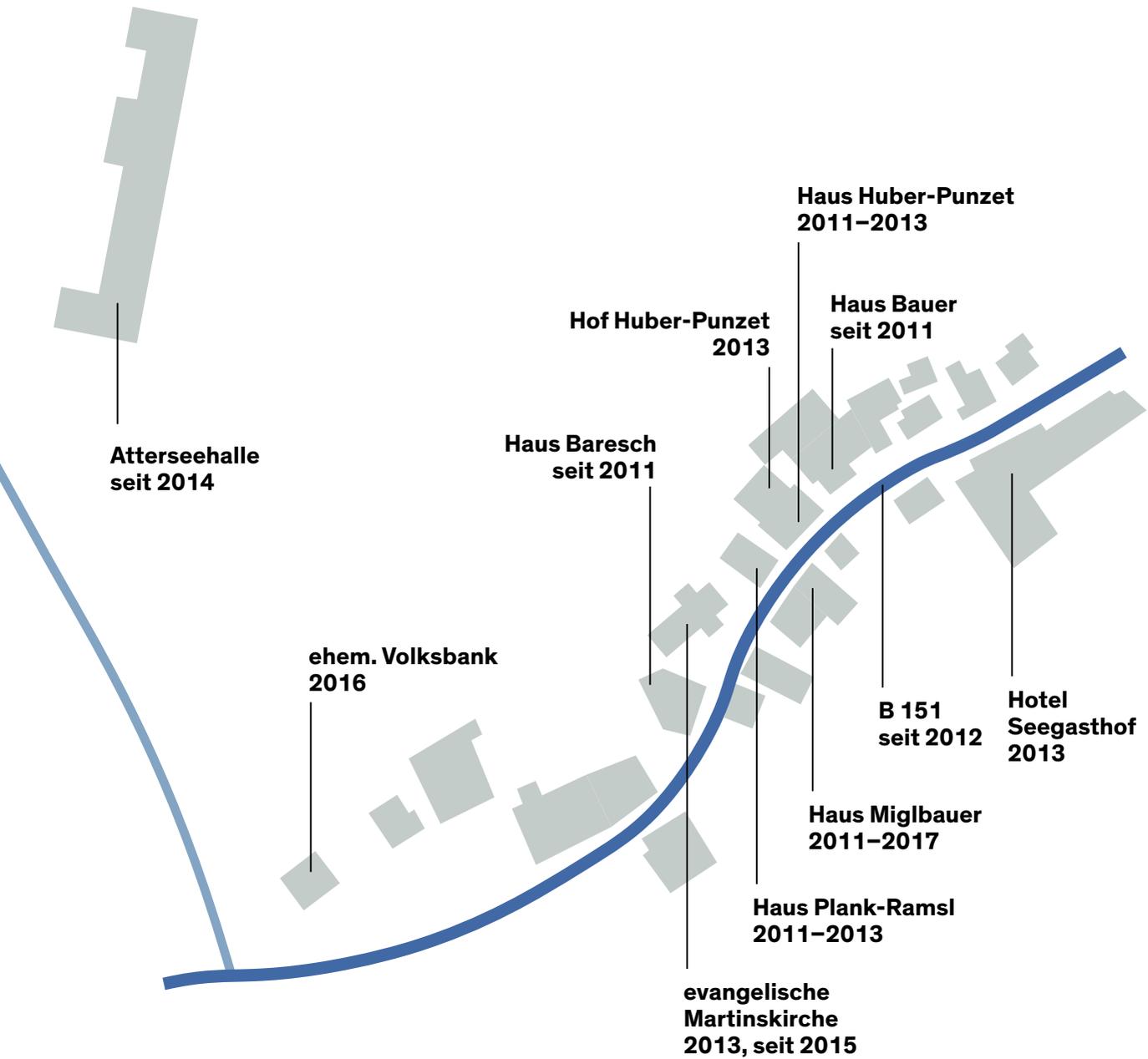


- 1 Haus Bauer
- 4 Haus Miglbauer
- 5 Haus Baresch
- 6 Bundesstraße B 151
- 9 Evangelische Martinskirche
- 10 Atterseehalle
- 11 ehem. Volksbank

2016

Im Frühjahr wurde die Volksbank, das lokale Geldinstitut, geschlossen. Diesen fortschreitenden wirtschaftlichen Verfall des Ortes sowie den wachsenden Leerstand thematisierten die PERSPEKTIVEN mit ihrem spontan ins Leben gerufenen Projekt »Bankrenrettung«. Das Organisationsteam konnte die Räumlichkeiten temporär für das Festival gewinnen und adaptierten das Erdgeschoß spontan an ihre Bedürfnisse – ein Pop-Up-Shop mit den Werken lokaler KünstlerInnen sowie einer Kaffeebar wurden für die Dauer des Festivals eingerichtet.





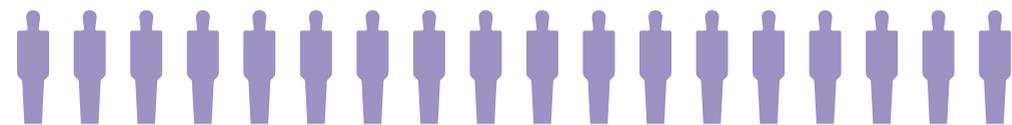
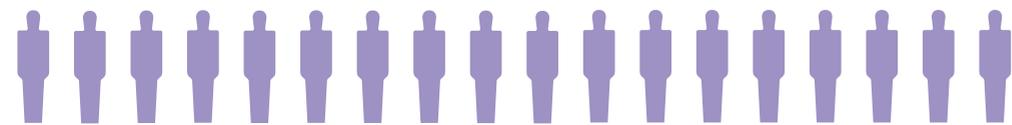
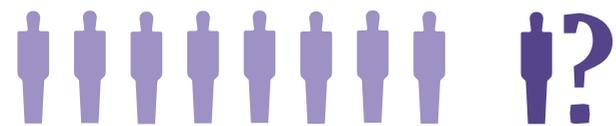
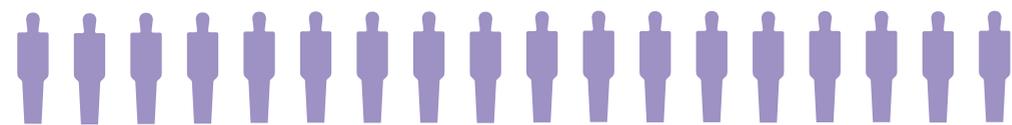
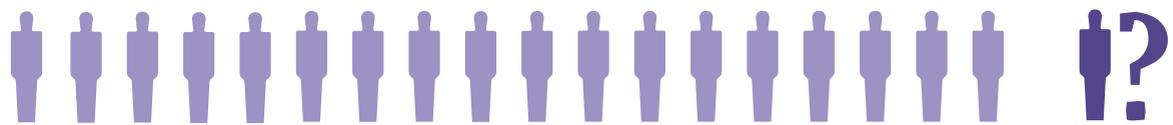
AKTEURSSTRUKTUR

Taktiker

Kulturarbeiter

Kulturbürger





Taktikerinnen und Taktiker

Um auf gesellschaftliche und strukturelle Transformationsprozesse kurzfristig reagieren zu können, ist es wichtig, »taktisch und nicht strategisch vorzugehen«. So können durch die Verwendung richtiger Werkzeuge die richtigen Impulse gelingen.³⁵ Dies tun im Falle der PERSPEKTIVEN primär die Initiatoren, die versuchen, mit den vorhandenen räumlichen, zeitlichen und humanen Ressourcen und Gegebenheiten gewisse Ziele zu erreichen.

Initiatorin und Initiator

Das Festival wurde 2011 privat von zwei gebürtigen Atterseern aus der Kreativwirtschaft gegründet – einer Fotografin und einem Architekten. Beide wuchsen im Ort auf, wohnen seit vielen Jahren hauptsächlich in Wels, sind aber im Sommer einen Großteil der Zeit in Attersee a. A. und daher sehr gut im Ort integriert.

Der Obmann des Heimatvereins, bei dem auch der Initiator Mitglied ist, bat die Fotografin mehrmals, ihre Arbeiten in der kleinen Galerie im Ort auszustellen. Diese lehnte immer wieder ab. Parallel war die Verkehrssituation in Attersee a. A. immer wieder Gesprächsstoff bei der Initiatorin und dem Initiator und die Unzufriedenheit wuchs. Oft wurde überlegt, wie die Zustände im Ort verändert werden können. Es bräuchte eine großflächige Arbeit, die aktiviert und wachrüttelt, die diesen Impuls aber danach in eine positive Richtung lenkt, aus dem etwas Längerfristiges im Ort entstehen kann. Ein weiteres Gespräch zwischen dem damaligen Kulturreferenten und dem Initiator war dann Auslöser dafür, das Konzept »PERSPEKTIVEN« aktiv zu entwickeln.

Die Söhne des Initiatorenpaars sind ebenfalls in der Kreativwirtschaft tätig und trugen durch ihren Freundeskreis dazu bei, dass das Format Festival durch ein Artist-in-Residence-Programm 2012 aus der ursprünglich reinen Fotoausstellung im öffentlichen Raum entstanden ist. Ein Sohn ist außerdem Teil des Organisationsteams und bringt seine berufliche Expertise ebenfalls ein. Durch die Berufe und das persönliche Umfeld der Initiatorin und des Initiators steht ihnen ein komplexes Netzwerk zur Verfügung, das sehr wichtig für solche Handlungsformate ist.

»Ich benötigte Hilfe, weil mir bewusst wurde, dass die Organisation allein nicht mehr bewältigbar war. Die LEADER-Förderung war z.B. ein irrer Aufwand. Alles musste bis in kleinste Detail dokumentiert, abgerechnet und belegt werden. Man musste mit allen Verträge machen und immer Gegenofferte einholen. Das ist ein Wahnsinn – und ein Full-Time-Job. Wenn ich gewusst hätte, was auf mich zukommt, hätte ich das nie gemacht. Ich hätte mich schlichtweg nicht getraut.«

»Wir haben aufgrund des Freundeskreises von unserem älteren Sohn und dessen Industriedesign-Studium an der Universität für angewandte Kunst festgestellt, dass sehr viele Atterseer Kunst studieren, sowohl in Linz als auch in Wien. Diese Studenten wollten wir unterstützen indem wir ihnen eine Plattform bieten, um sich präsentieren zu können und dem Ort und der Region zu zeigen, welches Kapital wir haben. Wir haben diese Leute 2012 eingeladen, an unserem Programm teilzunehmen. Das war eigentlich der Startschuss für das Festival. Wir haben also mehr oder weniger den Freundeskreis von unserem Sohn nach Attersee geholt, ganz unkonventionell.«

³⁵ Haydn, Florian und Temel, Robert (Hsg.), 2006. Temporäre Räume: Konzepte zur Stadtnutzung. Basel: Birkhäuser – Verlag für Architektur. S.61

Zusätzlich fuhr die Initiatorin auf Messen um interessante DesignerInnen für das Festival zu finden.

Derartige Veranstaltungsformate sind zu 100 % von ihren Initiatoren und deren Netzwerken abhängig und würden ohne deren ehrenamtliches Engagement und Durchhaltevermögen nicht entstehen beziehungsweise bestehen können. Die Kernpersonen der PERSPEKTIVEN bewarben sich auch für den Austragungsort der Landesausstellung 2020 bewarben. Erfolgreich – sie wird in der Pfahlbau-region Attersee-Mondsee-Seewalchen stattfinden. Im Zuge dessen wurde ein Prozess für die Umgestaltung des Landesplatzes initiiert.

Die Motivationsgründe der Initiatorin und des Initiators sind vielschichtig und gehen über den reinen »Idealismus«, der natürlich eine große Rolle spielt, hinaus. Die Initiatoren wollen ihre Lebensumgebung aktiv mitgestalten und sich einbringen. Sie profitieren selbst vom Kennenlernen neuer Akteurinnen und Akteure und forcieren den gegenseitigen Austausch. Ihre Kinder sind sicher auch ein Grund dafür, dass ein wichtiges Ziel der PERSPEKTIVEN in der Förderung von jungen Kunstschaffenden aus der Region – also dem nicht-monetären Kapital – liegt. Und ja, ein Motivationsgrund ist auch »dass was los ist«.



Auslöser

Auslöser für Initiativen wie die PERSPEKTIVEN sind oft Mangelsituationen, wie in diesem Fall die Verkehrssituation und der Leerstand, die die Eigenverantwortung privater Personen hervorrufen, um diese sozialen, strukturellen oder politischen Probleme zu thematisieren. Ziel ist, andere Akteure zu aktivieren und einzubinden. Der Auslöser für die Initiierung von weiterführenden Ortsentwicklungsprozessen oder z.B. die Bewerbung als Austragungsort für eine Landesausstellung entsteht meist in weiterer Folge durch gemeinsame Gespräche von Interessengruppen.



Private Initiatorinnen und Initiatoren

Die privaten Initiatoren der PERSPEKTIVEN wollen sich aktiv an der Entwicklung des Orts beteiligen und Diskussionen anregen, da sie unzufrieden mit der vorherrschenden Situation sind. Sie haben die nötige Liebe zum Ort und können die dortige Situation aus einem anderen Blickwinkel wahrnehmen, da sie nur teilweise in Attersee a. A. wohnen. Durch ihre berufliche Expertise im Bereich Architektur sind sie für die Themen Ortsentwicklung anders sensibilisiert und die Gemeinde kann von deren Input enorm profitieren – meist unentgeltlich.

Sie gehen taktisch, nicht strategisch vor und können so schnell auf neue Situationen reagieren.

Mit den vorhandenen räumlichen, zeitlichen und humanen Ressourcen und Gegebenheiten versuchen sie unter Einbeziehung ihres sozialen Netzwerkes und ihrer Kompetenzen gewisse Ziele zu erreichen. Freie Initiativen wie die PERSPEKTIVEN wären ohne das ehrenamtliche Engagement des Organisationsteams nicht durchführbar. Dank der Initiatorin und dem Initiator wurden auch andere Akteurinnen und Akteure aus der Gemeinde aktiviert, um sich erfolgreich für die Landesausstellung 2020 zu bewerben, die neue Impulse für den Ort bringen wird.

»Das ist dann die Belohnung dafür – wenn sie auch nicht monetär ist. Dieser Input und diese Freude am Tun ist für mich der Lohn. Das finde ich sehr schön und bereichernd. Man investiert zwar eine Menge Zeit, es kommt aber auch sehr viel zurück. Es ist so eine positive Stimmung, auch wenn man sich zu Beginn nicht kennt. Es entsteht so viel. Matthias ist vor einem Jahr wieder hergezogen und arbeitet hier. Anton auch. Dafür waren die PERSPEKTIVEN schon auch Impuls.«

»Das ist meine Art der Sozialhilfe, die ich für die Gesellschaft leiste. Andere engagieren sich bei der Caritas, in der Pfarre oder im Musikverein.«

Gemeinde

2010 hatten die Initiatoren mit dem damaligen Kulturreferenten einen wichtigen Unterstützer ihres Projektes in der Gemeinde. Generell steht die Gemeinde hinter dem Projekt. Seit 2014 bekommen die PERSPEKTIVEN das gesamte Kulturbudget unter der Bedingung, die bis dahin von der Gemeinde ausgerichtete Sommerausstellung mitzuorganisieren. Bezüglich Programm oder Auswahl der Kunstschaffenden gab es nie Einmischungen seitens der Gemeinde.



Haltung der Gemeinde

Eine gute Zusammenarbeit mit der Gemeinde, die bisher bei den PERSPEKTIVEN als solche bezeichnet werden kann, ist dann möglich, wenn alle Akteurinnen und Akteure eine ähnliche Haltung vertreten und Unterstützerinnen und Unterstützer unter der politischen Entscheidungsträgerschaft zu finden sind, im Gemeinderat etwa. Die Wertschätzung des Projektes wurde auch durch die Eingliederung der ehemals von der Gemeinde organisierten Sommerausstellung in das Festivalprogramm deutlich. Diese wird seither von den PERSPEKTIVEN erfolgreich mitkuratiert. Auch die Bewerbung für die Landesausstellung ging von den PERSPEKTIVEN aus und wurde in Zusammenarbeit mit der Gemeinde erfolgreich durchgezogen. Ziehen alle Akteurinnen und Akteure am selben Strang, können die Kräfte gebündelt werden. Dies kann bei Veranstaltungen wie den PERSPEKTIVEN geprobt werden, um die Kompetenzen und Erfahrungen dann während des Jahres in Richtung langfristigen Entwicklungsplan zu lenken.

Verschönerungsverein Attersee

Um für die LEADER-Förderung einreichen zu können, wurde ein Verein vorausgesetzt, den die Initiatoren nicht hatten. So bot der Verschönerungsverein Attersee, also der Tourismusverein, an, diese Lücke zu füllen und gleichzeitig auch die Haftung zu übernehmen. Der damalige Obmann unterstützte schon im Vorfeld das Projekt. Der Verein ist seither offizieller Veranstalter der PERSPEKTIVEN und diese wiederum waren die ersten drei Jahre somit auch nur bedingt unabhängig von der Gemeinde. Unterstützung bekommen die Organisatoren des Festivals vom Tourismusverein allerdings nur in Form von Pressemitteilungen, die an die APA weitergeleitet werden.



Planerische Expertise

Für ein Haus, in dem Wohn- und Geschäftsbereich nur durch einen einzigen Eingang zugänglich sind, erarbeitete das Festivalteam gemeinsam mit dem Initiator, ein Architekt, eine planerische Lösung für die Teilung der beiden Zugänge. Ziel war, das Geschäftslokal für das Festival nutzbar zu machen. Auch der Umbau wäre vom Festivalbudget bezahlt worden. Bei diesem Beispiel ist ersichtlich, welche enormen unentgeltlichen Arbeitsleistungen und Kompetenzen in das Festival fließen. Die Eigentümer lehnten den Vorschlag 2013 allerdings ab. Mittlerweile wären sie dazu bereit, nun fehlt dem Festival das Geld.

Die PERSPEKTIVEN haben den Vorteil, nicht nur einen Architekten im Team zu haben, sondern auch Akteurinnen und Akteure aus dem Industriedesignbereich, die bei Planungs- und Umbauarbeiten wie das beim Haus Bauer oder Baresch der Fall war, ihre Expertise und ihr Engagement einbringen.

Kulturarbeiter und -arbeiter

Kulturarbeiterinnen und -arbeiter engagieren sich aktiv als Teil des Organisationsteams oder des Programmes. Ihr Netzwerk ist anfangs vom Gründungsteam und deren Aktivierungserfolg abhängig und erweitert sich im Laufe der Zeit durch die steigende Bekanntheit, durch Open-Calls sowie durch das Andocken an neue Netzwerke.

Organisatorinnen und Organisatoren

Nach den ersten beiden Jahren, in denen die Initiatorin und der Initiator alle Aufgaben alleine bewältigt hatten, kam 2013 die erste unterstützende Person in das Team. Da das Festival immer größere Dimensionen annahm, war die Arbeit aber trotzdem nicht mehr zu bewältigen. Ab 2014 wurde das Organisationsteam immer größer und umfasste immer Akteurinnen und Akteure, die aus der Umgebung stammen und sich davor auch schon als Kulturschaffende am Festivalprogramm beteiligten. Motivationsgründe für diese ehrenamtliche Tätigkeit liegen im Austausch mit Akteuren aus einem ähnlichen Tätigkeitsfeld, die für Freizeit- und Arbeitsleben wichtigen Input geben können sowie dem Kennenlernen eines neuen Netzwerkes, an das angedockt werden kann. Durch das vielfältige Programm wird eine Belebung des Ortes erhofft, von dem die Organisatoren auch selbst in ihrer Freizeit profitieren.

Würde man die Arbeitsleistung des Organisateurenteams in ein Angestelltenverhältnis umwandeln, könnten ca. 1,5 Vollzeitstellen das ganze Jahr über besetzt werden. Alle beteiligten Personen vom Organisationsteam engagieren sich unentgeltlich in ihrer Freizeit für das Festival.

»Man kann sich durch die PERSPEKTIVEN gleich ein großes Netzwerk schaffen, das einem sehr viel ermöglicht. Man spricht mit jemandem und erfährt, was das Gegenüber macht und wen es kennt. Es erleichtert einem sehr viel, da sich alle im Netzwerk gegenseitig helfen.« (A. Norz)

»Ich hab 2014 im Kunstatelier ausgestellt und gemerkt, dass mir das persönlich sehr viel bringt. So ein Projekt unterstütze ich somit gern mit Zeit und Aufwand. Man kann sich eben auch selbst damit bereichern – es ist keine reine ›Good Will‹-Aktion.« (Anna Norz, Organisationsteam)

36 Besprechung, Organisationsteam, 2016 © Lukas Maul





Arbeitsstellen schaffen

Würde man die Arbeitsleistung des Organisationsteams in bezahlte Vollzeitstellen umrechnen, könnten ein bis zwei wertvolle Stellen im Ort geschaffen werden. Diese könnten sich das ganze Jahr um die Netzwerkpflge kümmern, aber auch um Förderungen und Sponsoring. Fließe mehr Energie in diese Kanäle, würden sich auch die Gehälter rechnen.

Kulturschaffende

Die Vielschichtigkeit der Tätigkeitsbereiche und Beiträge aller Kulturschaffenden war und ist den Initiatoren- sowie dem Organisationsteam immer ein Anliegen – genauso wie die Integration und Mitwirkung von heimischen Kulturschaffenden. Dabei ist eine ortsansässige Blasmusikkapelle ein ebenso wichtiger Beitrag wie ein bildender Künstler aus dem Nachbarsdorf. Aufgrund der immer komplexeren Programmstruktur sowie der Ausdehnung des Jahresprogrammes kommen im Schnitt jährlich ca. 18 Kunstschaffende hinzu.

Die Kulturarbeiterinnen und -arbeiter stammten anfänglich aus dem persönlichen Umfeld des Initiatorenpaars, das selbst in der Kreativwirtschaft tätig ist, und stammten zu einem beträchtlichen Teil aus der Region. Viele engagierten sich unentgeltlich oder für ein geringes Honorar. Mit der Zeit wurde das Netzwerk weiter ausgedehnt: Die Initiatorin war zusätzlich auf Messen unterwegs, um neue und spannende DesignerInnen zu den PERSPEKTIVEN einzuladen. Seit 2015 gibt es außerdem eine jährliche Ausschreibung für die Kunstimpulse sowie das Artist-in-Residence-Programm um das Netzwerk zu erweitern. Ein Jahr später gab es bereits über 100 Bewerbungen. Aufgrund des immer höheren Bekanntheitsgrades sowie die gute Reputation des Festivals, z.B. bei Modeverkäufen, bewerben sich immer mehr DesignerInnen und KünstlerInnen für die Teilnahme.

»Es waren diesmal wirklich tolle Bewerbungen dabei. Da macht die Auswahl wirklich Spaß.« (A. Norz)



37 B 151, Vernissage, örtliche Musikgruppe, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE



38 Haus Miglbauer, Umbauarbeiten zum Kunstatelier, 2013 © Lukas Maul



39 Haus Miglbauer, Kunstatelier, Matthias Göttfert, Anna Norz, PERSPEKTIVEN 2015 © Lukas Maul

Die unterschiedlichen Charaktere der Kulturschaffenden tragen besonders dazu bei, dass auch unterschiedliche Kulturbürgerinnen und -bürger Zugang zum Festival finden. Eine Architektin bespielte z.B. 2012 das Atelier und entwickelte sich als Kommunikationstalent. Sie führte während ihrer gesamten Zeit ausführliche Gespräche über die Entwicklung des Ortes mit den Bewohnerinnen und Bewohner. Eine Wiener Modedesignerin wiederum kam in dem Glauben nach Attersee, sie könne drei Wochen Urlaub machen. In der Folge verkaufte sie so viel, dass sie nach Wien fuhr, ihren kompletten Atelierinhalt einpackte und zurück nach Attersee fuhr. Sie verkaufte alles und musste ständig nachnähen.

Studienfreundeskreis des Sohnes

Der ältere Sohn des Initiatorenpaars studierte Industriedesign an der Universität für Angewandte Kunst in Wien. Einige seiner Studienkolleginnen und -kollegen und künstlerisch aktiven Freunde stammen ebenfalls aus der Atterseer Gegend. 2012 kam seinen Eltern die Idee, diesen jungen Menschen einen kostenlosen Raum zur Verfügung zu stellen, um dort sich selbst und ihre Arbeit präsentieren zu können. Es wurde also ein Teil des Freundeskreises des Sohnes nach Attersee geholt. Der Erfolg dieser Aktion führte dazu, dass dieses Format weiter ausgebaut wurde. Die Studierenden waren für dieses Vorhaben eine große Hilfe, da einige Räumlichkeiten baulich adaptiert werden mussten – die Schauboxen im Haus Baresch z.B. oder das Kunstatelier im Haus Miglbauer. Ohne deren untentgeltliche Hilfe und Engagement wäre das nicht möglich gewesen. Auch erweiterte sich der Besucherkreis ihrerseits – Eltern, Verwandte und Freunde besuchten sie und trugen dazu bei, noch mehr Vielfalt zu schaffen.

Kunstuniversität Linz

Seit Dezember 2015 besteht außerdem eine Kooperation mit der Kunstuniversität Linz. Studentierende präsentierten damals ihre Fotoarbeiten vier Monate lang in den Schauboxen im Haus Baresch sowie im Kunstatelier des Hauses Miglbauer. Die Kooperation kam wieder aufgrund des persönlichen Netzwerkes des Gründerpaares zustande, da der Initiator an der Universität lehrt.

»Alle Weggezogenen und alle, die wegziehen wollen, sollen sehen, dass man seine Projekte auch außerhalb von Wien umsetzen kann – man muss sich nur dafür einsetzen.«



Kontakt zu Weggezogenen aufbauen

Viele Gemeinden haben Teile ihres »humanen Kapitals« durch das Wegziehen von Studierenden oder anderen Akteurinnen und Akteuren verloren. Deren »Blick von außen«, Erfahrungen und berufliche Expertise können aber einen wertvollen Beitrag für die Ortsentwicklung leisten. Es ist wichtig, diese Personen in kulturelle Projekte einzubinden und dadurch von deren Wissen und Energie zu profitieren. Weiters wird so die Möglichkeit geboten, den Kontakt zwischen Weggezogenen und Einheimischen wiederherzustellen. Die PERSPEKTIVEN profitierten vor allem in der Anfangszeit vom Studienfreundeskreis des Sohnes in Wien und Linz, der sich aktiv mit seiner Arbeit am Festival beteiligte. Auch die Umbauarbeiten der Ateliers und der Schauboxen wären ohne deren unentgeltliches Engagement nicht finanzierbar gewesen. Die PERSPEKTIVEN waren auch für einige StudentInnenen ein Impuls, wieder in den Heimatort zurückzuziehen. Sie finden dadurch eine Plattform, die zum Austausch und als Ideenschmiede für neue Projekte fungiert.

Linz

Wien

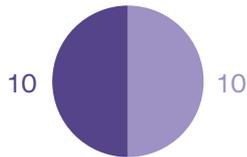
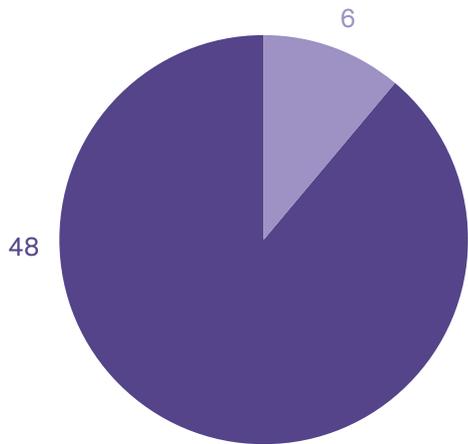
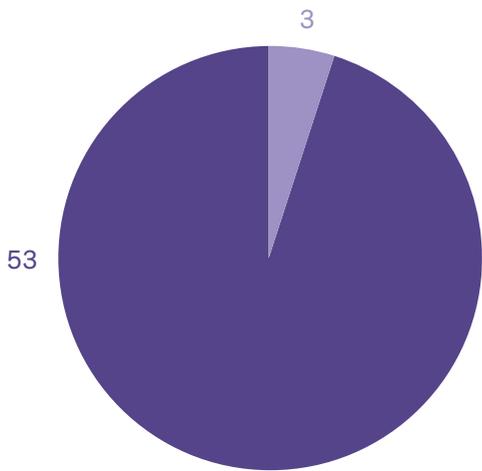
andere

St. Georgen i. A.

Vöcklabruck

Attersee a. A.

überregionale Akteurinnen und Akteure in Zahlen ●
regionale Akteurinnen und Akteure in Zahlen ●
regionale Akteurinnen und Akteure, die weggezogen sind, in Zahlen ●



Herkunft Kulturarbeiterinnen und -arbeiter

Der Großteil stammt aus den kulturellen »Hochburgen«, also den Städten. Die meisten Akteurinnen und Akteure kommen aus Linz und Wien, wobei davon wiederum nur jeweils 5 bzw. 11 % ursprünglich aus der Region Attersee stammen. Erst an vierter Stelle folgen die umliegenden Gemeinden von Attersee a. A. Allerdings ist hier anzumerken, dass zwar weniger Kulturarbeiterinnen und -arbeiter aus der Region kommen, diese dafür ganzjährig in das Programm und die Organisation eingebunden sind, während überregionale Kulturarbeiterinnen und -arbeiter nur punktuell für das Festival tätig sind.

räumliches Netzwerk KulturarbeiterInnen

Die Entwicklung des räumlichen Netzwerkes korreliert mit der komplexer werdenden Programmstruktur.

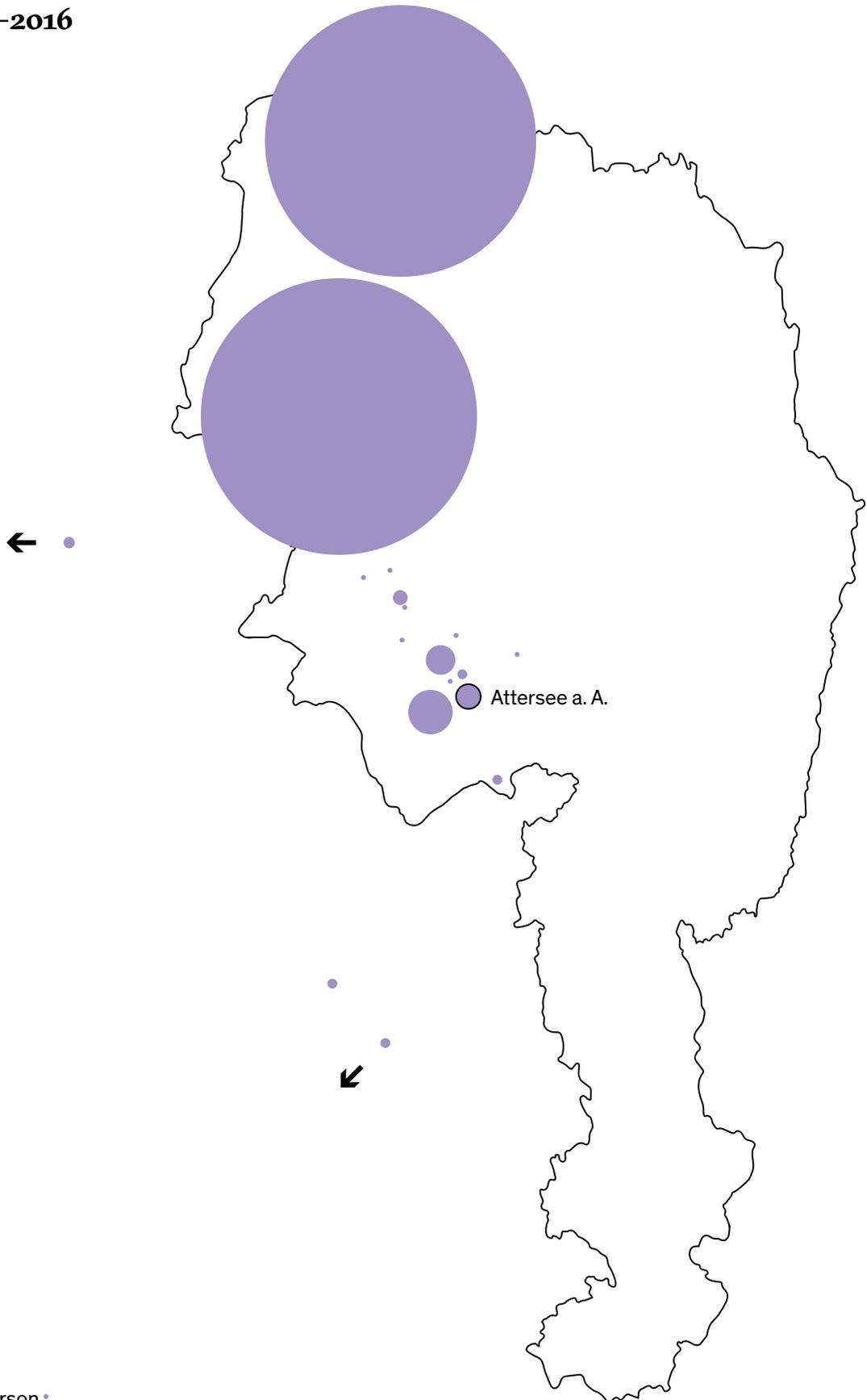
Aufgrund des Austragungsortes und des Hauptwohnsitzes des Initiatorenpaars ist es nicht überraschend, dass das Netzwerk stark an die Region gebunden ist und Oberösterreich als wichtigster Netzwerkpartner dient. Speziell Städte, die reich an kulturellem Leben sind – Linz, Wien, aber auch Vöcklabruck – sind wichtige Kooperationspartnerstädte.



Einbindung lokaler und regionaler Kulturschaffender

Vereine, Kollektive und andere kulturell aktive Akteurinnen und Akteure prägen mit ihren Aktivitäten die Gemeinde sowie die Region enorm. Sie sind die Expertinnen und Experten und haben meist große, soziale Netzwerke. Um zu gewährleisten, dass sich das Festival nicht in einer Fremddarstellung verliert, sondern die verschiedenen Identitäten des Ortes widerspiegelt, ist eine Einbindung der lokalen und regionalen Kulturschaffenden sehr wichtig. Bei den PERSPEKTIVEN ist vor allem die Einbindung junger Akteurinnen und Akteure aus der Region spürbar. Einige davon sind auch im Organisationsteam aktiv und bringen sich im Jahresprogramm ein.

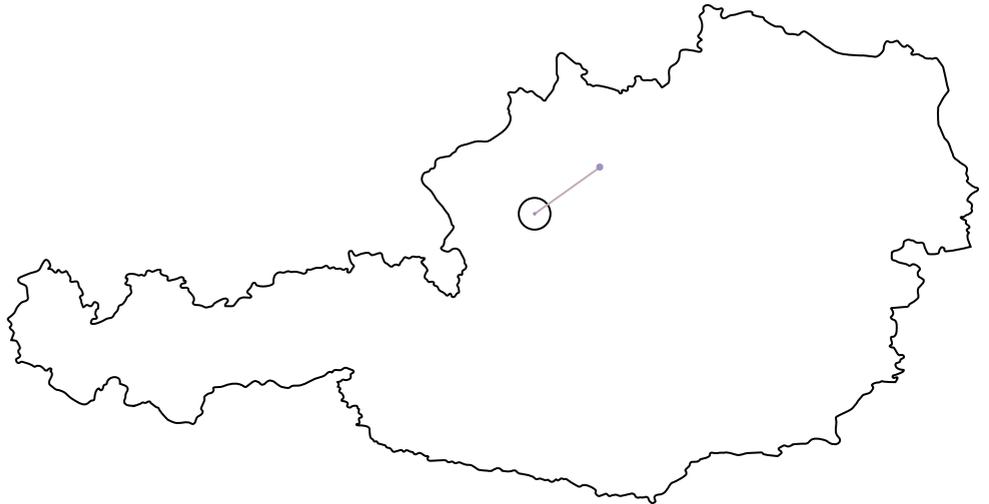
2011-2016



eine Person •

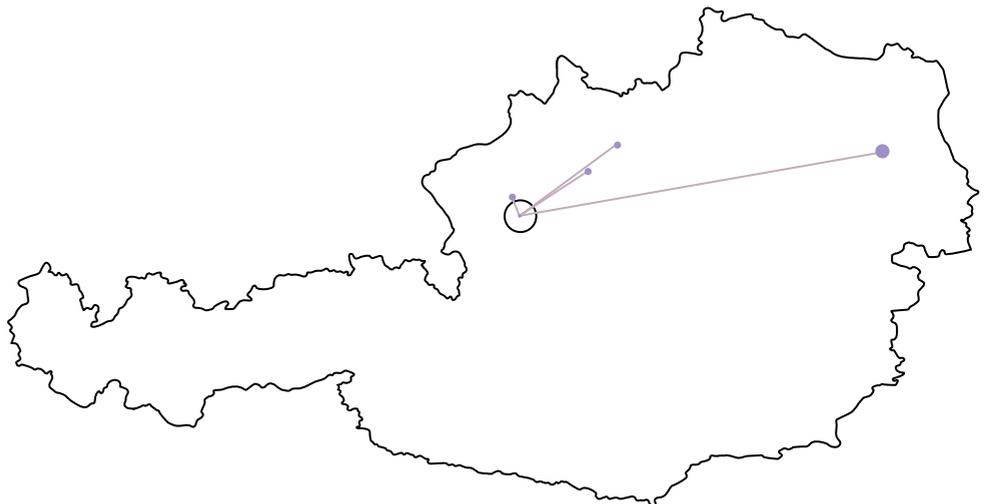
2011

Wels
Attersee a. A.



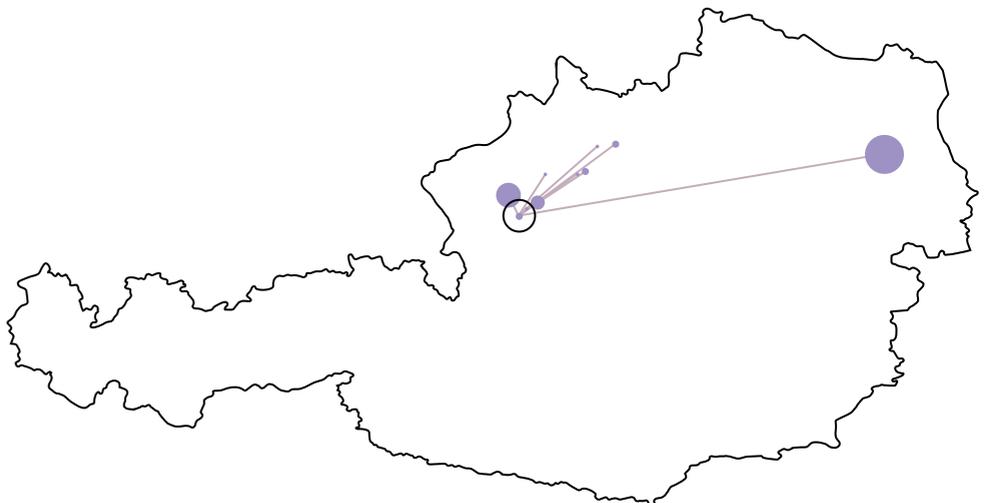
2012

Wien
Linz
Attersee a. A.
St. Georgen i.A.
Wels



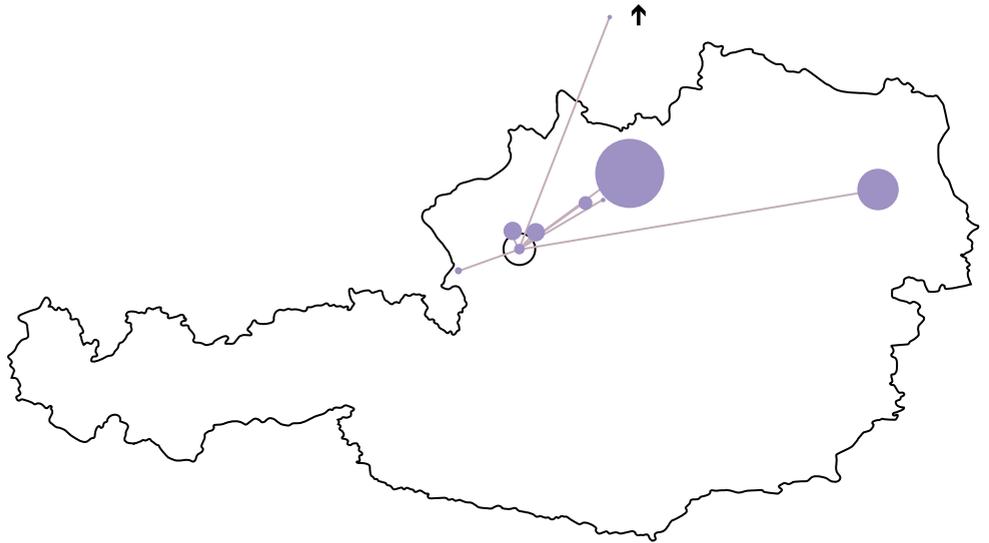
2013

Wien
St. Georgen i.A.
Vöcklabruck
Wels
Linz
Attersee a. A.
Seewalchen a. A.
Gaspoltshofen
Kirchberg-Thening
Thalheim



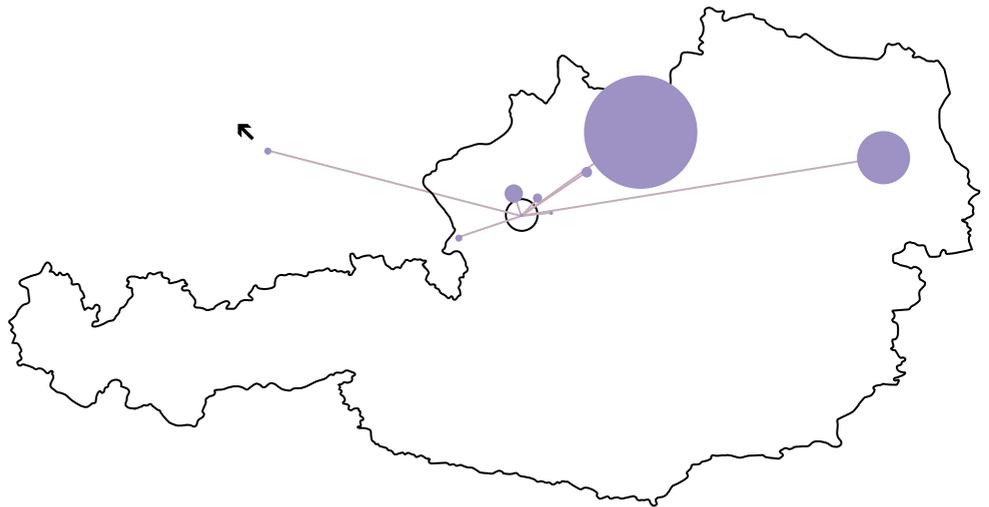
2014

Linz
Wien
St. Georgen i.A.
Vöcklabruck
Attersee a. A.
Salzburg
Wels
Berlin (D)
Marchtrenk



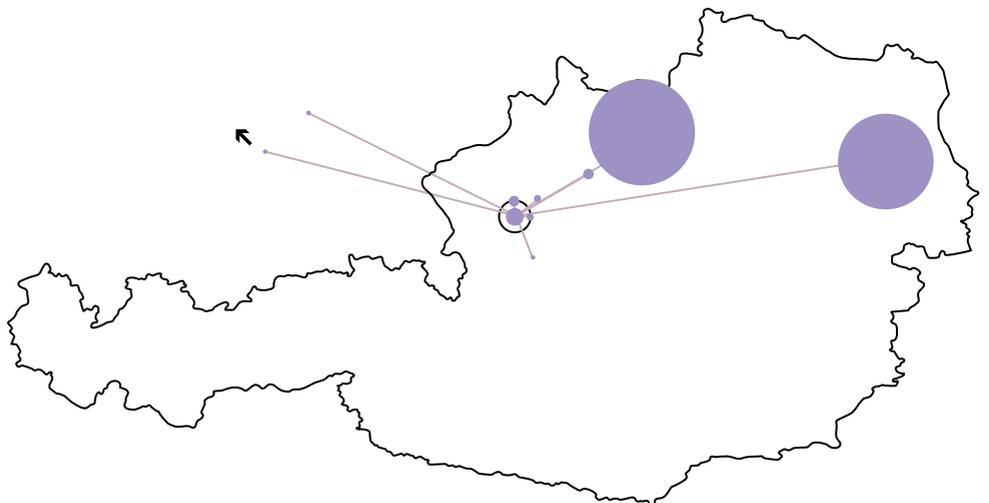
2015

Attersee a. A.
Linz
Pinsdorf
Salzburg
St. Georgen i.A.
Vöcklabruck
Wels
Wien
Eindhoven (NL)



2016

Attersee a. A.
Bad Ischl
Linz
St. Georgen i.A.
Vöcklabruck
Wels
Weyregg
Wien
Eindhoven (NL)
Ulm (D)



Kulturbürgerinnen und -bürger

Kulturbürgerinnen und -bürger nehmen aktiv am Kulturleben teil und besuchen kulturellen Veranstaltungen oder stellen ungenutzte Räume zur Verfügung.

Den Initiatoren ist wichtig, alle Veranstaltungen frei zugänglich zu halten und ohne Eintrittsgeld besuchbar zu machen. Dadurch entsteht ein heterogenes Publikum, das einen wertvollen Austausch untereinander und mit den Kulturarbeiterinnen und -arbeitern ermöglichen kann. Auch überregionale Gäste, die kunst- und kulturinteressiert sind, besuchen die PERSPEKTIVEN laut Aussagen der Initiatorin gerne. Da es keine Ticketverkäufe gibt, können allerdings auch keine genauen Angaben über die Anzahl der Besucherinnen und Besucher gemacht werden. Quantitative Resümees wie diese wären eine wertvolle Argumentationsgrundlage für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger. Nach eigenen Aussagen der Initiatorin, steigen die Anzahl der Besucherinnen und



Anzahl der Besucherinnen und Besucher

Die Besucherzahlen sind nur dann zu erheben, wenn Eintritt verlangt wird. Da die PERSPEKTIVEN für alle zugänglich bleiben wollen, war das nie eine Option für das Initiatorenteam. Dadurch fällt aber auch eine wichtige quantitative Argumentationsgrundlage für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger weg.

Besucher aber jedes Jahr.

! ■

»Das erste Jahr gab es bei der Eröffnung und der Finissage heiße Diskussionen: ›Was soll das? Was bewirkt das? Jetzt hängen sie Attersee ganz zu!‹.«

»Das Publikum war bei den ersten PERSPEKTIVEN 2011 sehr heterogen: UrlauberInnen, Einheimische, Interessierte. Ich erinnere mich auch an einen Journalisten aus Frankreich, der zufällig durch den Ort gefahren ist, die Fotografien gesehen hat und spontan an der Führung teilgenommen und sich informiert hat.«

! ■

»Wir haben auch sehr viele überregionale Gäste. Man darf die Menge an kunst- und kulturinteressierten Menschen hier am See nicht unterschätzen. Diese Menschen freuen sich natürlich über ein kulturelles Programm.«

Die Rückmeldungen zu den einzelnen Projekten sind sehr unterschiedlich und so heterogen wie das Publikum selbst. Grundsätzlich kann aber festgestellt werden, dass die Besucherinnen und Besucher das Programm sehr gut aufnehmen. Die Ateliers bieten laufend neue Produkte aus dem Kunst-, Mode- und Accessoire-Bereich an, die bei den Kulturbürgerinnen und -bürgern sehr gut ankommen. Mittlerweile hat sich unter den Modedesignerinnen und -designern herumgesprochen, dass sehr gute Umsätze bei Verkäufen im Designatelier erzielt werden. Das erste Mal passierte das 2012, als die Besucherinnen und Besucher einer Modedesignerin im damaligen Atelier im Haus Huber-Punzet so viel abkauften, dass sie ständig nachnähen mussten. Es gibt also offensichtlich eine enorme Nachfrage nach österreichischer Mode, die, aufgrund der Marktpräsenz von großen Handelsketten, im regionalen Bereich nicht angeboten wird.

Raumeigentümerinnen und -eigentümer

Wichtige Kulturbürgerinnen und -bürger bei den PERSPEKTIVEN sind die Eigentümerinnen und Eigentümer der Häuser, deren Fassaden bzw. Räumlichkeiten bisher genutzt werden konnten. Sie beteiligen sich zwar nicht aktiv am Programm, stellen aber ihre Ressourcen zur Verfügung.

»Ich glaube, dass auch diese BesucherInnen das Programm sehr schätzen. Es ist was los, man hat die Möglichkeit, Neues kennenzulernen ohne explizit in eine Ausstellung fahren zu müssen. Man kann die Ateliers besuchen, kann sich umschaun, kann sich ein wenig unterhalten und geht wieder weiter. Es ist total ungezwungen. Wenn einem was gefällt, kauft man es.« (A. Norz)

*»Es mussten dann die Hausherren und -damen überzeugt werden, ihre Schau-
fenster herzugeben und das ist er-
staunlich einfach gegangen. Es kennt
uns aber auch jeder im Ort. Es wissen
alle, dass man engagiert arbeitet und
dass man sich nicht selbst bereichert
sonder man ehrlich arbeitet.«*



Eigentümerinnen und Eigentümer von räumlichen Ressourcen

Bei den PERSPEKTIVEN hat sich gezeigt, dass es für Privatpersonen förderlich ist, im Ort sozial integriert zu sein, um die Zustimmung und das Vertrauen von Hauseigentümern zu bekommen. Die Einbindung dieser Akteurinnen und Akteure während des Prozesses ist ebenso wichtig wie die Definition von klaren Regelungen zu Nutzungsdauer oder baulichen Maßnahmen. Ein zusätzlicher Vertrauensfaktor bei den PERSPEKTIVEN ist für die Eigentümerinnen und Eigentümer auch, dass die Gemeinde offizieller Veranstalter ist.

Dadurch, dass sie das Initiatorenpaar kannten, fassten sie schneller Vertrauen zum Projekt und konnten so im ersten Jahr problemlos überzeugt werden.

Freunde und Netzwerke der Kultur- arbeiterinnen und Kulturarbeiter

Durch den Freundes- und Verwandtschaftskreis der aktiven Kulturarbeiterinnen und -arbeiter, können viele Kulturbürgerinnen und -bürger erreicht werden, die das Festival sonst nicht besuchen würden. 2012 lud das Initiatorenpaar z.B. den Künstlerfreundeskreis des Sohnes ein, um sich am Programm zu beteiligen. Dadurch konnte ein Publikum erreicht werden, das sonst nicht möglich gewesen wäre. Die Eltern, Verwandten und Freunde der Kunstschaffenden erfuhren so von den PERSPEKTIVEN und besuchten sie.

Junge, weggezogene Atterseerinnen und Atterseer

Um jungen, weggezogenen Atterseerinnen und Atterseern nicht den Kontakt zu ihrer Heimat abbrechen zu lassen, bieten solche Initiativen gute Gründe, dem Ort wieder einmal einen Besuch zu abzustatten. Auch bei den PERSPEKTIVEN gibt es viele Personen, bei den das der Fall ist.



Freunde und Verwandte

Freunde und Verwandte der Kulturarbeiterinnen und -arbeiter sind anfangs die wichtigsten Unterstützer des Festivals und leisten nicht nur durch ihr Kommen, sondern auch durch Mund-zu-Mund-Propaganda wichtige Dienste um das Festival bekannt zu machen. Die PERSPEKTIVEN konnten z.B. durch die Einbindung des künstlerisch und kulturell aktiven Freundeskreises der Kinder ein Publikum erreichen, das sonst nicht möglich gewesen wäre.

»Für mich war 2014 das erste Jahr nach dem Studium in Wien. Ich bin wieder zurück an den Attersee gezogen und habe davor schon die Ateliers besucht. Für mich war das damals schon eine extrem wertvolle Plattform. Ich fühle mich dort aufgehoben, kann mich mit anderen austauschen, es gibt Räume, wo immer wieder was los ist, wo du verschiedenste Leute aus unterschiedlichen Branchen und Szenen kennenlernen kannst. Es gibt viele, die mit Kunst gar nichts zu tun haben und die wiederum Freunde mitbringen. Es ist total kunterbunt. Es ist immer wieder spannend zu sehen, wen wir mit dem Programm ansprechen.«
(A. Norz)

Handlungsstruktur

Entwicklung

konsumorientierte
Handlungsformate

kommunikationsorientierte
Handlungsformate

vermittlungsorientierte
Handlungsformate

Handlungsdauer

Entwicklung

Von der Fotoausstellung im öffentlichen Raum zum Festival mit Jahresprogramm

Ursprünglich begann das Festival als mehrmonatige Fotoausstellung ohne Rahmenprogramm. Die Entscheidung für ein derartiges Konzept ging von der Initiatorin aus, die ihre Expertise als Fotografin nutzte. Sie thematisierte die wirtschaftliche Entstehung der genutzten, leerstehenden Erdgeschoßlokale in ihren Fotografien, die die Fassaden verhüllten. Ziel war es, mit einer großflächigen Arbeit Aufmerksamkeit zu erregen und die strukturellen Probleme im Ort so erneut ins Gespräch zu bringen.

Der Wendepunkt fand im zweiten Jahr eher zufällig statt. Das Initiatorenteam bemerkte, dass viele junge Atterseerinnen und Atterseer in Wien oder Linz Design oder Kunst studierten und überlegten, wie man der Region dieses »nicht-monetäre Kapital« zeigen könnte. Sie suchten nach einem Raum und gaben den Studierenden die Möglichkeit, ihre Arbeit im Rahmen des Festivals zu präsentieren. Auch eine Modedesignerin verkaufte ihre Ware überaus erfolgreich. Diese Erfahrungen veranlasste das Initiatorenpaar, den Fokus in Zukunft auf das Artist-in-Residence-Programm zu legen, um dadurch eine Plattform für junge Kunstschaffende, die Kreativwirtschaft wie Weggezogene zu schaffen.

Die Bespielungsdauer verkürzte sich daraufhin 2013 und 2014 bei gleichzeitig dichter werdendem Programm.

2013 kam ein weiteres Format hinzu: die Kunstimpulse. Wöchentlich geben 20-minütige Vorträge, Performances oder Konzerte aus den unterschiedlichsten Sparten Denkanstöße und neue Einblicke.

Die jährlich von der Gemeinde organisierte und in der Atterseehalle stattfindende Sommerausstellung wurde 2014 in das Festivalprogramm eingegliedert.

Im Jahr 2015 gab es das bisher dichteste Programm. Das Festivalteam entschied sich, die Ateliers auch im Frühling zu beleben. An (verlängerten) Wochenenden kommen seither Design- und Kunstschaffende und präsentieren

»Diese Unzufriedenheit mit der Situation im Ort hat uns keine Ruhe gelassen und wir haben oft überlegt, wie wir daran etwas ändern können. Eine kleine Fotoausstellung zu machen, erschien uns nicht wirklich sinnvoll. Das hätte uns nicht weitergebracht und schon gar keine Zukunftsperspektive geboten. Es braucht zwar eine großflächige, sehr aktive Arbeit, die wachrüttelt; es muss dann aber möglich sein, diesen Impuls in eine positive Richtung zu lenken und die Leute mitzunehmen.«

»Nach dem Atelier-Erfolg 2012 wurde fortan mit dem übrigen Budget der LEADER-Förderung nicht mehr in die fotografische Bespielung investiert. Diskussion wurde dadurch in die Gänge gebracht. Wir haben gesehen, es funktioniert, wenn Leben da ist und die Autos fahren langsamer, wenn sich Fußgänger auf der Straße bewegen. Wir wollten also die Besitzer der Häuser dafür gewinnen, dass wir nicht nur ihre Fassaden, sondern auch ihre leeren Erdgeschoßlokale nutzen dürfen.«

»Ich glaube, dass auch diese Besucherinnen und Besucher das Programm sehr schätzen. Es ist was los, man hat die Möglichkeit, Neues kennenzulernen ohne explizit in eine Ausstellung fahren zu müssen.« (A. Norz)

Chronologie Handlungsformate

2011

Fotoausstellung im öffentlichen Raum
(Haus Bauer, Haus Huber-Punzet, Haus Plank-Ramsl,
Haus Miglbauer, Haus Baresch)
Vernissage, Finissage

2012

Fotoausstellung im öffentlichen Raum
(Haus Bauer, Haus Huber-Punzet, Haus Plank-Ramsl,
Haus Miglbauer, Haus Baresch)
Artist-in-Residence-Programm (Haus Huber-Punzet)
Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen« (B 15 1)
Vernissage, Finissage

2013

Artist-in-Residence-Programme im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) und
Designatelier (Haus Bauer)
Kunstimpulse (Hof Huber-Punzet)
Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen« (B 15 1)
Schauboxen (Haus Baresch)
Vernissage, Finissage

2014

Artist-in-Residence-Programme im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) und
Designatelier (Haus Bauer)
Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen« (B 15 1)
Schauboxen (Haus Baresch)
Kunstimpulse (Atterseehalle)
Kunstaussstellung (Atterseehalle)
Vernissage, Finissage

2015

Artist-in-Residence-Programme im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) und
Designatelier (Haus Bauer)
Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen« (B 15 1)
Schauboxen (Haus Baresch)
Kunstimpulse (Atterseehalle)
Kunstaussstellung (Atterseehalle)
Vernissage, Finissage
Atelierfrühling im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) und
Designatelier (Haus Bauer)
Kunstprojekt im Kunstatelier (Haus Miglbauer)
Fotoausstellung der Kunstuniversität Linz im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) sowie in den
Schauboxen (Haus Baresch)

2015

Artist-in-Residence-Programme im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) und
Designatelier (Haus Bauer)
Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen« (B 15 1)
Schauboxen (Haus Baresch)
Kunstimpulse (Atterseehalle)
Kunstaussstellung (Atterseehalle)
Vernissage, Finissage
Atelierfrühling im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) und
Designatelier (Haus Bauer)
Sonderausstellung (Atterseehalle)
Fotoausstellung der Kunstuniversität Linz im
Kunstatelier (Haus Miglbauer) sowie in den
Schauboxen (Haus Baresch)

oder verkaufen ihre Produkte in den Ateliers. Im selben Jahr konnte auch eine Kooperation mit der Kunstuniversität Linz erzielt werden. In einem neuen Handlungsformat stellten die Studierenden der Fotoklasse ihre Arbeiten im Ort aus und tragen so dazu bei, weitere Impulse und Positionen nach Attersee a. A. zu bringen.



2016 wurde die bisher höchste Anzahl an Tagen erreicht, an denen es Programm gab. Die PERSPEKTIVEN ATTERSEE bieten mittlerweile ganzjährig Programm an und leisten so einen wertvollen Beitrag für die Belebung des Ortes.

Die Heterogenität des Publikums und der teilnehmenden Akteurinnen und Akteure spiegelt sich in der des Programmes wieder und umgekehrt. Die Initiatoren versuchen, heimische Vereine und Kulturschaffende einzubinden, um möglichst viele Schnittstellen zu generieren und den Austausch dadurch zu fördern.



Impulsgeber »Kultur«

Kunst- und Kulturprojekte, deren Ziele nicht in der Aufhübschung, sondern in der Thematisierung von Struktur­mängeln oder gesellschaftspolitischen Fragen liegen, haben großes Potenzial, Impulsgeber für Orts- und Regionalentwicklung zu sein. Durch deren niederschwellige Formate können Eingriffe und Interventionen, Diskussionen und Prozesse relativ unkompliziert in Gang gesetzt werden. Die PERSPEKTIVEN thematisierten z.B. den wirtschaftlichen Verfall der ehemals florierenden Einzelhandelsbetriebe im Ort. Durch eine großflächige Arbeit konnten sie eine Diskussion darüber initiieren. Der Verlauf und der Ausgang solcher Impulse ist dennoch nicht planbar, da so viele äußere Faktoren mitspielen. Wichtig ist also, dass sich die Akteurinnen und Akteure auf ein gemeinsames Experiment mit ungewissem Ausgang einlassen.

Konsumorientierte Handlungsformate

Pop-Up-Shop

2012 wurde dieses Format erstmalig im kleinen Atelier im Haus Plank-Ramsl ausprobiert. Zwei Modedesignerinnen aus Wien besuchten das Atelier für einige Wochen und verkauften sehr erfolgreich ihre Ware. Eine Designerin fuhr sogar nach kurzer Zeit nach Wien zurück, um ihren gesamten Atelierinhalt zu holen. Sie musste wegen der starken Nachfrage ständig nachnähen. Aufgrund des Erfolges ist der Pop-Up-Shop seither ein fixes Handlungsformat bei den PERSPEKTIVEN.

Lokale und überregionale DesignerInnen aus dem Bereich Mode, Schmuck und Kunst präsentieren seither ihre Produkte, die sonst nicht in der Umgebung erhältlich sind. An den Umsätzen ist ersichtlich, wie gut das bei den Besucherinnen und Besuchern ankommt. Deshalb entschieden sich die PERSPEKTIVEN, die Ateliers auch im Frühling an (verlängerten) Wochenenden den DesignerInnen zur Verfügung zu stellen. Da ständig neue Produkte angeboten werden, ist es für Besucherinnen und Besucher immer wieder interessant, in den Ort zu kommen, um zu sehen, was es Neues gibt.

Vor dem Sommer 2016 schloss das lokale Geldinstitut am Landungsplatz. Um den anhaltenden wirtschaftlichen Verfall erneut zu thematisieren, bat das Festivalteam die Eigentümer, die Räumlichkeiten spontan für die Festivalzeit zur Verfügung zu stellen. Das Projekt »Bankenrettung« wurde kurzerhand ins Leben gerufen und lokale Kuntschaffende boten ihre Produkte zum Verkauf an. Aus den großformatigen Fotografien von Siegfried A. Fruhauf, die 2012 einige Fassaden im Ort verhüllten, wurden Raumtrenner gebaut. Gegen eine freiwillige Spende gab es Kaffee aus einer mobilen Kaffeebar.

! ■ *»Du kannst alle zwei Wochen nach Attersee fahren und es ist immer etwas Neues los. Plötzlich werden völlig andere Produkte angeboten, die es sonst hier nicht gibt.« (A. Norz)*

! ■ *»Unser Format hat sich dann rasch als Geheimtipp unter Modedesignern entwickelt, da die Umsätze während der Festivalzeit immer sehr gut waren. Es kommen viele Leute aus dem Ort oder der Region und kaufen dort Mode, die sonst nur in Wien erhältlich ist.«*

! ■ *»2012 nutzte eine Modedesignerin das kleine Atelier. Sie nahm ein paar Dinge von ihrem Wiener Atelier mit und glaubte, mit ihrem Freund drei Wochen Urlaub in Attersee zu machen. Ihre Produkte kamen aber so gut an, dass sie sofort wieder nach Wien fuhr und mit ihrem gesamten Atelierinhalt wieder zurückkam. Sie hat alles verkauft und mit ihrer Nähmaschine ständig nachgenäht. Das war für uns ein überzeugender Moment.«*



Nischen schaffen

An den Umsatzerfolgen der Designschaffenden, die in den Ateliers ihre Produkte verkaufen, ist erkennbar, dass es einen Markt für Nischenprodukte in der Gemeinde gibt. Großen Handelsketten zum Trotz wollen viele Konsumentinnen und Konsumenten wieder einzigartige Produkte, die es nicht überall zu kaufen gibt. Auch die Anwesenheit der Designerinnen und Designer in den Ateliers ist ein Mehrwert. Spezialisierungen auf gewisse Bereiche oder Produktgruppen, wie dies bei den PERSPEKTIVEN der Fall ist, helfen, dass sich der Ort von der Region abhebt. Durch die abwechselnden Anbieterinnen und Anbieter wird das Sortiment ständig erneuert. Dies führt dazu, dass Besucherinnen und Besucher immer wieder kommen, um zu sehen, was es Neues gibt.



40



41



42



44



43

40 Haus Bauer, Designatelier, Ferrari Zöchling, Pop-Up-Shop, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

41 Haus Miglbauer, Kunstatelier, Atelierfrühling, Matthias Göttfert, PERSPEKTIVEN 2015 © Lukas Maul

42 Haus Miglbauer, Kunstatelier, Tom Lasinger, PERSPEKTIVEN 2015 © Lukas Maul

43-44 Haus Bauer, Designatelier, Atelierfrühling, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

Kommunikationsorientierte Handlungsformate

Vernissage

Die Vernissagen finden seit Beginn der PERSPEKTIVEN meist am frühen Abend statt und beinhalten die Festrede eines eingeladenen Kunstschaftenden, Ansprachen der Initiatorin sowie von Akteurinnen und Akteuren aus der Politik. Ein Rahmenprogramm mit musikalischer und tänzerischen Darbietungen sorgt für Abwechslung. Offene Ateliers laden ein, die KünstlerInnen und deren Arbeit kennenzulernen. Bei gemeinsamem Essen und Trinken wird die Diskussion und der Austausch gefördert. Das Fest findet direkt auf der Bundesstraße statt, die für den Zeitraum gesperrt wird.

Finissage

Bei den Finissagen öffnen sich nicht nur die Ateliers sondern auch der öffentliche Raum wieder, um einen gemeinsamen Ausklang mit dem Organisationsteam zu finden.

Straßenfest »Wohnzimmer unter Sternen«

Für das Fest wird die Bundesstraße seit 2012 jedes Jahr einen Abend lang gesperrt und der öffentliche Raum wird temporär zurückerobert. Die Besucherinnen und Besucher werden aufgefordert, ihre eigenen Sitzgelegenheiten mitzunehmen und sich auf der Straße und dem Gehsteig auszubreiten. Konzerte im Freiraum oder in der nahegelegenen Evangelischen Martinskirche werden genauso geboten, wie kulinarische Versorgung oder Kinderprogramm.

»Plötzlich war es wieder interessant in den Ort zu gehen. Mit den Jungen zu reden, schauen was los ist, zu kommunizieren, sich zu treffen. Dann war die Wiener Gudrun Wallenböck, die die Galerie Hinterland betreibt, drei Wochen lang im Atelier. Sie war ein Kommunikationstalent. Sie hat die gesamte Zeit über nur mit den Leuten über die Entwicklung des Ortes geredet.«





Unterschwellige Formate

Ungezwungene Formate, die Geselligkeit und den Austausch untereinander forcieren sowie ein musikalisches und kulinarisches Rahmenprogramm bieten, sorgen für einen der wichtigsten Aspekte des Festivals – den sozialen. Es gibt immer weniger atmosphärische Räume, die zum Zusammentreffen und gemeinsamen Austausch einladen und gleichzeitig genug Freiraum bieten, um improvisieren zu können. Regeln des gesellschaftlichen Zusammenlebens können aber nur dort ausverhandelt werden. Heterogene Akteursgruppen treffen bei diesen Formaten aufeinander, ohne Vorkenntnisse zu gewissen Themenbereichen zu haben. Die PERSPEKTIVEN pflegen diese Art der Kultur vor allem mit ihrem Straßenfest, bei dem ein Teil der Bundesstraße zum »öffentlichen Wohnzimmer« umfunktioniert wird. Nicht die Vermittlung von Inhalten steht hier im Mittelpunkt, sondern das Miteinander von allen Akteurinnen und Akteuren.

45 Evangelische Martinskirche, Wohnzimmer unter Sternen, Mira Lu Kovacs, PERSPEKTIVEN 2015 © Maximilian Meergraf

46 B 151, Vernissage, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

47 B 151, Wohnzimmer unter Sternen, PERSPEKTIVEN 2013 © Lukas Maul

48 B 151, Wohnzimmer unter Sternen, PERSPEKTIVEN 2013 © Lukas Maul

49 B 151, Wohnzimmer unter Sternen, PERSPEKTIVEN 2013 © Lukas Maul



45



46



47



48



49

Vermittlungsorientierte Handlungsformate

Fotoausstellung im öffentlichen Raum

Dieses Ausstellungsformat fand in den ersten beiden Festivaljahren statt. Jedes Jahr verhing ein Kunstschaffender die Erdgeschoßfassaden von fünf ehemaligen Geschäftslokalen im Zentrum mit großformatigen Fotografiearbeiten. Die Fassaden wurden dazu geringfügig adaptiert und mit Matrix-Frames ausgestattet, um die Bilder anzubringen.

Im Zuge dieser Intervention schafften es die Initiatoren zum einen, Autofahrer aufgrund der ungewöhnlichen »Open-Air-Galerie« zum Langsamfahren zu bringen. Leute waren wieder auf der Straße und die großformatigen, abstrahierten Bilder, luden ein, stehen zu bleiben und sich mit der Materie zu beschäftigen. Andererseits entstand erstmals eine Diskussion über den Leerstand und die möglichen »Perspektiven«, die der Ort hat.

Führung durch den Ort

2012 bot die Initiatorin bei Interesse und gegen Voranmeldung Führungen durch den Ort an. Entlang der B 151 vorbei an den verhängten Fassaden spazierend, sprach sie die strukturellen Probleme des Ortes sowie den Hintergrund der Fotoausstellung an. Die fotografische Arbeit der Initiatorin thematisierte diesen wirtschaftlichen Verfall.

Artist-in-Residence

Das Atelier im Haus Huber-Punzet wurde 2012 genutzt, um jungen Atterseer Kunstschaffenden, die in Wien oder Linz studierten, die Möglichkeit zu geben, ihre Arbeit und sich selbst – sozusagen als »nicht-monetäres Kapital« der Region – im Rahmen eines Artist-in-Residence-Programmes präsentieren zu können. Alle Teilnehmenden trugen sich in einer Liste ein. Das leere Atelier wurde dann jedem für ein bis drei Tage frei zur Verfügung gestellt. Ein Kunststudent baute z.B. den gesamten Zeitraum über nur Papierschiffe bis ein riesiger Berg entstand – die Gerä-

! ■ *»Die erste Ausstellung 2011 war mein fotografisches Projekt und ich widmete mich ganz speziell der wirtschaftlichen Entstehung der Häuser. Es war eine Galerie im öffentlichen Raum – aber trotzdem so abstrahiert, dass man schauen muss und hinterfragen kann, wenn man stehenbleibt.«*

! ■ *»Unser Anliegen war und ist, eine Plattform für junge Künstler zu bieten. Sie soll Raum für Experimente und Diskussion bieten und nicht die ›hohe Kunst‹ präsentieren, die schon zu oft diskutiert wurde. Die jungen Menschen bekommen so die Chance, 14 Tage einen leeren Raum zu erfassen und zu bespielen. Alles was sie dazu benötigen, nehmen sie selbst mit. Der Raum sieht also alle zwei Wochen völlig anders aus.«*

sche wurden dabei von einem Medienkünstler aufgenommen.

Nach der baulichen Adaption des Erdgeschoßes im Haus Miglbauer werden seit 2013 junge Künstlerinnen und Künstler mit Fokus auf Medienkunst, Installation, Druckgrafik, Malerei, Fotografie und Skulptur eingeladen, ihre Arbeiten als Work-In-Progress sowie fertige Objekte, die zum Betrachten, Hinterfragen und Erwerben einladen, zu präsentieren.

Dieses Handlungsformat wird seit 2015 auch im Rahmen des Atelier-Frühlings angewandt. Zu dieser Zeit sind die Ateliers an den Wochenenden geöffnet.

Kunstimpulse

Während des Festivals gibt es um 20.20 Uhr jeden Donnerstag 20 Minuten zeitgenössische Kunst – von Tanz über Musik bis Literatur und Schauspiel. Die Kunstschaffenden werden immer direkt von den Initiatoren eingeladen. Nachdem dieses Format erstmals 2013 in den Fachwerk-Garagen im Hof Huber-Punzet stattfand, ist es seit 2014 in der Atterseehalle situiert.

PERSPEKTIVEN x Kunstuni Linz

Seit 2015 besteht eine Kooperation mit der Fotoklasse der Kunstuniversität Linz. Deren Arbeiten wurden erstmalig im Dezember des Jahres im Rahmen einer viermonatigen Ausstellung im Design- und Kunstatelier sowie in den Schauboxen präsentiert.

Schauboxen

Seit 2013 werden die Schauboxen genutzt, um die anwesenden Künstlerinnen und Künstler sowie ihre Arbeit kurz vorzustellen.

Sommerausstellung

Dieses Format wurde von der Gemeinde 2014 übernommen. Durch die Eingliederung in die PERSPEKTIVEN kommt seither das gesamte Kulturbudget dem Festival zugute. Meist in Zusammenarbeit mit einer bekannten Galerie aus Salzburg entstehen Ausstellungen, die sich immer wieder neuen gesellschaftskritischen Themen widmen.

Performances

Diese Formate finden in verschiedenen Räumlichkeiten statt und widmen sich unterschiedlichen Themen und Bereichen.

»Wir haben 2012 also mehr oder weniger den Freundeskreis von unserem Sohn nach Attersee geholt, ganz unkonventionell. Jeder hat sich in eine Liste eingetragen, wann er den Raum bespielen möchte und hatte die Möglichkeit, ein bis drei Tage in dem Raum zu präsentieren, zu musizieren, zu malen. Matthias Göttfert saß drei Tage in dem Raum und faltete Papierschiffe bis am Schluss ein riesiger Berg entstand. Gregor Göttfert nahm die Geräusche auf. Damit konnten wir auch die Eltern, Großeltern, Verwandten, Geschwister, Nachbarn der Studenten als Publikum gewinnen.«



50



51



53



52



54



55



Möglichkeitenräume und Plattformen schaffen

Für Kunst- und Kulturschaffende ist es besonders in ländlicheren Gebieten schwierig, einen günstigen Raum zu bekommen, um ihre Arbeit präsentieren zu können, ein Projekt durchzuführen oder sich auszutauschen. Ein weiterer Aspekt ist die Schwierigkeit, die nötige Aufmerksamkeit zu bekommen. Die PERSPEKTIVEN greifen diese Bedürfnisse auf, um speziell jungen DesignerInnen eine Plattform zu bieten. Diese Plattform beinhaltet zum einen den physischen Raum, der zur Verfügung gestellt wird, den »Frei-Raum«, der für die Arbeiten notwendig ist, die Bekanntheit des Festivals, die als Katalysator dient, sowie das notwendige Netzwerk, das für den Austausch förderlich ist. Derartige Möglichkeitenräume existieren viel zu selten und sind enorm wichtig, um das nicht-monetäre, humane Kapital der Region sowie darüber hinaus erfassen zu können.

50 Haus Baresch, Fotoausstellung, Siegfried A. Fruhauf, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

51 Haus Plank-Ramsl, Artist-in-Residence-Programm, PERSPEKTIVEN 2012 © PERSPEKTIVEN ATTERSEE

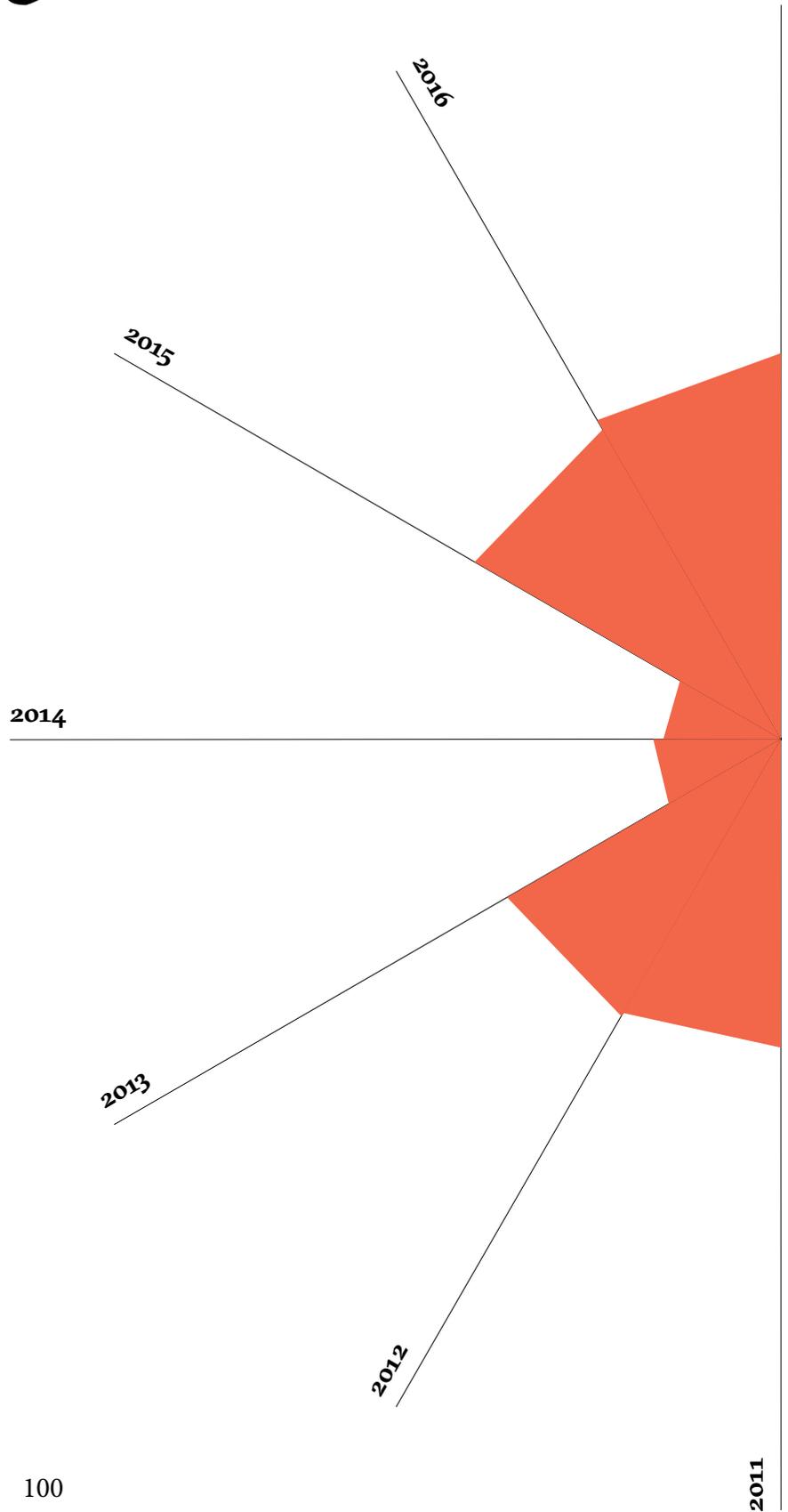
52 Atterseehalle, Kunstimpulse, Richard Eigner, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

53 Haus Baresch, Schauboxen, Atelierfrühling, PERSPEKTIVEN 2015 © Lukas Maul

54 Atterseehalle, Ausstellung von Heinz Cibulka, Vernissage, PERSPEKTIVEN 2015 © Karin Hackl

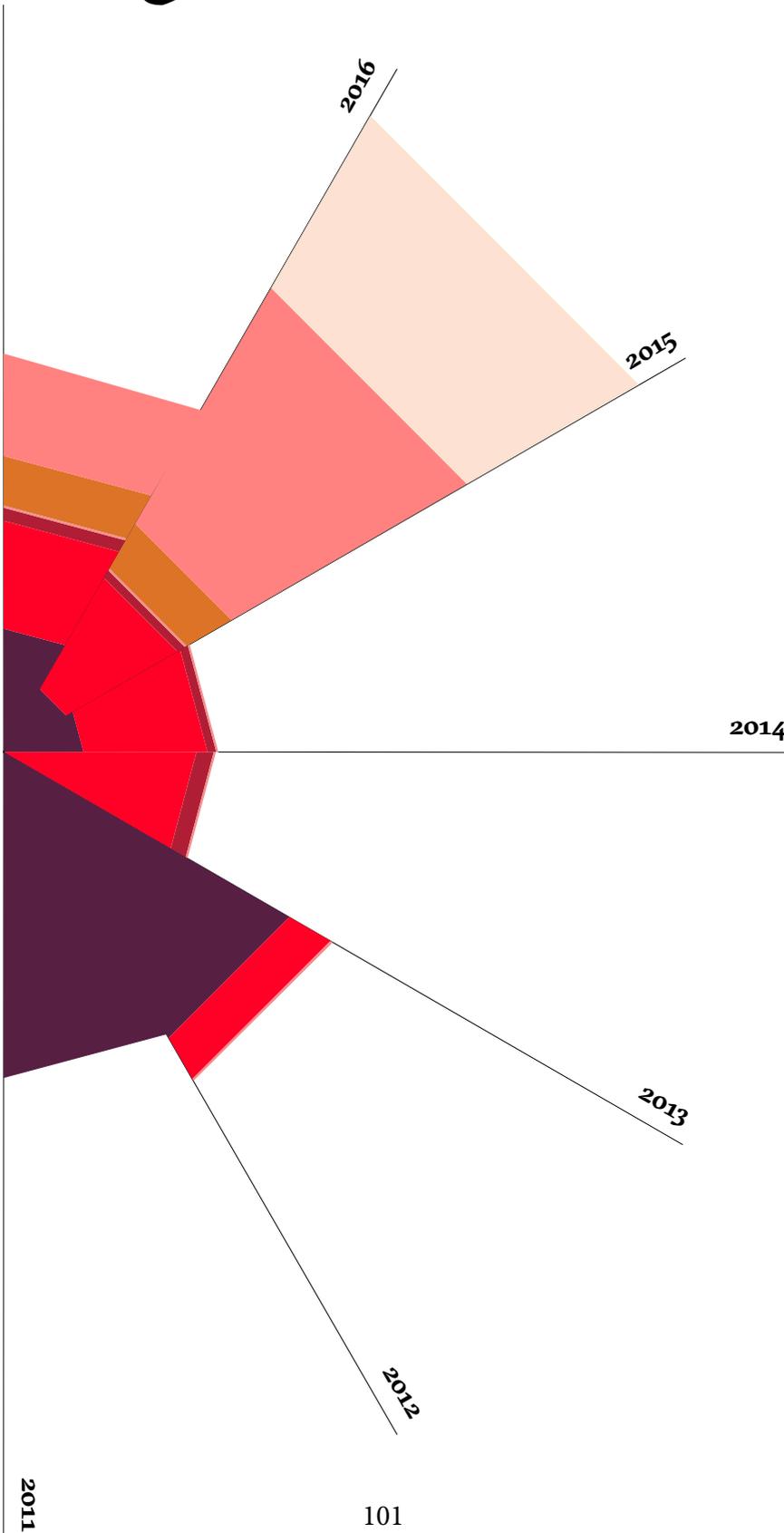
55 B 151, Vernissage, Performance, PERSPEKTIVEN 2016 © Lukas Maul

Handlungsdauer



● Bespielungstage

Programmdichte



- Fotoausstellung
- Artists in Residence
- Kunstimpluse
- Straßenfest
- Atelierfrühling (R)
- Fotoausstellung (R)
- Kunstaussstellung (R)
- (R) Jahresrahmenprogramm



Handlungsdosis

Die richtige Handlungsdosis für das jeweilige Ziel ist wichtig. Die PERSPEKTIVEN begannen mit einer großflächigen Arbeit im öffentlichen Raum, die verschiedenste Akteursgruppen erreichte und den Leerstand thematisierte. Das Format »Festival« wiederum ermöglicht ihnen seit 2013 die nötige Programmdichte, die für die Erreichung ihrer mittlerweile umfangreicheren Ziele notwendig ist. Der Ausnahmezustand ist wichtig, um Aufmerksamkeit zu generieren und die Energien zu bündeln, damit sich die Netzwerke während des restlichen Jahres weiterentwickeln und setzen können.

POTENTIALe Feldkirch

Fallbeispiel 2

Allgemeines

Einführung

Entwicklung

Konzeptfindung

Ziele

Finanzierung

harte & weiche Faktoren

Hemmnisse

Förderliche Faktoren

Stadtentwicklung

Einführung

Die POTENTIALE wurden 2015 vom Stadtmarketing Feldkirch gegründet. Das »Festival zur Stadtraumgestaltung und -entwicklung« entstand aus der Designmesse »Art-Design Feldkirch«, die nunmehr Teil der Programmschiene des Festivals ist, und wurde von den damaligen beiden ArtDesign-Direktorinnen konzipiert. Nachdem im Zuge der Messe einige Interventionen im Stadtraum durchgeführt wurden, bemerkte das Stadtmarketing, dass sie durch solche Projekte sehr viel für die Entwicklung der Stadt beitragen können. Um diesen Handlungskonzepten mehr Wertigkeit zu geben, entschlossen es sich, ein Format zu entwickeln, das zwar weiterhin die ArtDesign beinhaltet, jedoch durch andere Programmschienen die Identitäten und Potenziale der Stadt in den Fokus rückt.



Von der Messe zum Festival

Ähnliche wie bei den PERSPEKTIVEN, die ursprünglich reine Fotoausstellung im öffentlichen Raum war, entstand auch die POTENTIALE aus einem anderen Handlungsformat, nämlich einer Messe, heraus. Der Grund dafür lag in der Änderung der äußeren Einflussfaktoren und der damit verbundenen Zielsetzungen.

Ein Festivalformat erlaubt, einen komplexen Zielkatalog mithilfe von verschiedenen Programmschienen parallel zu bedienen und trotzdem eine Gleichwertigkeit aller Elemente zu schaffen. Zusätzlich können neue Handlungsformate problemlos integriert werden. Die programmatische und zeitliche Dichte erzeugt eine spezielle Energie und Aufmerksamkeit, die wichtige Impulse ermöglichen. Diese können wiederum im Anschluss, nach dem »Ausnahmestand«, weitergesponnen werden



Feldkirch

Ort

Feldkirch, Vorarlberg
ca. 32.900 Einwohner¹

Initiatoren

Stadtmarketing Feldkirch

offizieller Veranstalter

Stadtmarketing und Tourismus
Feldkirch GmbH

Gründung

2015 (Vorläufer 1980)

Dauer

jährlich, 21 Tage,
Ende Oktober/Anfang November

Finanzierung

Stadt Feldkirch, Kulturabteilung Vorarlberg, private Sponsoren

Ziele

Stadtraum aktiv mitgestalten,
Leerstand thematisieren,
Plattform schaffen, u.a.

¹ <https://de.wikipedia.org/wiki/Feldkirch>
(aufgerufen am 1.5.2017)

Entwicklung

1980

Die erster Vorarlberger Kunst- und Antiquitätenmesse wurde u.a. von Traugott Schneidtinger gegründet und fand jährlich im Festspielhaus Bregenz statt.

2002

Die Messe zog in das alte Montforthaus² nach Feldkirch und ihr Konzept wurde durch zeitgenössische, angewandte und bildende Kunst erweitert. Durch die Fusionierung der Kunst- und Antiquitätenmesse (KAM) und dem Vorläufer der ArtDesign (art) entstand die KAMart.

2007

Wieder entwickelte sich das Format weiter und aus der KAMart wurde die ArtDesign mit rein zeitgenössischen Inhalten. Der Antiquitätenbereich musste weichen, die Bereiche Mode und Design kamen hinzu.

2012

Die ArtDesign war gezwungen, den Standort wechseln, da der Abriss des alten Montforthauses vollzogen und der Neubau in Vorbereitung war. Diese Veränderung nutzte das Festivalteam, um die Messe weiterzuentwickeln. Das Reichenfeld-Areal³ diente als neue Heimstätte und erstmalig wurden nicht nur vier Häuser (Pfortnerhaus, Landeskonservatorium, Altes Hallenbad, Musikschule) genutzt. In Teilen des Außenraumes konnten Kunstinterventionen entdeckt werden.

2013

Die ArtDesign wollte auch im Außenraum sichtbar werden und beauftragte das Architekturkollektiv »Kompott« mit einer räumlichen Intervention. Nach einer Feldstudie entstand das Feldhotel⁴, ein programmatisch begleiteter, konsumfreier Raum, der trotzdem genug Freiraum für die aktive Beteiligung von Besucherinnen und Besuchern an den Handlungskonzepten lässt.

2014

Das Messeformat kämpfte erstmals mit einem Besucher-rückgang. Ursache wurde unter anderem in der neuen

»Die Messe machte 2012 mit dem Umzug in das Reichenfeld-Areal einen extremen Entwicklungsschritt: ausmisten, ausbrechen, den Staub wegwischen.« (J. Bernkopf)

Anmerkung

Die Zitate dieses Fallbeispiels stammen von der ehemaligen Festivaldirektorin Johanna Bernkopf (Interview vom 2.9.2016) und dem Geschäftsführer des Stadtmarketings, sowie des Montforthauses, Edgar Eller (Interview vom 12.11.2016).

2 altes Montforthaus (2012 abgerissen) © VOL.AT, Simon Vonbank



3 Reichenfeld-Areal, Pfortnerhaus und Landeskonservatorium © Stadtmarketing Feldkirch



4 Reichenfeld-Areal, Feldhotel, 2013 © Kompott



*»Die ArtDesign wurde immer größer und es passierte immer mehr im Außenbereich. Zum Teil gingen die Themen auch in die Stadt hinein. Anfang 2015 stellten wir dann fest: Die ArtDesign ist mittlerweile so groß geworden und das, was früher unter Rahmenprogramm lief – das Feldhotel z.B., das mittlerweile sogar auf Reisen geht, weil es so viel Anklang gefunden hat – wird immer wichtiger. Durch die Kategorisierung als ›Rahmenprogramm‹ verliert es aber enorm an Wertigkeit. Wir mussten diesen Dingen somit eine neue Plattform bieten.«
(J. Bernkopf)*

5 Dornbirn, Konsummesse Gustav, 2016 © 2017 Messe Dornbirn GmbH



6 POTENTIALe, Reichenfeld-Areal, Altes Hallenbad (links), Stummfilmkino (rechts), 2016 © POTENTIALe



Genussmesse »Gustav – Internationaler Salon für Konsumkultur«⁵ in Dornbirn gesehen, die seither zur selben Zeit ähnliche Produkte und Marken präsentiert – allerdings in einer klassischen Messehalle.

2015

Das Team rund um die ArtDesign stellte fest, dass das Rahmenprogramm, das neben der Messe stattfand, mittlerweile immer wichtiger wurde und viele erfolgreiche Interventionen und Impulse – z.B. das Feldhotel – im Außenraum initiiert werden konnten. Die Kategorisierung unter »Rahmenprogramm« würde aber der Wertigkeit nicht entsprechen. Es war also an der Zeit, das Format wieder weiterzuentwickeln und ein neues Konzept zu schaffen, das gleichwertige Programmschienen ermöglicht. Ein weiterer Grund für die Weiterentwicklung war, dass reine Messeformate es in Zukunft immer schwerer haben, erfolgreich zu bleiben.

Die beiden damaligen Festivalleiterinnen zogen sich in das Buddhistische Kloster in Felkirch zurück, um ein neues Format auszuarbeiten.

Das Ergebnis sah ein 21-tägiges Festival mit verschiedenen Programmschienen vor – alles unter dem Aspekt der Stadtgestaltung und -entwicklung. Namensgebend war der neue Fokus, nämlich Potenziale der Stadt finden und diese temporär mittels einer neuen Funktion zu aktivieren: POTENTIALe⁶. Die ArtDesign ist seither nur noch einer von vier Programmschienen des Festivals und deckt die Bereiche Design, Fotografie und Medienkunst ab. Alles was davor unter »Rahmenprogramm« lief, bekam eine eigene Plattform.

Das Reichenfeld-Areal blieb Zentrum des Festivals, aber der Stadtraum sollte noch viel mehr eingebunden werden. Die für Festivals ungewöhnliche Jahreszeit blieb mit Ende November, Anfang Oktober ungefähr gleich. Auch die ArtDesign fand in den Jahren davor zu dieser Zeit statt.

2016

Nach dem erfolgreichen Start im vorigen Jahr, fand die POTENTIALe zum zweiten Mal statt. Wieder wurden leerstehende Wohnungen bespielt und Interventionen im Stadtraum luden die Besucherinnen und Besucher ein, neue Potenziale zu entdecken.

Ziele

Die Ziele änderten sich während des Prozesses vom Messe- zum Festivalformat vorerst eher unbewusst. Mit dem Umzug 2012 vom alten Monforthaus in das Reichenfeld-Areal konnten Räume wie das Landeskonservatorium bespielt werden, die vorher noch nie in diesem Kontext zugänglich waren. Räume wurden plötzlich nicht mehr nur in ihrer ursprünglichen oder alltäglichen Funktion genutzt, sondern wurden temporär »umcodiert«. 2013 entschied sich die ArtDesign mit einem großen Projekt in den Stadtraum zu gehen, um die Sichtbarkeit zu verbessern. Eine von den beauftragten Architekten durchgeführte Feldstudie diente dazu, die Stadt und ihre Bewohnerinnen und Bewohner kennenzulernen und deren Bedürfnisse zu erforschen. Resultat war das Feldhotel: Ein konsumfreies Festivalzentrum, in dem Programm und Suppe angeboten wurde und das alle einlud, den Raum zu bespielen.

Diese kleinen Entwicklungsschritte führten dazu, dass der Zielekatalog erweitert und an die neuen Gegebenheiten angepasst wurde. In ihrer Konsequenz waren diese Ziele durch ein Festivalformat nicht erreichbar, weshalb ein neues Rahmenformat entwickelt werden musste.

Das Stadtmarketing möchte durch kulturelle Interventionen in der Stadt Impulse setzen. Räumliche Potenziale sollen zugänglich und temporär mit einer neuen Bedeutung aufgeladen werden. Durch das Aufzeigen solcher Räume und Nutzungen, sollen Leute aktiviert werden, selbst nach Potenzialen in ihrer Stadt zu suchen.

Die POTENTIALE will aber auch Möglichkeiten schaffen, die den Austausch und die Vernetzung innerhalb der Kreativwirtschaft oder zwischen anderen AkteurlInnen ermöglichen und fördern. Die Kooperation mit der regionalen Kulturszene ist ein weiteres Anliegen um die Vielfalt, also das nicht-monetäre Kapital von Feldkirch, abbilden zu können.

Die POTENTIALE will langsam wachsen und setzt dabei auf eine langfristige Entwicklung der eigenen Identität. Das Stadtmarketing will kein Spektakel für Touristen schaffen. Aufgrund der Tatsache, dass sich das Budget aus Steuergeldern zusammensetzt, möchte es verantwortungsvoll damit umgehen.

Ziele

Stadtraum aktiv mitgestalten

Leerstände thematisieren und nutzen

Plattform für Kreativwirtschaft, junge Kunstschaffende schaffen

Identitäten und Potenziale der Stadt aufzeigen

Kooperation und Vernetzung mit der Kulturszene

Format auf Vorarlberg ausweiten

Nicht-Ziele

Mietgeschäft ankurbeln

»Wenn das Stadtmarketing eine Messe macht, muss das etwas mit dem Thema Stadt zu tun haben.« Sonst gibt es keinen Legitimationsgrund, öffentliches Geld dafür zu investieren. Es sei denn, es gibt so hohe Nächtigungszahlen, eine so hohe Umwegrentabilität damit man das mit den Besucherzahlen argumentieren kann. Es geht also sehr stark um Kreativwirtschaft und um Netzwerke bei der ArtDesign.«
(E. Eller)

»Stadtraumgestaltung- und -entwicklung war bisher nie unser erklärtes Ziel. Wir merkten das durch Projekte wie das Feldhotel oder die Bespielung von ungenutztem Raum. Durch die ArtDesign kamen Menschen ins Landeskonservatorium, die vorher noch nie dort waren. Jeder war so begeistert von den tollen Räumen. Dieses »etwas anders wahrnehmen« macht sehr viel aus für eine Stadt. Auf einmal werden auch andere Menschen aktiv und machen sich Gedanken über ihre Stadt und wie ich mich beteiligen kann. Das verstehen wir unter Stadtraumentwicklung, die Spuren hinterlässt.«
(J. Bernkopf)

»Es soll etwas vom Festival zurückbleiben. Unser Budget stellt sich aus Steuergeldern zusammen und ich finde, man hat daher eine Verantwortung den Leuten gegenüber, die hier leben.«
(J. Bernkopf)

»Das Format könnte man langfristig gesehen auf Vorarlberg ausweiten. Frastanz war 2016 Projektpartner. Die Druckwerkstatt in Lustenau möchte das z.B. auch gerne werden. Vielleicht heißt es irgendwann POTENTIALe Vorarlberg.« (J. Bernkopf)



Ziele an die Gegebenheiten anpassen

Die POTENTIALe startete mit einem genau definierten Zielekatalog. Durch die Praxiserfahrung und die sich transformierenden äußeren Umstände, müssen diese immer wieder überdacht und neu formuliert werden. Nur durch exakte Zielsetzungen, können gezielte Umsetzungsmaßnahmen geplant werden.

Das ursprüngliche Ziel, nämlich die Stärkung der Kreativwirtschaft in Feldkirch, blieb seit Gründung der Messe »ArtDesign« unverändert. Durch die Implementierung von kleinen Projekten im Stadtraum und die alternative Nutzung von Räumlichkeiten, stellte das damalige ArtDesign-Team aber fest, dass dadurch die Wahrnehmung der Menschen ihrer Stadt gegenüber anders wurde und diese sich plötzlich Gedanken über ihre Stadt machten. Diese veränderten Gegebenheiten führten zur Neuausrichtung des Zielekataloges und mündeten im neuen Format »POTENTIALe«, das ihren Fokus nun auf Stadtraumentwicklung legt.

Konzeptfindung

Die Konzeptfindung für das neue Festival war ein schwieriges Unterfangen für die beiden damaligen Festivalleiterinnen, da dies während des »Live-Betriebes« geschehen musste. Eine einjährige Pause des Veranstaltungsformates, um mehr Zeit für die Ausarbeitung zu haben, wurde von den politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern nicht genehmigt. Die beiden zogen sich daraufhin Anfang 2015 auf Klausur in das Buddhistische Kloster in Feldkirch zurück und mussten viele Meinungsverschiedenheiten und persönliche Grenzen überwinden.

Das Rahmenprogramm kam bisher sehr gut bei den Besucherinnen und Besuchern an. Diese Formate sollten in Zukunft im Fokus stehen damit der Stadtraum mit seinen Potenzialen intensiver thematisiert werden kann. So entstand auch der neue Festivalname »POTENTIALE«. Eine weitere Bedingung war, dass die ArtDesign bestehen bleiben muss. Die Ausrichtung wurde allerdings überarbeitet und an die geänderten Rahmenbedingungen angepasst.

Im Vorfeld wurde der Markt in Österreich analysiert. Was gibt es schon? Wo können Nische gefunden werden? Wo liegt die Schwerpunktsetzung? Anschließend wurden Bereiche aussortiert, gebündelt und gegebenenfalls erweitert. Die bildende Kunst wurden z.B. gestrichen, da es bereits andere Festivals mit diesem Schwerpunkt gibt. Auch der musikalische Bereich wurde aufgrund des Poolbar-Festivals im Reichenfeld-Areal ausgeklammert. Letztendlich blieben Design, Fotografie und Medienkunst für die ArtDesign, die nunmehr in eine der Programmschienen eingegliedert war, übrig. Stadtraumentwicklung sollte das übergeordnete Thema werden.

Letztlich wurde das neue Format folgendermaßen definiert:

»Bereits seit Jahren beschäftigen wir uns strategisch mit einer fundamentalen Stadtbelegung in Feldkirch. Fundamental im Sinne der humanistischen Wurzeln Feldkirchs. Belegung im Sinne einer kulturellen Vielfalt.

! ■ *»Will ich die Masse kurzfristig mit einem Konzept abholen, das ein Ablaufdatum hat oder will ich aktiv und langfristig was im Stadtraum verändern?« (J. Bernkopf)*

! ■ *»Man darf nicht vergessen, dass die ArtDesign eine Verkaufsausstellung ist – das heißt, die AusstellerInnen müssen verkaufen. Mit einem umfangreichen Rahmenprogramm lenkt man die Besucherinnen und Besucher vom Kaufen ab. Wir müssen uns also darauf konzentrieren, dass die ArtDesign als Messe funktioniert. Die Entwicklung dieser klassischen Verkaufsmessen ist momentan sehr kritisch und sie werden vielleicht in ein paar Jahren nicht mehr in dieser Form existieren. Wir müssen also das Wissen, das wir uns angeeignet haben, nutzen und ein geeigneteres Format ins Leben rufen.« (J. Bernkopf)*

Vor allem in der Stadt aber genauso jenseits der Grenzen, die Feldkirch und das Rheintal umgeben, gilt es unsere Relevanz mit einem nachhaltigen Programm sichtbar zu machen.

Die Stadt als öffentlicher Raum und die POTENTIALE als Festival zur Stadtraumgestaltung und -entwicklung schafft Möglichkeitsräume - die atmosphärisch aufgeladen werden. Die Identitäten und Potenziale der Stadt in ihrer Vielfalt werden abgebildet und diskutiert und nachhaltige Nutzungskonzepte fokussiert.

Kooperationen mit der regionalen Kulturszene sind daher ebenso wichtig wie die Vernetzung mit Kunst- und Kulturschaffenden im In- und Ausland.«⁷



Konzeptfindung

Da die POTENTIALE aus Steuergeldern finanziert und von der Stadt Feldkirch veranstaltet wird, war bei der Konzeptionierung eine höhere Professionalität gefragt, als das bei privat initiierten Festivals der Fall ist. Letztendlich entscheiden hier – im Gegensatz zu Bottom-Up-Projekten – die politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern, ob das Konzept genehmigt wird oder nicht. Die für die Erarbeitung des Konzeptes notwendige Expertise war im Team vorhanden. Recherchen im Vorfeld, definierte Programmpunkte sowie gewisse Rahmenbedingungen lieferten die Basis. In Feldkirch war es förderlich, dass sich die Stadt der Wichtigkeit der ArtDesign bewusst war. Folglich konnten sich die damaligen Festivaldirektorinnen bei ihrem neuen Konzept »weiter aus dem Fenster lehnen« als das bei einer völlig neuen Veranstaltung der Fall gewesen wäre. Die Angst vor dem Scheitern konnte durch den Bekanntheitsgrad der ArtDesign eingedämmt werden. Weiters entstand das Format nicht künstlich, sondern bezog bestehende Identitäten und Handlungsformate mit ein.

Die 4 Programmschienen der POTENTIALE

MESSE

»AusstellerInnen aus den Bereichen Design und Fotografie zeigen im Reichenfeld ihre Arbeiten, laden zum Ideenaustausch ein und bieten ihre Produkte zum Verkauf an.«

TALENTE

»Hochschulen, Studierende und Design-Newbies präsentieren ihre aktuellen Projekte und zeigen unterschiedlichste Möglichkeiten der Zwischennutzung temporärer Leerstände auf.«⁷

PROJEKTE

»Temporäre Installationen und Aktionen im öffentlichen Raum bekommen eine Plattform um sich auszuprobieren. Potentiale Projekte sind ungebundene Gäste, die plötzlich aufkreuzen, nicht mehr weg wollen und sollen.«

NETZWERKE

»Projekte und Veranstaltungen von NetzwerkpartnerInnen tragen maßgeblich zur Vielfalt des Festivals bei. Unternehmen, Institutionen, Vereine und Kollektive aus der Region nutzen die Gelegenheit und präsentieren sich mit für das Festival konzipierten Beiträgen.«⁷

⁷ <https://www.potentiale.at> (aufgerufen am 26.4.2017)

Finanzierung

Budgetgeber

In Vorarlberg wird das Kulturbudget, im Unterschied zu anderen Bundesländern, jährlich erhöht. Diese Grundsatzhaltung, die sowohl das Land, als auch Städte wie Feldkirch haben, führt dazu, dass kulturelle Initiativen in Vorarlberg zum einen in einer fast urbanen Dichte vorhanden sind, zum anderen erlaubt sie, kulturelle Formate in ein stadtentwicklerisches Ziel einzugliedern.

Grundsätzlich wird die POTENTIALE finanziell von der Stadt Feldkirch getragen. Für Sonderprojekte, z.B. das Feldhotel 2012, die das Budget zu sehr beanspruchen würden, stellt das Festivalteam immer einen Finanzierungsantrag bei der Landesstelle. Außerdem fördert das »Büro für Zukunftsfragen«⁸ Projekte, das sich mit der Entwicklung zukunftsfähiger Konzepte auseinandersetzt. Bei der Feldstudie – einer Befragung der Bewohnerinnen und Bewohner, die dem Bau des Feldhotels im Reichenfeld-Areal vorangegangen war – war dies z.B. der Fall. Das Festival erhält seit 2014 eine Förderung der Wirtschaftsabteilung des Landes Vorarlberg. Das Land Vorarlberg sponsert außerdem das Preisgeld des mit 3.000 Euro dotierten LAVA-Awards, einem Gestaltungspreis des Landes, der im Rahmen der POTENTIALE vergeben wird.

Private Sponsoren leisten einen weiteren wichtigen Beitrag. Firmen übernehmen z.B. oft Patenschaften für AusstellerInnen der ArtDesign, die einen ähnlichen Kontext haben. Das Organisationsteam hilft dabei, diese beiden Akteursgruppen im Vorfeld zu vernetzen.

Beim Stummfilmkino 2016 gab es ähnliche Sponsoringkonzepte: Ein Teil wurde von der Filmförderung des Landes getragen, das Alu-Gerüst wurde von einem dafür spezialisierten Unternehmen gesponsert, genauso wie die Holzteile. Grundsätzlich beteiligen sich Hauptsponsoren mit mindestens 10.000 Euro.

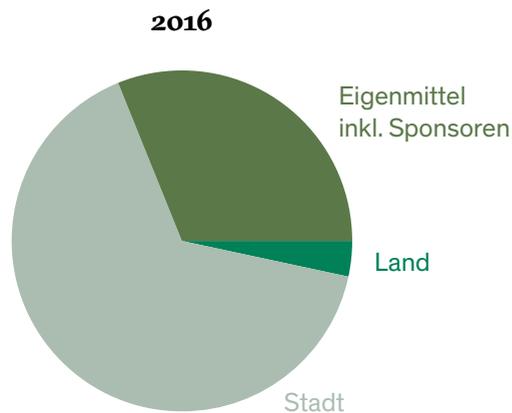
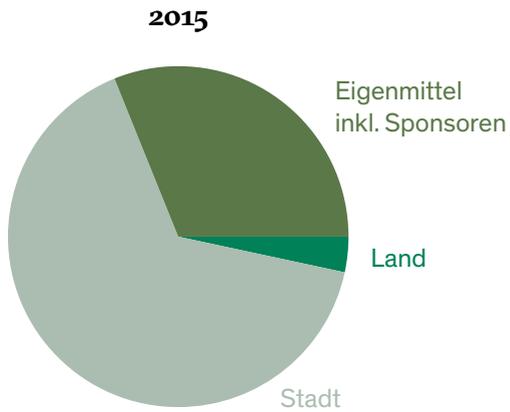
Ein großer Posten des Budgets kommen aus den Eintrittsgeldern. Ca. 12 Euro kostet ein Tagesticket. Bei ungefähr 10.000 Besuchern, die laut Festival 2016 gezählt werden konnten, macht das ca. 120.000 Euro.

»Dadurch, dass unser Festival sicherlich die Genese hat, aber wir auch diese Haltung vertreten, sind wir in der glücklichen Lage, dass wir diese Möglichkeiten haben. Das kennen wir aus Kulturhauptstadt-Diskussionen. Das ist ein grundsätzlichen kulturpolitisches Dilemma seit dem es das Kulturbudget gibt. Die öffentliche Kultur ist immer besser dotiert als die freie Szene. Feldkirch achtet da schon sehr lange drauf, dass diese Gelder gut verteilt werden.«
(E. Eller)

»Im Kulturbereich ist in Vorarlberg im Vergleich zum Rest von Österreich so viel mehr Geld vorhanden. Wo gibt es das, dass eine Person das ganze Jahr über 40 Stunden für ein Festival angestellt ist? Auch das Budget, das wir mittlerweile zur Verfügung haben ist sehr gut.«

»Wenn wir ›Sonderprojekte‹ haben – wie eben diese Feldstudie – kann man sehr gut auf Landesstellen zurückgreifen, da es um die nachhaltige Nutzung eines Areals geht. Für solche Projekte ist es meist sehr schwer, von der Stadt eine Förderung zu bekommen.«

⁸ »Das Büro für Zukunftsfragen ist eine Stabstelle im Amt der Vorarlberger Landesregierung und versteht sich als Impulsgeber und Schnittstelle für zukunftsfähige Entwicklungsprozesse: Es fördert innovative Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung. Zu diesem Zweck werden engagierte Menschen dabei unterstützt, innovative Lösungen für aktuelle gesellschaftspolitische Herausforderungen zu finden und erfolgreich umzusetzen.«
(https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/umwelt_zukunft/zukunft/buerofuerzukunftsfragen/weitereinformationen/nachhaltigeentwicklung/einfuehrung/koordinationundvernetzung.htm, aufgerufen am 26.4.2017)



»Wir bekommen jedes Jahr ein Budget von der Stadt Feldkirch. Wir bekamen immer den gleichen Betrag für die ArtDesign. 2015 wurde das Budget dann komplett gesprengt, da erstmalig die POTENTIALE durchgeführt wurden und wir trotzdem davor nicht mehr Budget bekommen hatten. Es gab dann einen ziemlichen Wirbel im Rathaus.«

»Leute wie der Bürgermeister wollen natürlich alles in Zahlen, in grünen Zahlen nämlich, vorgelegt bekommen.«
(alle Zitate von J. Bernkopf)



Förderungen

Die POTENTIALE sucht für spezielle Projekte, die nicht im Budget sind, um Förderung beim Land Vorarlberg an. Hier ist das »Büro für Zukunftsfragen« ein wichtiger Partner, das Projekte für eine nachhaltige Entwicklung finanziell unterstützt. Ein Beispiel war die Feldstudie, die herausfinden sollte, was den FeldkircherInnen im Reichenfeld-Areal fehlt. Durch die Erhebung der Bedürfnisse, war es den Architekten des Feldhotels möglich, den temporär konzipierten Raum an diese anzupassen und dadurch neue Qualitäten für das Reichenfeld-Areal zu schaffen.

Budgeterhöhung

Das Budget der Stadt Feldkirch, das für die ArtDesign veranschlagt wurde, war immer gleich hoch. Als 2015 aus dem dreitägigen Messeformat ein dreiwöchiges Festival wurde, wollte die Stadt daran vorerst nichts ändern. Das Organisationsteam benötigte aber für ihr Programm das Doppelte. Daraufhin gab es eine Vorladung des Bürgermeisters, der eine Erklärung für die Mehrkosten verlangte. Die Festivalverantwortlichen mussten sich gut auf den Termin vorbereiten. Eine Statistik mit Übernachtungszahlen der ArtDesign aus dem Jahr 2013 diente als quantitative Basis für die Argumentation. Ein weiteres Argument war, dass die ArtDesign aufgrund ihrer Bekanntheit und ihrer Netzwerke ein wichtiger Standortfaktor für Feldkirch ist.

Mit diesen Sicherheiten im Hintergrund ging die Verhandlung im Endeffekt auch positiv für das Festival aus. Die Mehrausgaben von 2015 wurden somit genehmigt und seit 2016 wird von der Stadt das doppelte Budget veranschlagt.



Finanzierung

Die POTENTIALE hat den Vorteil, dass sie in ein Umfeld eingebettet ist, das Kultur als wichtigen Motor für die Entwicklung der Stadt ansieht. Sowohl die Stadt Feldkirch, die das Kulturfestival zu fast zwei Dritteln finanziert, als auch das Land Vorarlberg fördern kulturelle Initiativen wie diese mit einem verhältnismäßig großen Budget. Daher kann die POTENTIALE nicht nur ein komplexes Programm bieten, viele Kooperationspartnerinnen und -partner integrieren und finanziell aufwändige Projekte wie das Stummfilmkino ermöglichen; der wichtigste Vorteil ist, dass das Festivalteam angestellt ist und für ihre Arbeit bezahlt wird und die Kunstschaffenden ebenfalls monetär honoriert werden können. Eine weitere wichtige Finanzierungsquelle sind die Eintrittsgelder sowie die privaten Sponsoren, die aufgrund des öffentlichen Veranstalters, nicht schwer zu finden sind.

*»Ich lege dann der Geschäftsführung des Stadtmarketing das Budget vor, das dann an den Bürgermeister weitergeht. Meistens muss ich dann nochmals persönlich zu ihm, um zu erklären, wieso wir das Budget benötigen. Wenn ich dann aufzähle, was es alles nicht geben wird ohne ein bestimmtes Budget, wird meist drauf eingegangen.«
(J. Bernkopf)*

Harte und weiche Faktoren

»Es gibt natürlich Kennzahlen. Wenn wir jetzt zum Beispiel merken würden, dass die Besucher Kennzahlen jedes Jahr weniger werden, hätten wir trotzdem was falsch gemacht, bei aller Liebe zur Stadt. Die Anzahl der Netzwerkpartner müssten eigentlich kontinuierlich wachsen, ohne dass wir sagen, sie müssen jedes Jahr um 5% steigen. Dann müssten wir krampfhaft noch zwei Vereine suchen damit ich meine Kennzahlen erreiche. Aber wenn das Netzwerk stabil ist, knüpfen sich automatisch neue Initiativen an. Dann gibt es in diesem Bereich natürlich viele weiche Faktoren, bei denen ich ein großer Gegner bin, diese in Kennzahlen zu messen. Ich vergleiche das gerne mit der Musik. Die Qualität des Musikunterrichts misst sich sicherlich nicht an der Anzahl von Teilnahmen an Prima La Musica Wettbewerben. Das misst nicht die Liebe des Spielenden zu seinem Instrument. Aber gewisse Kennzahlen, die nur die Performance angehen, sind schon wichtig – Ausstellerumsätze z.B. Wenn die kein Geschäft machen, fehlt uns die Budgetierung und dann können wir unsere Netzwerkpartner auch nicht mehr bedienen. Natürlich geht es auch ums Geld.« (E. Eller)

»Harte Faktoren«, z.B. Nächtigungszahlen oder die Anzahl der Netzwerkpartner, lassen sich leicht in sogenannten Kennzahlen ausdrücken, die nach ökonomischen Aspekten ausgewertet werden.

Im Unterschied dazu können »weiche Faktoren« schwer gemessen werden, da sie primär auf subjektiver, nicht objektiver, Einschätzung und Bewertung basieren. Beispiele wären die Qualität des Veranstaltungsprogrammes oder die Atmosphäre, die in der Stadt vorherrscht. Situative Kulturfestivals setzen allerdings primär bei diesen weichen Faktoren an. Dies macht eine Evaluierung, die als Argumentationsgrundlage für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger wichtig ist, sehr schwer.

Da die POTENTIALE von der Stadt Feldkirch veranstaltet wird, müssen auch einige »harte Kennzahlen« stimmen. Die Besucher Kennzahlen sind ein wichtiges Indiz für den Erfolg des Festivals, außerdem ist es dem Stadtmarketing ein großes Anliegen, dass die Anzahl der Netzwerkpartner kontinuierlich steigt. Auch die Umsätze der ArtDesign-Aussteller sind ein wichtiger Faktor für die Gesamtbudgetierung des Festivals.

Der Geschäftsführer des Stadtmarketings Feldkirch betont aber auch, dass es für ihn keinen Sinn macht, weiche Faktoren in Kennzahlen auszudrücken, da Qualität und Quantität einander nicht ausschließen, aber auch nicht in direktem Verhältnis stehen.



harte und weiche Faktoren

Auch wenn die Erfolge von situativen Kulturfestivals oftmals nur durch Mikro-Interventionen und qualitative, atmosphärische Effekte ablesbar sind, spielen die sogenannten »harten Faktoren«, also quantitativ messbaren Effekte, eine große Rolle, um kulturelle Initiativen wie die POTENTIALE bei politischen Entscheidungsträgern zu legitimieren. Da die Stadt Veranstalter ist, muss das Budget vom Stadtrat abgesegnet und die Zahlen dem Bürgermeister vorgelegt werden.

Wichtige messbare Faktoren sind bei der POTENTIALE die Umsätze der ArtDesign-Ausstellenden, die Anzahl der Netzwerkpartnerinnen und -partner sowie der Besucherinnen und Besucher. Die Umsätze der Ausstellenden sind besonders wichtig für die Budgetierung des Festivals. Würden diese Zahlen nicht steigen, hätte das Konsequenzen zur Folge.

Hemmnisse

»Anfänglich war die Genussmesse Gustav ein Hemmnis. Sie wurde dann aber sehr schnell als Bereicherung gesehen. Aufgrund der Gustav haben wir anfangen müssen, unsere Inhalte und Formate zu hinterfragen. Sind wir noch am Puls der Zeit? Was sind unsere Ziele?«

»Die Entwicklung im Live-Betrieb ist sehr, sehr schwierig. Wir haben vorgeschlagen, dass wir 2015 pausieren und erst 2016 starten, aber das wurde uns untersagt. Es würde dann so wirken, als hätten wir das Festival nicht hinbekommen.«

»Die Stadt wünscht sich, dass wir alle Einheimischen abholen. Das ist für mich ein ländliches Phänomen. Jeder kennt jeden und die Filzschuheausstellerin geht dann zum Bürgermeister und sagt: ›Die Jury hat mich nicht genommen, kannst du da nicht was machen?‹. Wir bekommen dann einen Anruf vom Bürgermeister: ›Die Person muss ausstellen, das ist ja meine Wählerin.‹ Das sind arge Hemmnisse. Man kann nie frei agieren, es muss immer dem Bürgermeister, dem Finanzstadtrat und dem ganzen Gremium passen. Es geht um parteipolitische Themen.«



Genussmesse »Gustav«

2014 fand die Genussmesse erstmalig in der Messehalle in Dornbirn statt. Durch einige Überschneidungen im Konzept- und Ausstellerbereich, war auf der ArtDesign ein Besucherrückgang spürbar.

Konzeptentwicklung im »Live-Betrieb«

Anfang 2015 musste das Konzept für das neue Festivalformat quasi im »Live-Betrieb« entwickelt werden. Der zeitliche Druck führte dazu, dass sich das Team überfordert fühlte und an ihre Grenzen stieß. Ihr Vorschlag, ein Jahr zu pausieren, um das Konzept ausarbeiten zu können, und dann 2016 mit der POTENTIALE zu starten, wurde von der Stadt nicht akzeptiert.

Informationszugang zu Leerstand

Im ersten Jahr war es sehr schwierig, Informationen zu städtischem Leerstand zu bekommen. Die dafür zuständige Vermögensverwaltung wusste noch nicht, wie sich die temporäre Nutzung auswirken würde und reagierte mit anfänglichem Misstrauen.

Politik

Das größte Hemmnis ist allerdings die Stadt, die auf der einen Seite Auftraggeberin ist, auf der anderen Seite aber teilweise sehr kritisch und negativ agiert.

Die AusstellerInnen werden durch eine Jury ausgewählt, um dem Qualitätsstandard gerecht zu werden. Es gibt aber Fälle, in denen sich BewerberInnen, die von der Jury nicht gewählt wurden, an den Bürgermeister wenden – »man kennt sich ja« – und darum bitten, doch ausstellen zu dürfen. Dieser Wunsch wird wiederum an das Festivalteam mit der Aufforderung, diesem nachzukommen, herangetragen. Das sind laut Festivalleitung extreme Hemmnisse für das Team, da es immer auf Befindlichkeiten reagieren muss und ihre die Arbeit ständig in Frage gestellt wird.

Ende 2015, nach der ersten Ausgabe der POTENTIALE, wurde die Festivalleitung zum Bürgermeister zitiert. Das neue Festivalkonzept und die »Verwirklichung von privaten Visionen« wurde scharf kritisiert. Seither müssen der

politischen Entscheidungsträgerschaft alle Inhalte vorgelegt werden, um sie abzusegnen zu lassen. Ein Beispiel für so ein Dokument ist ein Aktenvermerk der damaligen Festivalleitung für den Bürgermeister, in dem sämtliche Ziele und Inhalte nochmals aufbereitet und begründet werden mussten.⁹

Budget

2015 gab es keine Budgeterhöhung, obwohl die POTENTIALE drei Wochen lang stattfand und die ArtDesign davor nur drei Tage. Dementsprechend konnte der Rahmen nicht eingehalten werden, was nach schwierigen Verhandlungen aber dazu führte, dass das Budget seit 2016 verdoppelt wurde. Ein geringes Budget kann aber auch förderlich sein, da es kreativer macht und die Netzwerke eher genutzt werden.

späte Veranstaltungsgenehmigung

Im ersten Jahr der POTENTIALE wurde die Genehmigung vom Finanzstadtrat erst so spät erteilt, dass bis Juli keine Werbung gemacht werden konnte. Auch das Ansuchen um weitere Förderungen war dadurch nicht möglich. Wiederum lag der Grund in diversen Befindlichkeiten der politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern.

Kommunikation

Die POTENTIALE und ihre neuen Programmschienen an Leute zu kommunizieren, die vorher die ArtDesign kannten, ist sehr schwer und die Inhalte werden derzeit nur schlecht nach außen kommuniziert. Das ist ein großes Hemmnis, an dem das Festivalteam gerade arbeitet. 2016 wurde in Zusammenarbeit mit einer Schweizer Kommunikationsagentur eine Sonderausstellung mit einem bekannten schweizer Textildesigner organisiert und beworben, um auch Besucherinnen und Besucher aus der Schweiz anzusprechen.

»Ich weiß genau, dass ich am Tag nach der Veranstaltung – manchmal auch am selben Tag – wieder in das Büro des Bürgermeisters zitiert und kritisiert werde. Letztes Jahr war es sehr schlimm für mich, dieses Jahr weiß ich, was auf mich zukommt.«



Hemmnisse

Die ArtDesign kämpfte 2014 erstmals mit einem Besucherrückgang, der auf eine ähnliche Messe in Dornbirn zurückgeführt wurde. Dieses Hemmnis wurde schließlich als Vorteil gesehen, da es Auslöser für das neue Konzept der POTENTIALE war. Die POTENTIALE wird von der Stadt veranstaltet. Daher kann die Festivalleitung nicht frei agieren. Größtes Hemmnis ist, obwohl beide Parteien die selben Ziele verfolgen, die Stadt selbst. Unterschiedliche Auffassungen von Prioritäten, Qualitäten und Inhalten führen oft zu Konflikten. Auch persönliche Befindlichkeiten, parteipolitische Angelegenheiten und Wünsche von potentiellen WählerInnen sind immer wieder Thema. Ein großes Hemmnis ist außerdem die Kommunikation. Es fällt der Festivalleitung schwer, die neuen, komplexeren Inhalte nach außen zu kommunizieren und die Entwicklung von der ArtDesign zur POTENTIALE zu erklären. Das Budget war anfänglich ein Problem. Die Festivalleitung entschied sich gegen eine Einhaltung des vorgegebenen Rahmens und erhält seither den benötigten Betrag.

Gespräch vom 16. Dezember 2015

Anwesend:

Fragen

a) Welches Entwicklungspotential haben die POTENTIAle und die ArtDesign? In welchem Zusammenhang steht dieses Potential mit den Zielen und Visionen eines Stadtmarketings der Zukunft im Allgemeinen und für Feldkirch im Speziellen?

b) Was lässt sich daraus für die Konzeption 2016 ableiten?

Reflektion

a) Die Geburtsstunde des Europäischen Stadtmarketings liegt zum einen in der gemeinsamen Bewerbung von (Einkaufs)städten durch deren Handelstreibende und zum anderen in der Weiterentwicklung der touristischen Organisations-einheiten („Dorfverschönerungsverein“) Neben klassischem Marketing wurde hierfür verstärkt auf die Abhaltung von Events als Unterhaltung und Bespaßung der Besucher und Bevölkerung gesetzt.

Manchen Städten genügte das reine Spektakel, anderen war von Beginn an wichtig, dass die Veranstaltungen „zur Stadt passen“. Unserer Ansicht nach hat Feldkirch hier bereits sehr früh eine Vorreiterrolle des „passenden“ eingenommen.

Je stärker Stadtmarketing sich mit der Frage des „was passt“ auseinandersetzt, desto stärker ist sein Auftrag, an der Positionierung und Markenbildung der Stadt zu arbeiten.

Da das „passende“ für die Stadt jedoch nie von außen aufgesetzt werden darf oder kann, muss es von innen heraus mitgestaltet werden. Aus diesem Grund bedeutet Stadtmarketing der Zukunft im weitesten Sinne auch Stadtentwicklung und somit die Erweiterung der Möglichkeiten. Daraus resultiert mehr Lebens- und Freiraum, es entstehen Bühnen für Aktionen und Chancen für (neue) Nutzungen.

Bestehendes wird erhalten und hervorgehoben, Neues nachhaltig integriert

Wir sprechen bei dem zur Stadt passenden auch gern von Identität(en). Natürlich haben selbst Kleinstädte wie Feldkirch mehrere Identitäten, die sich noch dazu im ständigen Wandel bzw. in einer Entwicklung befinden.

Aufgabe des Stadtmarketings muss daher sein, jene relevanten Identitäten herauszuschälen, die in der Außenwahrnehmung positiv wahrgenommen werden, die besonders genug sind um als Marke funktionieren zu können (Damit werden die anderen „Charaktereigenschaften“ der Stadt nicht geringgeschätzt. Sie sind eben nur nicht Aufgabe des Stadtmarketings)

Als einer der relevanten Themen für Vorarlberg, die Feldkirch aufgrund seiner Haltung gut besetzen kann, ist das der Vernetzung der Kreativwirtschaft. Diese hat für den Wirtschaftsraum eine wichtige Katalysatorwirkung.¹ Daher wurde bereits im Herbst 2009 gemeinsam mit Vertretern der Stadt die Schärfung des Profils der Messe in diesem Bereich definiert.

Ein weiterer aktueller Trend zeigt, dass kreative Gruppen von der Großstadt in den ländlichen Raum ziehen. Wobei sie ihr kreatives Potential natürlich auch am neuen Standort verstärkt einbringen wollen. Diesen Gruppen können wir potentielle Möglichkeiten bieten. Es geht bei der Vernetzung von Kreativwirtschaft also um eine gesamtstädtische Entwicklung, um Bildung, Forschung und Entwicklung in allen Bereichen, die für eine Stadt notwendig sind. Perspektiven, die mit Feldkirch in Verbindung stehen werden dadurch gestärkt und nicht nur Highlights für einen kurzfristigen touristischen Fokus.

Durch Netzwerke wie die der POTENTIAle und der ArtDesign, wird auch das Wissen von Weggezogenen genutzt und mit ihnen sowie ihren Netzwerken die Stadt für „HeimkehrerInnen“ attraktiv.

Neue Beziehung von Handel zu Konsument

Aktuelle Studien des *Osterreichischen Wissensnetzwerk Innenstadt* zeigen, wie stark sich der klassische Handel aufgrund des Onlinehandels derzeit wandelt. Neben dem

¹ In einem Artikel in der Rubrik „Kultur“ der Plattform Thema Vorarlberg – Standpunkte für Wirtschaft und Gesellschaft vom 04.07.2015 wird erläutert, dass in Regionen wie Vorarlberg, in denen Betriebe einen Zuzug an sogenannten High Potentials benötigen, ein gutes Kulturangebot die Wahrscheinlichkeit erhöht, einen hohen Anteil qualifizierter ArbeitnehmerInnen akquirieren zu können. Dieser Faktor wird vor dem Hintergrund des sich künftig noch weiter verschärfenden Fachkräftemangels weiter an Bedeutung gewinnen. Vorarlberg gehört, gemessen an seiner Einwohnerzahl, nicht nur zu den wirtschaftlich attraktivsten Regionen, sondern auch zu den kulturellen Hotspots Europas. Kulturelle Angebote eröffnen ein weites Feld und beziehen KünstlerInnen, DesignerInnen, MusikerInnen, ArchitektInnen u.v.m. mit ein, aber auch hochwertige Gastronomie, Werbefachleute, BeraterInnen etc. Demnach gehören Kultur, Kreativität und wirtschaftliches Wachstum immer zusammen gedacht und verstanden, wobei erstere auch einen Selbstzweck abseits des Messbaren erfüllen.

Verdrängungswettbewerb, der durch diesen neuen Vertriebsweg entsteht, ändert sich auch verstärkt die Beziehung des Konsumenten zum Produkt. Solange es sich um anonyme Massenprodukte handelt, gewinnt der Onlinehandel massiv an Bedeutung. Als Gegenteil steht das „besondere Stück“, bei dem der Konsument die Geschichte dahinter kennt. Den KonsumentInnen von morgen geht es schon heute um Herstellungsprozesse – sie wollen Teil sein, begreifen und nachhaltig kaufen. Aktive Bespielungen können diese Prozesse anstoßen und steuern.

Auftrag für die ArtDesign/Potentiale

Weltweit ziehen Messen und vergleichbare kulturelle Veranstaltungen, die sich in den vergangenen Jahren weiterentwickelt haben, mit ihren Konzepten in den Stadtraum und gestalten so den Stadtraum mit. (Bsp.: Salone del Gusto; Turin, Vienna Design week, Wien) Dies spiegelt unser Verständnis vom „Stadtmarketing der Zukunft“ wider, weshalb auch die Konzepte der POTENTIALe und der ArtDesign dahingehend ausgerichtet wurden.

Feldkirch wird derzeit, auch durch die Arbeit des Stadtmarketings, immer weiter und stärker mit dem Thema Creative Industries besetzt – die POTENTIALe und die ArtDesign sind dafür derzeit die bestfunktionierenden und nachhaltigsten Instrumente. Eine aktuelle Studie des *Zukunftsinstituts* im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich zum Thema „Events der Zukunft“ beschäftigt sich mit der Relevanz von Events der Zukunft und ihren Auswirkungen auf die Gesellschaft. In diesem Zusammenhang wurde die ArtDesign Feldkirch unter dem Megatrend „Events von morgen brauchen Visionen“ als best practice der Gegenwart beschrieben!

Die Stadt Feldkirch hat die räumlichen Ressourcen und es gibt viele Menschen mit Interesse und Engagement vor Ort und von außen. Diese werden durch unsere Arbeit aktiv darauf aufmerksam gemacht, vor allem durch Mehrfach- und Zwischennutzungsmöglichkeiten. So entsteht von innen heraus das Bestmögliche und Passendste für die Stadt Feldkirch. Bereits im ersten Jahr der Stadtraumbespielung etablierte sich beispielsweise ein junges Architektenduo in der Neustadt, das seit Herbst als „Aktionsraum N25“ Aktionen setzt.

Schlussendlich muss es darum gehen, dass Feldkirch jenes urbane Zentrum in Vorarlberg bleibt, von dem auch überregional gesprochen wird, wenn von (partizipativer) Kultur und Kreativität die Rede ist. Kreativität soll sich in Feldkirch langfristig und nachhaltig heimisch fühlen und zu Feldkirchs Selbstverständnis gehört es unserer Erfahrung nach, Kreativität vor Ort zu stärken und zu bündeln.

b) Durch den Abbruch des Montforthauses im Jahr 2012 und die damit einhergehende Übersiedelung der ArtDesign ins Reichenfeld passierte der erste große und bedeutende Entwicklungsschritt der Messe seit ihrem Bestehen. Der Charakter des Areals und die allgemein immer stärker werdende Konnotation als Kultur-Stadt-Quartier ließ die kreativen Potentiale der Messe stärker sichtbar werden. Damit einher ging eine enorme Wahrnehmungsverstärkung in allen Bereichen der Creative Industries, vor allem über regionale Grenzen hinaus.

Allerdings entwickelte die verstärkte Wahrnehmung als Kreativraum eine Dynamik, der die Einbindung der Projekte als reines „Rahmenprogramm der Messe“ nicht mehr gerecht werden konnte. So entwickelte sich die Idee, diesem „Rahmenprogramm“ unter einem eigenen Namen einen höheren Stellenwert einzuräumen. Darüber hinaus wurde vergangenes Jahr das kreative Potential des Areals weiter genutzt und gleichzeitig das neue Montforthaus bespielt.

Ausgehend von einer *glokalen* Denkweise und unter Berücksichtigung der regionalen Kulturlandschaft sowie internationalen Entwicklungstendenzen im Messebereich, entstand für die ArtDesign ein neuartiges Konzept mit den Schwerpunkten auf den Werkstatt-, Werkschau- und Fotobereich. Diese Schwerpunkte werden auch künftig weiterverfolgt. Nur so sehen wir nachhaltig die Möglichkeit, das Thema Creative Industries in Feldkirch authentisch zu besetzen, um uns in der dazugehörigen Szene Gehör zu verschaffen. Denn die durch unsere Arbeit dafür geschaffenen ideellen und realen Räume haben nur Bestand, wenn es dafür auch NutzerInnen gibt. NutzerInnen aus der Region und solche, die sich langfristig im Kreativbereich ansiedeln wollen.

Das Reichenfeld-Areal ist das alte und neue Zentrum der ArtDesign. Die in 2015 definierten Schwerpunkte rücken 2016 näher zusammen, um eine Besucherichte zu gewährleisten, die für den Verkaufserfolg der AusstellerInnen relevant ist, und darüber hinaus die Wahrnehmung des Areals als Kulturbezirk in Feldkirch weiter zu fördern. Hier gilt es weiterhin Impulse zu setzen, um mittel- und langfristig das Interesse neuer Veranstaltungsformate im Bereich der Kreativwirtschaft zu wecken (wie der „Feschmarkt“, der auch wegen dem guten Ruf Feldkirchs durch die ArtDesign neben Wien und Graz nun auch Feldkirch bespielt) oder auch bestehende Formate (wie das poolbar Festival) zu halten.

Mit der POTENTIALe ist es uns gelungen, ein hervorragendes Instrument für die städtische Entwicklung mit vorhandenen und neuen kulturellen AkteurInnen in Feldkirch zu schaffen. Durch das Projekt *Lost Places - vom Charme leerer Räume* und die Zusammenarbeit mit Programmpartnern vor Ort können zukünftig weitere Potentiale der Stadt aufgezeigt, neu entdeckt oder wieder wahrgenommen werden.

Der Fokus 2016 liegt darauf, jungen Kreativen eine Plattform zu geben, die Möglichkeiten von Nutzungen aufzuzeigen und somit BesucherInnen neue Zugänge vermitteln, zum Nachdenken anregen und aktuelle gesellschaftliche Themen und Strömungen erlebbar und begreifbar machen bzw. Lösungsansätze aufzeigen. Dadurch entsteht nicht nur eine temporäre Belebung mit Mehrwert, sondern darüber hinaus auch ein Anstoß zur nachhaltigen Nutzung von vorhandenen Räumlichkeiten im suburbanen Raum. Dieser Anstoß treibt eine dynamische Stadtbelebung und Entfaltung im kulturellen Sektor voran und ist Grundbedingung, um diese überhaupt zu ermöglichen.

Förderliche Faktoren

Netzwerk und Bekanntheit durch ArtDesign

Durch die langjährig veranstaltete Designmesse ArtDesign konnte das Stadtmarketing schon zu Beginn der POTENTIALE an ein großes Netzwerk anknüpfen. Außerdem konnte sich die ArtDesign eine enorme Bekanntheit und ein großes Stammpublikum erarbeiten.

Diese Vorteile kommen der POTENTIALE zugute. Obwohl das Format 2015 erstmals umgesetzt wurde, konnte es viele vorhandene Ressourcen nutzen.

Wissen im Team vorhanden

Durch die langjährige Messeerfahrung ist im Team eormes Wissen bezüglich Organisation, Verwaltung und Programm vorhanden.

Budget

Das Festival wird von der Stadt Feldkirch veranstaltet und auch vom Land finanziell unterstützt. Aufgrund der Bekanntheit der ArtDesign sponsern auch viele ansässige Unternehmen Produkte oder beteiligen sich am Budget. Das Festival ist somit finanziell gut aufgestellt und kann ein vielschichtiges Programm bieten. Auch das Organisationsteam arbeitet nicht umsonst, jede und jeder ist angestellt oder als Free-LancerIn tätig und wird für die Arbeit bezahlt.

Vertrauensbasis vorhanden

Geht es darum, leerstehende Räume bei den Eigentümern für eine Nutzung anzufragen, ist es hilfreich, wenn das Festivalteam, in diesem Fall also die Stadt, als vermittelnde Partei auftritt. Durch kann das Vertrauen der Eigentümer schneller gewonnen werden. Die Stadt war anfänglich misstrauisch, ihren Leerstand zur Nutzung freizugeben. Im zweiten Jahr konnte allerdings jegliches Bedenken ihrerseits aus dem Weg geräumt werden, da die positiven Aspekte der Zwischennutzungen des Vorjahres überwiegen. Es ergaben sich daraus keine Nachteile, sondern nur Vorteile für die Stadt – z.B. in Form von Mietanfragen.



Förderliche Faktoren

Die POTENTIALE fing nicht bei Null an, sondern konnte von der Bekanntheit und vom Netzwerk der ArtDesign enorm profitieren. Auch das vorhandene Wissen, das sich das Organisationsteam durch das Messeformat aneignete, war ein Vorteil. Das Festivalteam hat die Genese, für ihre Arbeit bezahlt zu werden. Neben dem Budget, das von der Stadt bereit gestellt wird, wird das Kapital durch Eintrittsgelder und vorhandene Sponsoren zusätzlich erhöht. Finanziell ist dieses Festival also sehr gut aufgestellt und kann Programmpartner somit auch für ihre Teilnahme entlohnen. Die Stadt, aber auch private Akteurinnen und Akteure, stellen dem Festival ihre leerstehenden Ressourcen temporär zur Verfügung. Da bringt einerseits den Vorteil, dass die Stadt, die gleichzeitig der Veranstalter ist, einen einfachen Zugang ermöglicht. Andererseits ist das Vertrauen dadurch auch bei privaten Eigentümern schneller aufgebaut.

Stadtentwicklung

Feldkirch gilt schon länger als Kultur- und Bildungsstandort und will sich weiterhin klar positionieren. Ein wichtiger Schritt war 2001, die damalige KAMart nach Feldkirch zu holen, um die Creative Industries hier zu verankern.



Das Reichenfeld-Areal, das sich seit den 1990er-Jahren als Kulturcampus etabliert hat, ist nur ein Wahrheitsbeweis von vielen für die Verankerung dieser Ziele in der Stadt. Seit dem Ankauf der Stadt befinden sich auf dem Areal Landeskonservatorium und Musikschule. Außerdem findet jedes Jahr das Poolbar-Festival sowie seit 2015 die POTENTIALE statt.

Ein kulturelles Leitbild der Stadt, in dem die Ziele klar definiert sind, gibt es dennoch nicht. Um aber zukunftsfähig zu sein, müssen die Ressourcen gebündelt werden, müssen Ziele abgesteckt werden um anschließend konkrete Umsetzungsmaßnahmen ergreifen zu können.

STEP 2007

Der letzte Stadtentwicklungsplan liegt zehn Jahre zurück und war sehr baulich orientiert. Die kulturellen Ziele wurden in einem der angehängten Leitbilder sehr oberflächlich umrissen:

»Feldkirch profiliert sich als Stadt der Bildung und Kultur und nützt das sich daraus ergebende Vernetzungspotenzial; Zur Pflege des Vorhandenen kommt die Förderung neuer Initiativen und Weckung besonderer Interessen; Etablierung des Feldkirch-Festivals in der Kulturszene Feldkirchs; Stärkung des überregionalen Angebotes an Kulturereignissen und Abstimmung mit den Regionen; Beachtung der Besonderheit der Kultur von Migrantinnen und Migranten unter verstärkter Einbeziehung von kulturellen Aktivitäten der verschiedenen Bevölkerungsgruppen;«¹⁰

Seit 2016 ist die Stadt Feldkirch dabei, diesen Plan in einem umfangreichen Prozess neu zu erarbeiten, neue Ziele auszuloten und auf die gegenwärtigen und zukünftigen gesellschaftlichen Transformationsprozesse der Stadt einzugehen. Daher haben die gestellten Fragen



*»Die Legitimation unserer Arbeit können wir ja nur dadurch erlangen, indem wir in der Stadt eingegliedert sind. Wenn wir jetzt behaupten, dass Feldkirch so ist, wie wir das mit den Montforter Zwischentönen oder der POTENTIALE kommunizieren, und die Stadt würde etwas ganz anderes tun, wäre das Ganze ja nicht tragfähig. Es muss also mit der Haltung der Stadt zusammenpassen und umgekehrt.«
(E. Eller)*

¹⁰ <http://www.feldkirch.at/rathaus/stadtplanung/aufgabenbereiche/stadtentwicklungsplanung/Leitbilder-zum-Stadtentwicklungsplan-for-Homepage.pdf/download> (aufgerufen am 3.5.2017)

diesmal einen starken inhaltlichen, gesellschaftlichen Fokus. Kulturelle Formate wie die POTENTIALE oder die Montforter Zwischentöne sowie die breit gefächerte regionale Szene der Kulturschaffenden zeigen, wie vielfältig die Identitäten der Stadt sind. Wichtig ist, diese Haltung und diese Identitäten mit dem Leitbild und den Zielen der Stadt zu verweben. Das Stadtmarketing ist mit seiner Expertise und seinen Kompetenzen, die sie in den letzten Jahren durch die enge Zusammenarbeit mit der lokalen Kulturszene erlangt hat, in diesem Bereich deshalb stark an der Ausarbeitung beteiligt.



Positionierung als Bildungs- und Kulturstandort

Feldkirch positioniert sich als Bildungs- und Kulturstandort. Die Wurzeln von Feldkirch als Bildungsstandort gehen ins Mittelalter zurück, als die Stadt Zentrum des Humanismus war und viele Gelehrte beherbergte. Das Reichenfeld-Areal, Standort des damaligen Elitegymnasiums Stella Matutina, ist heute der Kulturcampus. Das Poolbar-Festival und die ArtDesign beziehungsweise prägten das Gebiet entscheidend mit und haben einen großen Anteil an seinem heutigen Status. Um diese Haltung glaubhaft zu machen, ist es daher notwendig, diese Positionierung stetig durch Formate wie die POTENTIALE zu stärken und weiterzuentwickeln.



Festivals als Instrument zur Stadtentwicklung

Die POTENTIALE ermöglichen es, Potenziale und Stärken, Identitäten und Netzwerke, Haltung und Ziele der Stadt zu definieren, herauszufiltern, zu entwickeln, zu diskutieren, zu pflegen und zu kultivieren. An der Schnittstelle von sozialem Format, Architektur und Kunst können durch situative Kulturfestivals Konzepte für die Stadtentwicklung prozesshaft und partizipativ erprobt werden. Durch eine prozesshafte, unterschwellige Annäherung an dieses Thema, können die Bedürfnisse unterschiedlichster Akteursgruppen erforscht werden. Die Einbindung von externen Kooperationspartnerinnen und -partner erlaubt den Blick von außen, der neue Denkansätze und Wahrnehmungsansätze initiieren kann. Die POTENTIALE arbeiten z.B. eng mit der Universität Liechtenstein zusammen. Im Rahmen des Festivals präsentierten Studentinnen und Studenten neue Lösungsansätze für den Umgang mit Leerstand. Die Einbindung von lokalen Kulturschaffenden ist wiederum wichtig, um eine gewisse Haltung des Festivals rechtfertigen zu können. Stadtentwicklung kann nur durch die Kooperation mit vorhandenen Identitäten funktionieren.

Grundsätzlich kann das Stadtmarketing, das derzeit auch bei der Ausarbeitung des neuen STEP beteiligt ist, durch das Kulturfestival wichtige Netzwerke knüpfen, Erfahrungen sammeln sowie Handlungsformate ausprobieren, um zu sehen ob diese funktionieren oder nicht. Diese erarbeiteten Kompetenzen sind enorm hilfreich für die Entwicklung des STEP.

»Der letzte STEP war sehr baulich orientiert. Man hat natürlich auch das Kulturleitbild mit eingeklinkt. Generell ging es aber eher um die Handelbarkeiten ›Was bedeutet es für meinen Straßenbau, wenn ...‹ Die Stadt Feldkirch ist gerade in diesen Tagen dran, einen neuen Stadtentwicklungsplan zu starten. Dieses Mal ist ganz stark der inhaltliche, gesellschaftliche Fokus im Vordergrund. Das ist zum einen dem wachsenden Wissen geschuldet – ›Was ist denn Stadt eigentlich?‹. Wir als Stadtmarketing haben 2012 einen Workshop initiiert. Es ging um die Frage nach der Identität der Stadt. Eines der großen Themen in Feldkirch war der Humanismus. Feldkirch war im Mittelalter eine ganz wichtige Stadt und hat ganz viele Gelehrte hervorgebracht, Rheticus z.B. Danach kam das Jesuitenkolleg Stella Matutina. Man spürt also das Bürgertum und die Frage des Humanismus nach einem gelingenden Leben.« (E. Eller)



Kompetenzen durch das Festival erhalten

Das Stadtmarketing konnte durch die ArtDesign beziehungsweise die POTENTIALE viel an Expertise und Kompetenz aufbauen. Das manifestiert sich z.B. durch ein ständig erweiterndes Netzwerk mit unterschiedlichsten Akteurinnen und Akteuren. Das Vertrauen der Kulturschaffenden musste sich das Stadtmarketing allerdings hart erarbeiten, da deren Ruf oftmals mit einer gewissen Oberflächlichkeit behaftet ist. Akteurinnen und Akteure aus der Kunst- und Kulturszene müssen deshalb erst davon überzeugt werden, nicht instrumentalisiert zu werden.

Durch unterschwellige Formate wie dem Feldhotel oder der Bespielung von leerstehenden Räumen war es dem Stadtmarketing außerdem möglich, in Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Experten stetig Erfahrung im Bereich der Stadtentwicklung zu sammeln.

Dieses aus der Praxis generierte Wissen ist längerfristig gesehen auch wertvoll für die gesamtgesellschaftliche Erarbeitung eines Stadtentwicklungsplanes.

Was momentan in einer anderen Formulierung stark im Kommen ist, ist Hartmut Rosa mit seinem Buch ›Resonanz‹. Er schreibt über Weltbeziehungen in einer beschleunigten Gesellschaft. Ihm geht es um Resonanz. Darauf baut eigentlich ganz viel in einer Stadt. Man kann ganz viele Dinge, die hier passieren, aus einer Haltung heraus tun. Deshalb ist hier vieles möglich, das anderswo nicht möglich wäre. Das ist einer der Gründe, wieso man den STEP sehr inhaltlich aufbauen will. Es ist auch klar, dass wir mit unserem Thema und unserer Kompetenz stark mitwirken. Erstmals wird man das 2018 ausprobieren können, wenn Feldkirch 800 Jahre wird. Da geht es darum, ob man ein großes Fest macht, auf dem es um die Vergangenheit geht. Feiern wir uns selbst? Oder schauen wir auch ein wenig in die Zukunft und fragen sie, was die Themen sind, die auf uns zukommen. Dort werden wir Formate wie die Montforter Zwischentöne, die ja eine ähnliche Grundhaltung haben wie die POTENTIALE, und eben auch die POTENTIALE mit dem Thema Stadtentwicklung eingliedern.« (E. Eller)



Haltung der Stadt

Die Haltung der Stadt ist entscheidend für den die Durchführung und den Erfolg eines Festivals wie die POTENTIALE. Feldkirch stellt ein beachtliches Budget für die Durchführung zur Verfügung und schafft eine ganzjährige Vollzeitarbeitsstelle sowie je nach Phase auch zusätzliche Arbeitsplätze für das Festival. Durch ähnliche Formate wie den Montforter Zwischentönen sowie der ganzjährigen Weiterentwicklung und Pflege des durch das Festival entstandenen Netzwerkes, kann hier ein Wahrheitbeweis dieser Haltung geliefert und verhindert werden, dass sich das Festival in einer Fremddarstellung verliert um kurzfristig Nachfrage zu erreichen. Nur durch eine Bündelung aller Kräfte und Ressourcen, ist hier ein gesamtheitlicher Entwicklungsprozess spürbar.

materielle Struktur

Stadtstruktur

Einführung

leerstehende Räume

Rauminterventionen

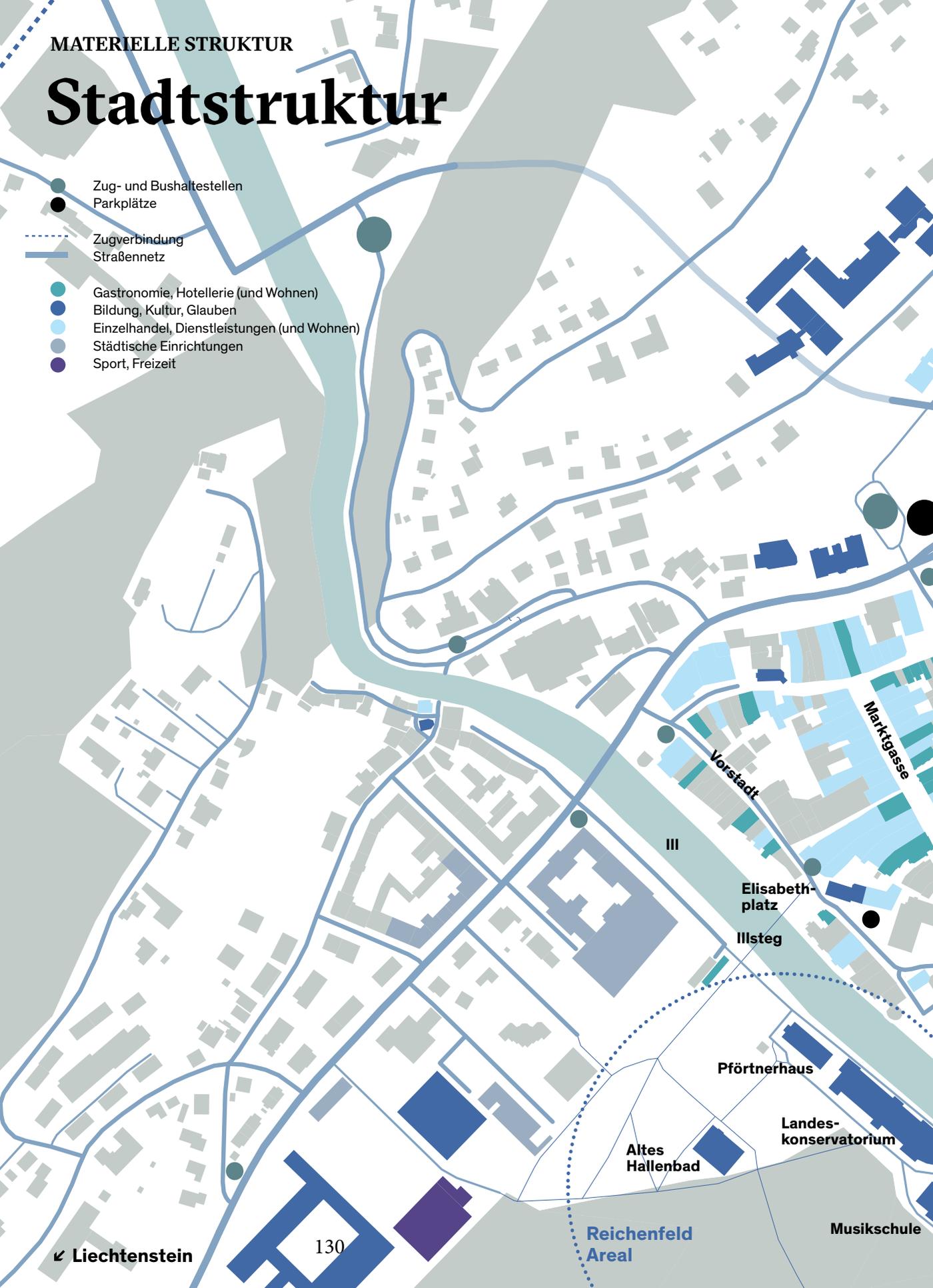
Raumkooperationen

dynamische Raumnutzung

MATERIELLE STRUKTUR

Stadtstruktur

- Zug- und Bushaltestellen
- Parkplätze
- Zugverbindung
- Straßennetz
- Gastronomie, Hotellerie (und Wohnen)
- Bildung, Kultur, Glauben
- Einzelhandel, Dienstleistungen (und Wohnen)
- Städtische Einrichtungen
- Sport, Freizeit

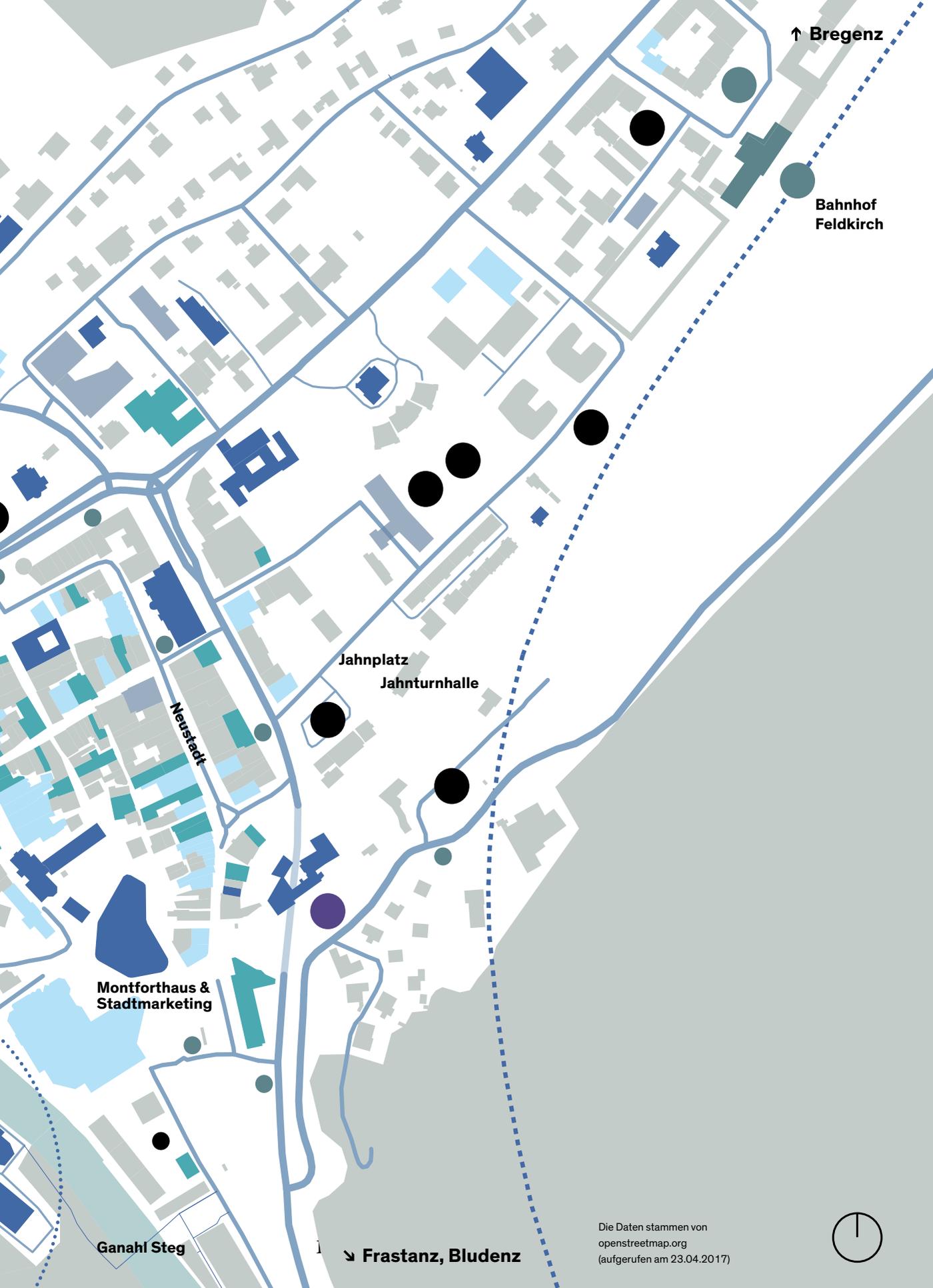


↙ Liechtenstein

130

Reichenfeld Areal

Musikschule



↑ Bregenz

Bahnhof
Feldkirch

Jahnplatz
Jahnturnhalle

Neustadt

Montforthaus &
Stadtmarketing

Ganahl Steg

↘ Frastanz, Bludenz

Die Daten stammen von
openstreetmap.org
(aufgerufen am 23.04.2017)



Einführung

Nach der Umsiedlung 2012 in das Reichenfeld-Areal stand dieses Gebiet bis 2015 im Fokus der ArtDesign. Erst mit dem neuen Format POTENTIALE entschloss sich der Veranstalter, über die Grenzen des Areals hinaus in den Stadtraum zu gehen. Schauplätze sind seither lokalspezifische und bekannte Orte wie die Johanniterkirche oder das Montforthaus, aber auch unbekanntere Räumlichkeiten wie leerstehende Wohnungen in der Altstadt.

Die genutzten Objekte und die produzierten Räume können grob in 4 Gruppen unterteilt werden:

1. leerstehende Räume
2. Rauminterventionen
3. Raumkooperationen

Leerstehende Räume sind auch in Feldkirch vorhanden, allerdings nicht immer so offensichtlich, wie das z.B. in Attersee a. A. der Fall ist. Ziel des Festivals ist, einen Teil dieser oft versteckten Potenziale temporär zugänglich zu machen und mit einer neuen Funktion zu belegen. Das Organisationsteam recherchiert im Vorfeld, welche Ressourcen interessant wären. Sie erkunden die Stadt persönlich, bekommen Informationen von BewohnerInnen oder fragen bei der Stadt nach. 2015 war es noch schwierig, Auskunft über städtische Leerstände zu bekommen. Mittlerweile haben die Verantwortlichen Vertrauen zu den Festivalorganisatoren gefasst und versorgen sie mit Informationen.

Durch Rauminterventionen wird versucht, neue Orte der Begegnung zu schaffen und Denkanstöße zu Nutzung von vorhandenen räumlichen Strukturen zu initiieren. Ein Beispiel war das Feldhotel, das durch Konsumfreiheit, subtile Programmatik und unterschweligen Zugang einen atmosphärischen Ort produzierte, den jeder mitgestalten konnte.

Kooperationen mit örtlichen, aber auch regionalen, Kulturschaffenden sind ein weiteres Ziel des Festivals. Vereine oder Kollektive stellen zum Teil ihre eigenen Räume zur Verfügung und binden sie durch Zugänglichkeit und

»Mir fällt in Vorarlberg auf: Wenn man Räume benötigt, wird nicht zuerst geschaut, welche existierenden Räumlichkeiten benutzbar wären, sondern es wird gleich mal neu gebaut. Es gibt alle 2 Jahre die Vereinsmesse, auf der sich alle Vereine präsentieren. Die Veranstalter gehen nicht in vorhandene Räume, sondern stellen mitten am Reichenfeld-Areal ein Zelt um 40.000 Euro auf. Klassische Veranstalter kommen nicht darauf, Räume anders zu nutzen. Das machen tendenziell Leute, die solche Konzepte woanders gesehen haben.«

11 Reichenfeld-Areal, altes Hallenbad, Innenansicht
© <https://diginights.com/location/altes-hallenbad-feldkirch> (aufgerufen am 1.5.2017)

12 Turnhalle am Jahnplatz, POTENTIALE 2016
© POTENTIALE

13 Feldhotel, Vortrag Hans-Joachim Gögl,
POTENTIALE 2013 © POTENTIALE

14 Aktionsraum N25, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

Programm in das Festival ein. Dadurch kann gewährleistet werden, dass die POTENTIALE sich nicht in Fremddarstellungen verliert, sondern die örtlichen Identitäten, die sehr stark auch von der vorhandenen kulturellen Szene mitgeprägt werden, abgebildet werden. Kooperationspartner melden sich selbst zur Teilnahme an oder werden vom Organisationsteam angefragt.

Die Gebäude des früheren Jesuitenkollegs »Stella Matutina« im Reichenfeld-Areal dienen seit 2012 als Räumlichkeiten. Bis 2014 wurden das alte Hallenbad, das Pförtnerhaus, das Landeskonservatorium und die Musikschule genutzt. Mit der räumlichen Ausbreitung in der Stadt reduzierte man die Nutzung seit 2015 auf die ersten beiden Objekte. Auch die Wiesen sowie die private Tiefgarage unter dem Areal wurden bereits in das räumliche Programm eingebunden.



11



12



13



14

Leerstehende Räume

Leerstand in Feldkirch

Laut einer Studie¹⁵ aus dem Jahr 2016, die die wirtschaftliche Situation von 18 Stadtzentren in Österreich untersuchte, liegt der Durchschnitt der Leerstandsrate bei 4,7 %. Feldkirch landet mit 4,2 % nach Dornbirn auf Platz zwei. Der Marktgasse geht es gut – wenn man diese verlässt, sieht es teilweise aber anders aus.

Wird bei der Stadt Feldkirch nach Leerstand gefragt, wird diese antworten, dass es kaum leerstehende Objekte und Räume gibt. Wir aber weiter recherchiert, sieht die Realität anders aus. Die Stadt ist nicht interessiert, ihren Leerstand zu promoten, es ist ein Zeichen von Verfall – selbst in einer florierenden Stadt wie Feldkirch. Es gibt kaum Aufzeichnungen über die tatsächliche Anzahl an m². Vielmehr läuft es auf wenige Personen hinaus, die Bescheid wissen.

Die damalige Festivalleiterin, die sich schon lange mit Stadtraumentwicklung und -gestaltung beschäftigt, ist überzeugt, dass es Aufgabe der Stadt ist, Zugang und Informationen zu nutzbaren Objekten zu schaffen. Die POTENTIALE hat sich zur Aufgabe gemacht, diese »räumlichen Potenziale« sichtbar zu machen – um Zugang zu schaffen und ihre Möglichkeiten aufzuzeigen. Für das Programmformat »TALENTE« geht das Festivalteam vor der Veranstaltung auf Suche nach ungenutzten Objekten – es gibt aber auch Bewohnerinnen und Bewohner, die ihre Informationen über Leerstand an das Team kommunizieren. So konnten seit 2015 bereits einige Objekte zugänglich gemacht werden. Die seit Jahren leerstehende, denkmalgeschützte Jahnturnhalle z.B., wird demnächst, im Rahmen eines neuen Quartierentwicklungsprojektes, saniert und in das Konzept eingebunden, um als identitätsstiftendes – inhaltlich wie auch gestalterisch – Element zu fungieren. Sie konnte für die POTENTIALE 2016 als Raum für unterschiedlichste Funktionen – vom Nähcafé bis zur Ausstellungsfläche – gewonnen werden. Aber auch leerstehende Wohnungen im Zentrum dienten schon als Ausstellungsort.

Obwohl es nach der ersten POTENTIALE auch Mietanfragen

»Wenn du bei der Stadt Feldkirch anfragst, werden sie dir sagen, dass es keinen Leerstand gibt. Du brauchst dann nur bei drei Personen weiter fragen und es gibt plötzlich einiges an Leerstand. Die Stadt besitzt auch selbst viele Räume, die leer stehen. Natürlich wollen sie das nicht kommunizieren.«

»Mein beruflicher Fokus war immer Stadtraumentwicklung und -gestaltung. Es gibt in Städten oft Büros oder Vereine, die sich mit Leerstand und Zwischennutzung beschäftigen. Dort kann man Leerstand melden. Ich finde, das ist eigentlich die Aufgabe einer Stadt. Mein Chef hat mir erzählt, dass die Stadt es nicht als ihre Aufgabe sieht, die Leerstände, die sie als etwas Negatives ansehen, zu promoten.«

»Es gibt keine Aufzeichnungen von leerstehenden Objekten. Wir hatten früher beim Stadtmarketing einen Mitarbeiter, der für das Standortmanagement zuständig war. Der hatte einen Überblick, weil er alle kennt. Sonst fühlt sich aber niemand verantwortlich.«

»Wir spazieren durch die Stadt und suchen interessante, ungenutzte Räume. Anschließend versuchen wir, die Eigentümer ausfindig zu machen. Zum Teil kommen aber auch Leute zu uns, die über einen Leerstand Bescheid wissen.«

¹⁵ <http://vorarlberg.orf.at/news/stories/2753368/> (aufgerufen am 28.4.2017)

für genutzte Objekte gab, ist das laut Aussagen der Festivalleitung definitiv kein Ziel der temporären Nutzungen. Vielmehr geht es um das Aufzeigen der verschiedenen Identitäten und der Veränderung von Blickwinkel von Besucherinnen und Besucher.

Brachliegende Räume gibt es überall und diese zu nutzen, bringen für situative Kulturfestivals viele Vorteile mit sich. Sie können meist unentgeltlich oder gegen einen geringen Kostenbeitrag genutzt werden, sie bringen Besucherinnen und Besucher zu unbekanntem Plätzen, sie verändern den Blickwinkel und sie erlauben das Ausprobieren von experimentelleren Nutzungen ohne den Druck zu haben, dass diese auch langfristig funktionieren müssen. Sie lassen Experimente zu und sie laden die Nutzerinnen und Nutzer sowie Besucherinnen und Besucher ein, eigene (Gedanken-)Experimente zu wagen. Durch temporäre Bespielungen werden die Räume außerdem mit einer Bedeutung aufgeladen, die dazu führen kann, dass den Räumen im Anschluss wieder eine Nutzung zugeführt wird.

Vorhandener, physischer, ungenutzter Raum wird also zunächst gesucht, bei den Eigentümern angefragt und auf Zeit mit einer neuen Funktion belegt. Er wird nach dem Ende des Festivals zwar wieder in den Ausgangszustand gebracht, doch die innovativen Gedanken sollen in den Köpfen der Besucherinnen und Besucher fortbestehen.

Die Veranstalter der POTENTIALE haben diese Art der Raumnutzung für ihre Programmschiene TALENTE gewählt. In Zusammenarbeit mit Hochschulen wird so Raum für die Präsentation von Studierendenarbeiten zum Thema Stadtgestaltung, Design, Fotografie und Medienkunst geboten um Denkmuster zu durchbrechen und gesellschaftsrelevante Fragen mithilfe von kulturellen Projekten zu stellen.

Mit diesem Konzept gelang es dem Festival bisher, spannende Brachen für die Öffentlichkeit zu öffnen. 2015 wie 2016 waren das Räumlichkeiten der Stadt Feldkirch, die nach anfänglicher Zurückhaltung mittlerweile gerne Auskunft über Leerstand gibt und ihn zur Verfügung stellt.

Wohnungen Schlossergasse 3

2015 wurden dem Festival drei leerstehende Altbauwohnungen in der Schlossergasse 3 von der Stadt zur

»In der Schlossergasse 3 gibt es drei leerstehende Wohnungen. Ganz oben wohnt wer. Das gesamte Haus gehört der Stadt. Extrem schöne Altbauwohnungen. Wir durften 2015 drei Wohnungen nutzen. In einer Wohnung ist mittlerweile ein Kreativverein drinnen. Die anderen 2 Wohnungen bekommen wir heuer wieder zur Verfügung gestellt.«

»Am Bahnhof gab es auch eine Location, in der früher ein Admiral Sportwetten-Café drin war. Das stand auch leer und ist in städtischem Besitz. Das bekommen wir heuer auch nicht mehr, weil anscheinend wer rein kommt. Sie wollen das komplette Bahnhofsareal erneuern und im Zuge dessen kommt es der Stadt sehr entgegen, dass es da einen neuen Mieter gibt. Das ist allerdings nicht Sinn der Sache. Wir sehen es nicht als unsere Aufgabe, das Mietgeschäft anzukurbeln. Unsere Aufgabe ist primär aufzuzeigen, dass es die Räume gibt, wir brauchen nur die Nutzer dafür.«

Verfügung gestellt. Eine Wohnung wurde dadurch anschließend an einen Verein vermietet, die anderen beiden konnten 2016 ein weiteres Mal mit Arbeiten von StudentInnen zugänglich gemacht werden.



städtischer Leerstand

Auch eine an sich florierende Stadt wie Feldkirch besitzt Leerstand, der allerdings nicht kommuniziert wird, da das Scheitern der ursprünglichen Funktion noch immer als etwas Negatives angesehen wird. Es gibt auch keine offizielle Aufzeichnungen über die aktuelle Anzahl an Quadratmetern. In Feldkirch haben nur wenige Personen einen Überblick über aktuelle materielle Ressourcen. Im ersten Jahr der POTENTIALE war es sehr schwierig, Auskunft über städtischen Leerstand zu bekommen – obwohl die Stadt selbst Veranstalter ist! Einerseits wussten die zuständigen Akteurinnen und Akteure der Stadt nicht genau, wie so eine Zwischennutzung verlaufen würde. Andererseits gab es die Befürchtung, dass die Objekte in einem schlechten Zustand wieder zurückgegeben werden.

Letztendlich konnten trotzdem einige Objekte zur Nutzung gewonnen werden, die durch die temporäre Bespielung teilweise sogar Nachmieter fanden. Diese positiven Erfahrungen führten dazu, dass das zuständige Standortmanagement mittlerweile sehr gut mit der Festivalleitung kooperiert und die Vorteile dieser Zusammenarbeit sieht.



16



17



Wohnungen Schlossergasse 3

2015 wurden dem Festival drei leerstehende Altbauwohnungen in der Schlossergasse 3 von der Stadt zur Verfügung gestellt. Eine Wohnung wurde dadurch anschließend an einen Verein vermietet, die anderen beiden konnten 2016 ein weiteres Mal mit Arbeiten von StudentInnen zugänglich gemacht werden.

Palais Liechtenstein

Unweit der Schlossergasse 3 befindet sich das Palais Liechtenstein, ebenfalls in Besitz der Stadt Feldkirch, in dem Ausstellungsräume, Stadtarchiv und -bibliothek sowie Kulturreferat untergebracht sind. Auch hier gibt es im Erdgeschoß das ehemalige Büro der Arbeiterkammer-Bibliothek, das leersteht und für das Festival bereits zweimal genutzt werden konnte.

ehem. Admiral-Sportwetten-Café

Das ehemalige Admiral-Sportwetten-Café beim Bahnhof war 2015 Teil der POTENTIALE, ein Jahr später war auch für diese Räumlichkeiten ein Mieter gefunden.

Turnhalle am Jahnplatz

2016 konnte die seit langem leerstehende Turnhalle am Jahnplatz durch die Erlaubnis der Eigentümer, der Unternehmensgruppe PRISMA, zugänglich gemacht werden. Durch die temporäre Nutzung während der POTENTIALE war es zum letzten Mal möglich, die denkmalgeschützte Turnhalle im Originalzustand zu erleben. Eine Wohneinheit im Turm sowie der große Turnsaal ergeben insgesamt ca. 200 m². Sie wird zukünftig als Teil des neuen Quartiers am Jahnplatz als identitätsstiftendes Element erhalten und saniert. Anschließend zieht ein regionales Möbelgeschäft in das Gebäude.



18

16 Schlossergasse 3, Ausstellung TALENTE,
POTENTIALE 2015 © Magdalena Türtscher

17 Schlossergasse 3, Ausstellung TALENTE,
POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

18 Palais Liechtenstein, Schlossergasse 8,
temporäre Bar, Ausstellung TALENTE, POTENTIALE
2016 © POTENTIALE



Leerstand umcodieren

Ein Ziel der POTENTIALE ist, materielle Strukturen, die nicht genutzt werden, sichtbar und zugänglich zu machen. Diese Ressourcen können meist kostenlos bespielt werden. Weiters kennen viele BesucherInnen die üblich genutzten Räumlichkeiten von anderen Veranstaltungen. Sind plötzlich alte Wohnungen oder leerstehende Turnhallen zugänglich, bringt das einen enormen Mehrwert für die Kulturbürgerinnen und -bürger und einen Wiedererkennungswert für die verschiedenen Handlungsformate. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, solche Leerstände temporär umzucodieren und dadurch mit einer neuen Bedeutung aufzuladen, die von den Akteurinnen und Akteuren immer auf das Festival zurückgeführt werden wird. Dies ist nicht so leicht, wenn Räume mit einer Nutzung bespielt werden, die es davor auch schon gab. Ein Pop-Up-Shop in einer alten Turnhalle bleibt eher in Erinnerung als dasselbe Handlungsformat in ein bestehendes Geschäft zu integrieren. Ist die Öffnung von solchen Räumen limitiert und im Alltag nicht möglich, ist das ein zusätzlicher Motivationsgrund, diese zu besuchen. Speziell wenn es sich um Objekte handelt, die in absehbarer Zukunft abgerissen oder umgebaut werden. So können sie ein letztes Mal in ihrem ursprünglichen Charakter zugänglich gemacht werden.



19



20



21

22



19 Palais Liechtenstein, Schlossergasse 8,
TALENTE, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

20 Turnhalle am Jahnplatz, TALENTE, POTENTIALE
2016 © Schlaier

21 Turnhalle am Jahnplatz, TALENTE, POTENTIALE
2016 © POTENTIALE

22 Turnhalle am Jahnplatz, Ebene 1, TALENTE,
POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

Rauminterventionen

Temporäre Interventionen im öffentlichen Raum produzieren kurzfristig neue Raumsituationen und schaffen so neue atmosphärische Orte der Begegnung, die zum Austausch und zur Begegnung einladen. Sie haben meist einen programmatischen Hintergrund, lassen den Nutzerinnen und Nutzern in ihrer Vielfalt und Identität aber viel Freiraum, um die Räume mit neuer Bedeutung aufzuladen.

Die ArtDesign bzw. seit 2015 die POTENTIALE arbeiten mit jungen Architekten und Kollektiven zusammen, die diese neuen temporären Orte speziell auf die Strukturen der Stadt abstimmen.

Interventionen im öffentlichen Raum können aber nicht nur physischen Raum schaffen, sie können vorhandenen, genutzten Raum temporär umcodieren. Starre Funktionen können so aufgebrochen und neu interpretiert werden.

Feldhotel

2012 konzipierte die »Tortenwerkstatt«, ein Architekturstudierendenkollektiv aus Innsbruck, im Rahmen der Architekturtagung einen temporären, konsumfreien Raum namens »stattSTUBE«.^{23, 24}

Die ArtDesign wurde auf das Projekt aufmerksam und trat 2013 an das Architekturkollektiv »Kompott«, deren Initiatoren Teile der Tortenwerkstatt sind, mit dem Auftrag für eine nicht näher definierte Intervention im Stadtraum heran. Ziel war, die ArtDesign im öffentlichen Raum sichtbar zu machen.

Nach einer von den Architekten durchgeführten Befragung der Bewohnerinnen und Bewohner, wurde das Konzept an deren Bedürfnisse angepasst. Entstanden ist ein konsumfreier, atmosphärischer Ort in der Wiese im Reichenfeld-Areal.

Ausgangspunkt der Konstruktion waren Türen- und Fensterelemente einer alten Tischlerei²⁵ des Jesuitenordens Stella Matutina im Reichenfeld, die damals gerade abgerissen wurde. Die statische Konstruktion wurde aus einem gemieteten Baugerüst aufgebaut. Im Inneren dien-



24

»Seit das Feldhotel 2013 im Reichenfeld-Areal zu Besuch war, kann man beobachten, dass Leute den Raum auf einmal anders wahrnehmen. Sie sitzen in der Wiese, andere Veranstalter kommen auch auf die Idee, mitten in der Wiese was zu machen. Es entsteht auf einmal ein Dominoeffekt. Man weiß auf einmal: Es geht, ich darf den Raum nutzen! Man muss natürlich zum Teil bei den Behörden und Eigentümern anfragen, z.B. bei dem Tiefgaragenbesitzer.«

²³ <https://www.nextroom.at/building.php?id=35478>

²⁴ stattStube, »Tortenwerkstatt, Architekturtagung 2012 © Hannes Mackowitz

²⁵ Abriss Tischlerei Stella Matutina, Reichenfeld-Areal, 2013 © Kompott

²⁶ Feldhotel No. 1, Reichenfeld-Areal, ArtDesign 2013 © Kompott

²⁷ Feldhotel No. 2 »Virglarhoschtat«, 2014 © Kompott

²⁸ Feldhotel No. 3, Buchboden, Walsersherbst, 2014 © Kompott

²⁹ Feldhotel No. 4, Montfortplatz, POTENTIALE 2015 © Martin Mackowitz



25



26



27



28



29

te ein großer Ofen gleichzeitig als Wärmespender und Brotbackofen. Das Feldhotel wurde so konzipiert, dass man es nach Festivalende ab- und an einem anderen Ort wieder aufbauen kann.

Um das gewohnte Bewegungsmuster der Besucherinnen und Besucher zu durchbrechen, wurde das Feldhotel in der Wiese zwischen dem alten Hallenbad und dem



Atmosphärische Räume schaffen, die Improvisation erlauben

An der Schnittstelle zwischen (improvisierter) »Architektur, sozialem Format und künstlerischer Interventione« entstehen immer wieder Orte, die Austausch, Begegnung und Improvisation auf unterschwellige Art und Weise erzeugen. Sie sind kurzfristig zu Gast und verlassen die Stadt. In den Köpfen entsteht ein Nachhall, der Ort gewinnt eine neue Bedeutung.

Die ArtDesign schaffte so einen Ort erstmals 2012 mit dem Feldhotel. Ein einfaches Holzhaus mit Brotbackofen und Bänken diente als konsumfreier Raum. Es gab eine programmatische Begleitung, die Nutzerinnen und Nutzer selbst waren aber die Handlungspersonen, die den Raum oft durch improvisierte Handlungen mit Funktionen füllten. So entstanden ein Nähworkshop, Yoga-Kurse oder spontane Konzerte. Ähnliche Projekte wurden auch im Rahmen der POTENTIALE in der Stadt implementiert. Der Saunawagen im Wald knüpfte an die alte Badekultur an, die früher eine wichtige soziale Funktion innehatte. Ähnliche Ziele wurden mit dem Wanderkiosk verfolgt: Die »Bude« als Treffpunkt in der anonymen Stadt übernimmt oft wichtige soziale Leistungen und wurde in Feldkirch im Zuge des Festivals an einen wichtigen Transitort platziert, um vorbeigehende Personen zu entschleunigen.

Pförtnerhaus aufgestellt. Stege verbanden das Hotel mit den Kieswegen.

Das Feldhotel so erfolgreich, dass danach viele Anfragen bezüglich einer Nachnutzung kamen. In Folge machte es 2014 zwei Monate Halt in Lustenau³⁵, um als neutraler aber geselliger Ort für die Vermittlung des Zwischenstands des Entwicklungsprozesses für das Ortszentrum zu dienen. »Das Feldhotel macht dort Halt, wo es einen guten Raum braucht, um Notwendiges und Zukünftiges zu verhandeln«, meinte Marina Hämmerle, die das Stadtentwicklungsprojekt in Lustenau leitete.³⁰

Im Herbst 2014 zog das Feldhotel weiter, um beim Kulturfestival Walsenherbst zu gastieren, ehe es bei der



Vorhandene, materielle Ressourcen nutzen und Identität schaffen

Vorhandene Ressourcen aufzuspüren, und sie für temporäre Projekte zu nutzen, bringt viele Vorteile. Sie erzählen Geschichten, schaffen eine Identität, die aus dem Ort gewachsen ist, und binden Akteurinnen und Akteure dadurch an das Projekt.

Als das Feldhotel 2012 konzipiert wurde, fand gerade der Abriss der alten Tischlerei der Stella Matutina im Reichenfeld-Areal statt. Wertvolles Abbruchmaterial konnte gerettet werden, und diente fortan dem Feldhotel. Dies war einerseits günstig, andererseits konnte dadurch eine zusätzliche Bindung an den Ort geschaffen werden.

POTENTIALE 2015 wieder an ihren Ursprung zurückkehrte und sich während des Festivals neben dem Montforthaus im Zentrum Feldkirchs niederließ.

Saunawagen

Das Kollektiv »Kompott« und Reinold Capelli bauten einen alten Kioskwagen aus dem Großen Walsertal zu einer fahrbaren Sauna um.³¹ Mit einem Traktor ging man damit 2014 auf Österreich-Tour und legte die Strecke Vorarl-



32



32



berg-Wien-Vorarlberg zurück . An besonderen Plätzen – vorzugsweise am Wasser – wurde zum Saunieren und zum Kennenlernen dieser alten Badekultur eingeladen. 2015 besuchte die mobile Sauna, die vom Verein Wassertal betrieben wird, die POTENTIALE und war im Reichenfeld-Areal bei der Waldbühne stationiert. Wieder formte sich ein Raum, der neue Begegnungen initiieren konnte.

Wanderkiosk

2016 entstand der Wanderkiosk³⁴ im Umfeld des Architekturkollektivs »Kompott«, das schon das Feldhotel konzipierte. Wieder galt es, einen temporären Ort der Begegnung zu schaffen, der den Kontakt untereinander wieder ermöglicht. Ein Kiosk, der historisch gesehen, ein kleiner Verkaufsstand ist, bot diese Möglichkeit schon früher, verschwindet aber mehr und mehr von städtischen Räumen. Seine architektonische Konzipierung erlaubt es, den Kiosk ohne viel Aufwand auf- und wieder abzubauen. Auch bei der Nutzbarkeit wurde auf maximale Flexibilität geachtet: Von der Kochplatte bis zum Plattenspieler ist alles vorhanden. Gebaut wurde der Kiosk von einer Tischlerei im Bregenzerwald.

Die erste Station hatte die temporäre Intervention beim Walserherbst 2016 ehe er einen Monat später Station bei der POTENTIALE in Feldkirch machte. Platziert wurden die beiden Verkaufsstände in L-Form am Elisabethplatz, einem strategisch günstigen Ort. Möchte man von der Altstadt Feldkirchs ins Reichenfeld-Areal, muss man den Elisabethplatz überqueren, ehe es über den Illsteg zum Kulturcampus geht.

Tiefgarage Reichenfeld

Ein Teil der 3.000 m² Parkfläche unter dem Reichenfeld-Areal bot 2016 Platz für eine temporäre Klanginstallation und erweiterte so das Funktionsspektrum der sonst monoton genutzten Fläche. Teppiche führten die Besucherinnen und Besucher in den Untergrund. Die guten akustischen Eigenschaften, die Tiefgaragen für solche Formate bieten, war vielen Besucherinnen und Besuchern davor nicht bewusst.³⁵

Unterführungen und Passagen

Transitorte sind dafür konzipiert worden, dass sie schnell wieder verlassen werden. Unterführungen oder Passagen sind solche »Unorte«, die meist nicht als Potenzial angesehen werden. Sie bieten allerdings große Wandflä-

³⁰ <https://www.lustenau.at/de/lustenau-laedt-ins-feldhotel> (aufgerufen am 2.5.2017)

³¹ <http://wassertal.at/sauna-wagen>

³² Reichenfeld-Areal, Waldbühne, Saunawagen, Potentiale 2015 © Martin Mackowitz

³³ Elisabethplatz, Blick auf den Illsteg, Wanderkiosk, POTENTIALE 2016 © Martin Mackowitz

³⁴ <http://wanderkiosk.at/neues/> (aufgerufen am 2.5.2017)

³⁵ <https://www.potentiale.at/potentiale/potentiale-projekte/> (aufgerufen am 2.5.2017)

chen und besitzen eine hohe Frequenz, was dazu führt, dass sie sehr gut für Ausstellungen verwendet werden können. 2016 wurden die James-Joyce-Passage, die Unterführung Bärenkreuzung sowie die Unterführung am Katzenturm zur Galerie umfunktioniert. So »stolpern« die FeldkircherInnen auf ihren alltäglichen Wegen über die Intervention, auch ohne sich mit dem Festival zu befassen. Orte wie diese werden plötzlich mit einer anderen Bedeutung aufgeladen.

Intervention am Ganahl-Steg

Die Veranstaltungsreihe »Montforter Zwischentönen« widmet sich dreimal im Jahr in Zusammenarbeit mit regionalen Kulturschaffenden einem Hauptthema, das mit »jahreszeitlich verbundenen Stimmungen, Bräuchen und Festen«³⁶ umgesetzt wird. Im Kooperation mit der POTENTIALE entstand 2015 eine Installation am Ganahl-Steg, eine »Kapelle für 30 Sekunden«, die als zentraler Startpunkt für Stadtspaziergänge diente.³⁷

Stummfilmkino

2016 wurde eine große, begehbare Kugel auf der Wiese im Reichenfeld-Areal zwischen altem Hallenbad und Pförtnerhaus aufgebaut. Die vom Architekt Christoph Epacher⁴⁴, Mitinitiator des Aktionsraumes N25, entworfene Installation bestand aus einer Alu-Unterkonstruktion, die mit einer Folie umspannt und über eine Rampe zugänglich war. Musiker begleiteten die experimentellen Stummfilme. Durch die Raumsituation wurden die Besucherinnen und Besucher selbst Teil des Programmes.

³⁶ <http://www.montforter-zwischentoene.at/ueber-die-zwischentoene/> (aufgerufen am 2.5.2017)

³⁷ <http://www.kulturzeitschrift.at/kritiken/musik-konzert/ein-spaziergang-und-selbstbestimmtes-zuhoeren-2013-die-dritte-staffel-der-montforter-zwischentoene-widmet-sich-existenziellen-fragen-1> (aufgerufen am 2.5.2017)



Beweglichkeit der Räume anerkennen

Wie beweglich Räume in ihren Strukturen sind, ist dann zu erkennen, wenn Funktionen temporär durch neue ersetzt und alternative Konzepte erprobt werden.

Die Tiefgarage unter dem Reichenfeld-Areal diente 2016 z.B. als kleiner Konzertsaal, rote Teppiche führten vom Areal in den Untergrund. Unterführungen wurden zur Galerie umfunktioniert indem die weitläufigen Wandflächen mit Fotografien zugekleistert wurden.

Diese Umnutzungen finden oft im (halb-)öffentlichen Raum statt und lassen so die Grenzen zwischen Alltag und Intervention verschwimmen. Die Menschen entscheiden sich nicht bewusst für einen Besuch des Festivals sondern stoßen unbewusst oder zufällig in ihrem Alltag auf Spuren.



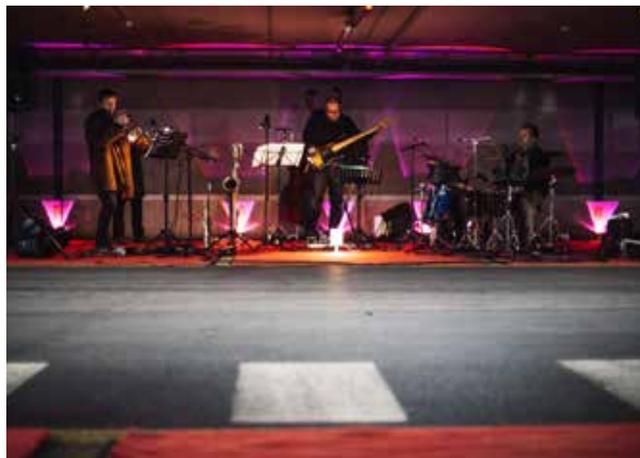
38



39



40



41



42



43

38 Mackowitz Elisabethplatz, Wanderkiosk,
POTENTIALE 2016 © Martin Mackowitz

39 Reichenfeld-Areal, Aufbau Stummfilmkino,
POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

40 Reichenfeld-Areal, Stummfilmkino,
POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

41 Tiefgarage Reichenfeld-Areal, Klangexperiment
»Oreaden«, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

42–43 Unterführungen Feldkirch, Fotoinstallation
»What there is of it«, POTENTIALE 2016
© POTENTIALE

44 Intervention am Ganahl-Steg, Montforter
Zwischentöne, POTENTIALE 2015 © POTENTIALE



44

Raumkooperationen

Seit der ersten Ausgabe der POTENTIALE im Jahr 2015 suchen die Organisatoren nach Kooperationspartnern, die sich mit programmatisch bespielten Räumlichkeiten am Festival beteiligen und so ihre Ideen und Arbeiten in einem öffentlichkeitswirksamen Rahmen präsentieren können. Die POTENTIALE gewährleistet durch die Zusammenarbeit mit regionalen Kulturschaffenden, dass sie die langsam gewachsene, kulturelle Identitätsvielfalt der Stadt zeigt und kein potemkinsches Dorf generiert. Durch diese Raumkooperationen schafft das Festival eine Schnittstelle zwischen Alltag und Ausnahmezustand. Primär binden sich Partner aus der Stadt an das Festival, es gab aber 2016 erstmals Satelliten im naheliegenden Frastanz.

Aktionsraum N25

Der Aktionsraum N25 wurde 2015 im Zuge der POTENTIALE von zwei Architekten eröffnet und soll als Ressource Raum für das Ausprobieren verschiedener Nutzungen und innovativer Konzepte bieten. Der davor leerstehende 25 m² große ehemalige Geschäftsraum wurde von den Eigentümern temporär zur Verfügung gestellt, da der Umbau erst bevorstand. Ursprünglich nur bis Juni begrenzt, verlängerten die Besitzerin und Besitzer das Nutzungsrecht, da sie von dem Projektion N25 selbst begeistert sind. Der Teppichboden wurde von den Initiatoren entfernt, die Mustertapeten blieben erhalten um den Charakter des Raumes nicht zu verfälschen. Seither finden während des Jahres immer wieder Veranstaltungen statt, die das Stadtmarketing teilweise mit Infrastruktur und Förderungen unterstützt. 2016 war der Raum wieder Teil der POTENTIALE.⁴⁵

Wexelstube

Auch dieses Projekt bietet Interessierten ganzjährig Raum für das Umsetzen von Ideen und Konzepten. Die beiden Initiatorinnen aus dem Theater-, Kunst- und Sozialbereich gründeten den Verein »Wexelstube – Raum für Begeisterung« um auf 62 m² »Werke auszustellen, Geschäftsideen auszuprobieren, Pläne zu schmieden, Wissen zu teilen und inspirierende Unterhaltung«⁴⁸ zu bieten.

»Trotz der wertvollen, historischen Bausubstanz mangelt es durch die Parkflächen an Aufenthaltsqualitäten, die zum Flanieren und Verweilen einladen. Strategien zur Attraktivierung des Straßenzuges und identitätsstiftende Maßnahmen sind dringend notwendig, um die Neustadt wieder in die Wahrnehmung der Bevölkerung zu rücken. Mit unserem Projekt Aktionsraum können wir dieses Problem natürlich nicht lösen, sondern lediglich einen kleinen Denkanstoß in diese Richtung geben.«
(M. Dobler, Ch. Eppacher)⁵⁵



46



47

Seit 2016 sind sie Teil des Netzwerks der POTENTIALE.

Glashus

Der Sohn der ehemaligen Gärtnerereibesitzerpaares hat ein Glashaus, das davor als Lager diente, zu einem Experimentierraum umfunktioniert und ladet mit seinem Verein Menschen nach Frastanz ein, ihre Ideen dort auszuprobieren. Das »Glashus« ist mit einem Holzboden, alten Möbeln sowie einer Bar ausgestattet. Seit 2016 ist es Netzwerkpartner der POTENTIALE. Den Besucherinnen und Besuchern wurde einen Abend lang die Türen in Frastanz geöffnet. Außerdem baute die Gemeinschaft für das Festival ein Pop-Up-Café im Pförtnerhaus auf.

Johanniterkirche

Die Johanniterkirche in der Marktgasse 1 ist in Besitz der Stadt Feldkirch und wird ganzjährig als Ausstellungsfläche für zeitgenössische Kunst genutzt. Im Rahmen der POTENTIALE bietet sie seit Beginn des Festivals Raum für Installationen und Ausstellungen.

Montforthaus

Das Anfang 2015 eröffnete neue Kultur- und Kongresszentrum wurde nach dem Abriss des alten Montforthauses im Jahr 2012 von der Arbeitsgemeinschaft Hascher Jehle Architektur aus Berlin und Mitiska Wäger Architekten aus Bludenz entworfen.⁴⁹ Im ersten Jahr der POTENTIALE als Schauplatz für die Fotografieausstellung dienend, war das Montforthaus 2016 Festivalzentrum und Ausgangspunkt für die Stadtspaziergänge im Rahmen des Festivals.

Antiquariat Chybulski

Als Plattform und Netzwerk für Kreative und Kulturschaffende gibt es das Antiquariat Chybulski schon lange. In erster Linie ist es tatsächlich ein Antiquariat – spezialisiert auf Kunst- und Ausstellungskataloge – und eine Galerie. Die Eigentümer organisieren aber auch Theateraufführungen, Konzerte oder andere Veranstaltungen.⁵⁰ Seit 2015 kooperiert die POTENTIALE mit dem Antiquariat Chybulski, das seine Räumlichkeiten den Besucherinnen und Besuchern während des Festivals mit einem Programm öffnet.

Theater am Saumarkt

Gegründet 1977, zählt das Theater am Saumarkt zu den wichtigsten Kulturvermittlern in Feldkirch sowie überregional. Seit 2016 ist es Kooperationspartner der POTENTIALE und beteiligt sich mit seinen Räumlichkeiten am Pro-

*»In der Neustadt gibt es das N25 und die Wexelstube. Die sind während der POTENTIALE entstanden, weil sie gemerkt haben, dass das die Zeit ist, in der so etwas funktionieren kann. Den Plan gab es schon länger, die machen das nicht uns zuliebe. Sie nutzen den Rahmen als Katalysator und bleiben nach Veranstaltungsende bestehen.«
(E. Eller)*

⁴⁵ <http://www.n25.at/eine-seite/>

⁴⁶ Aktionsraum N25, Außenansicht mit Laubengang © www.n25.at

⁴⁷ Aktionsraum N25, Innenansicht © www.n25.at

⁴⁸ <http://www.wexelstube.at/wexelstube-wir-wir-sind/> (aufgerufen am 2.5.2017)

⁴⁹ <http://www.montforthausfeldkirch.com/de/nachhaltige-architektur-vorarlberg/> (aufgerufen am 2.5.2017)

⁵⁰ http://freiklick.at/index.php?option=com_content&task=view&id=1431



Privat initiierte Nutzung von räumlichen Ressourcen

Immer mehr private Akteurinnen und Akteure wollen sich an der Gestaltung ihres Umfeldes beteiligen und initiieren Projekte, die meist zwei Ziele verfolgen: Sie schaffen einen Raum, in dem die Umsetzung von unterschiedlichsten Ideen ohne bürokratischen Aufwand, unentgeltlich und relativ spontan möglich ist. Das zweite Ziel ist die Entwicklung einer physischen Plattform, durch die Netzwerke initiiert werden können und die Kommunikation, die durch digitale Medien immer mehr leidet, dadurch zu fördern.

Durch die Kooperation dieser Projekte mit dem Festival, kann die Bekanntheit der Veranstaltung als Katalysator genutzt werden. Das Festival wiederum profitiert vom Engagement und deren Beteiligung am Programm, die in weiterer Folge wichtig sind, um die lokalen Identitäten aufzeigen zu können.

Beispielhaft für Feldkirch sind der von zwei Architekten initiierte Aktionsraum N25, ein leerstehendes Erdgeschoßlokale, das bis zur Sanierung von den Eigentümern bereitgestellt wird. Hier werden unterschiedlichste Nutzungen für den Raum erprobt, um zu sehen, was funktioniert.

Auch die Wexelstube verfolgt ein ähnliches Ziel. Ein weiteres Best-Practice-Beispiel ist das »Glashaus« in Frastanz. Ursprünglich als Teil einer Gärtnerei genutzt, will der Initiator den Raum für Ideen, Experimente und als Plattform zur Verfügung stellen, um der Isolation von vielen AnwohnerInnen im Dorf entgegenzuwirken. Es braucht bewegliche Räume, die verschiedenste Akteurinnen und Akteure wieder aktiv werden lassen und so das persönliche Engagement für Projekte wieder fördern.

gramm.

Villa Claudia

Das »Forum für aktuelle Kunst«, das in der Villa Claudia beherbergt ist, war 2015 mit seinen Ausstellungsräumlichkeiten Teil der POTENTIALE.

ARTquer

2016 war die Atelieregemeinschaft aus Frastanz Teil des Festivals. In einem früheren Lagerhaus, das über 200 Jahre alt ist, ist eine Werkstatt untergebracht, in der kunstvolles Handwerk entsteht, die aber auch Treffpunkt und Plattform für Personen ist, die auf Inklusion und Toleranz Wert legen.

Urban Foxxes Shop

Der 52m² große Shop im Zentrum Feldkirchs, der seit 2012 Upcycling-Mode verkauft, beteiligte sich 2016 einen Abend lang mit einer Textilperformance im Shop.

Turnhalle Gymnasiumhof

Direkt neben dem Montforthaus situiert, bietet die kleine Turnhalle, die in einem kleinen Gebäude liegt, Platz für Veranstaltungen.



Räumliche Einbindung von lokalen Kulturschaffenden

Die Einbindung von lokalen Kulturschaffenden ist ein wichtiges Charakteristikum von situativen Kulturfestivals. Erst dadurch kann gewährleistet werden, dass die lokalen Identitäten in ihrer Vielfalt abgebildet werden.

Ein Teil dieser Identität sind auch die Räume, die die verschiedenen Vereine, Kollektive und Akteure für ihre Aktivitäten nutzen. Das Festival erlaubt durch ihre räumliche Ausbreitung in der Stadt, diese Räumlichkeiten einzubinden und damit weitere für viele verborgene Orte der Stadt zugänglich und damit ein Stück vertrauter zu machen.



51



52



53



54



55

51 Wexelstube, Fotoausstellung »Fingerhunds-
zahngras und die Stille dazwischen«, Gabriele Bösch,
POTENTIALE 2015 © Gabriele Bösch

52 Johanniterkirche, Installation von Martin Welch,
POTENTIALE 2016 © Johanniterkirche Feldkirch

53 Urban Foxxes Shop, POTENTIALE 2016
© POTENTIALE

54 Montforthaus © POTENTIALE

55 Antiquariat Chybulski, Fotoausstellung »Xindianer«,
Florian Gerer, Patricia Keckeis, POTENTIALE 2015
© Magdalena Türtscher



56



57



59



58

56–58 Frastanz, Glashus, Innen- und Außenansicht © Glashus

59 Pförtnerhaus, Glashus Pop-Up-Café, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE



»Das Gebiet war früher als Naherholungsgebiet gewidmet und es gab sehr viele Regeln, was dort alles nicht erlaubt ist. Durch die kulturellen Veranstaltungen, hat sich das Areal immer mehr in Richtung Kulturquartier entwickelt. Im Rahmen der ArtDesign 2013 war erstmalig das Feldhotel vom Architekturdio »Kompott« zu Gast auf diesem Areal. Davor wurde von Kompott eine Feldstudie über einen Zeitraum von einer Woche durchgeführt und Menschen vor Ort interviewt. Wie sehen Leute das Reichenfeld-Areal, was machen diese Menschen dort überhaupt? Sie stellten dann fest, dass die Leute immer die gleichen, bekieseten Wege nutzen, sie wissen eigentlich nicht, was dort erlaubt ist. Dieses Wissen hatte die Folge, dass das Feldhotel mit Stegen mitten auf die Wiese gestellt wurde.«

⁶⁰ <https://www.vn.at/feldkirc/2017/02/23/vorarlberg-einst-und-jetzt-von-der-stella-matutina-zum-konservatorium.vn>

⁶¹ <http://www.montforthausfeldkirc.com/de/altes-hallenbad-geschichte> (aufgerufen am 1.5.2017)

⁶² [https://de.wikipedia.org/wiki/Stella_Matutina_\(Jesuitenkolleg\)#Die_letzten_Jahre:_1946.2.80.931979](https://de.wikipedia.org/wiki/Stella_Matutina_(Jesuitenkolleg)#Die_letzten_Jahre:_1946.2.80.931979)

⁶³ Jazzbrunch, Poolbar-Festival © poolbar

Fokusgebiet Reichenfeld-Areal

Das Reichenfeld-Areal ist durch die Ill von der Altstadt getrennt und wird von der Stadt Feldkirch und ihren Bewohnerinnen und Bewohnern als Naherholungsgebiet, aber vor allem als Kulturquartier im Sinne des humanistischen Geistes, der Feldkirch im Mittelalter prägte, ständig programmatisch weiterentwickelt. Das Areal ist neben der Altstadt das zweite »Zukunftsgebiet« der Stadt Feldkirch.

Die erste prägende Phase des Reichenfeld-Areals fand im 19. Jahrhundert statt, als das Jesuitenkolleg Stella Matutina am Areal ein Privatgymnasium errichtete.

Der markante Gebäudekomplex aus Pförtnerhaus, Landeskonservatorium und Musikschule wurde um 1900 erbaut. Das alte Hallenbad entstand erst 1963 nach Plänen des Architekten Walter Bosshart.⁶⁰

Nachdem die Jesuiten die Stella Matutina 1979 schließen mussten, da der Nachwuchs fehlte, zog das Vorarlberger Landeskonservatorium in den ehemaligen Gebäudetrakt des Gymnasiums ein.⁶¹ Das Hallenbad stand bis 1993 leer. In diesem Jahr kaufte die Stadt Feldkirch das Reichenfeld-Areal mit dem Plan, das Areal als Kulturviertel mit dem Schwerpunkt Jugend zu positionieren. Ein Jahr später fanden die »Feldkircher Kulturwochen« statt, aus denen 1995 das noch heute existierende und das Areal stark prägende Poolbar-Festival entstand.⁶²

In den 1990er und 2000er-Jahren wurde das Areal primär als Naherholungsgebiet genutzt. Allerdings gab es viele Verbote und die Besucherinnen und Besucher nutzten nur die angelegten Kieswege.

2012 zog die ArtDesign temporär in die vier Gebäude des Areals und entschied sich bewusst, ein Jahr später mit einem Projekt in den Außenraum des Reichenfeld-Areals zu gehen. Eine BürgerInnenbefragung von Architekturkollektiv »Kompott« gemeinsam mit dem »Büro für Zukunftsfragen« ergab, dass das Areal nicht als Areal wahrgenommen wird, dass es konsumfreie Zonen braucht und dass die Wegeführung zu normiert ist.

Daher entstand das Projekt Feldhotel, dass diese Bedürfnisse integrierte. Heraus kam ein programmatisch betreuter, konsumfreier Raum, den Besucherinnen und Besuchern mit ihren eigenen Ideen bespielen konnten. Er wurde mitten auf der Wiese platziert und mit Stegen an die Kieswege angebunden. Seither werden nicht nur die Wege genutzt, sondern auch der »Zwischenraum«. Andere

Veranstalter, z.B. das Poolbar-Festival, erweitern seit dem Feldhotel ihren Aktionsradius stetig und nutzen die Wiese mit.²¹

Die POTENTIALE stärkt seit 2015 das Reichenfeld-Areal weiter in seinem Charakter als Experimentierraum und Labor für Fragen des Zusammenlebens, der Selbstverantwortung und der gesellschaftlichen Weiterentwicklung.



64



65



66

64 Pfortnerhaus und Landeskonservatorium ©
Stadtmarketing und Tourismus Feldkirch GmbH

65 Musikschule © Wolfgang Hofmeier

66 Altes Hallenbad © Benjamin Krieg

Dynamische Raumnutzung

2002–2011

KAMart bzw. ArtDesign

Nachdem die Kunst- und Antiquitätenmesse von Bregenz nach Feldkirch zog, fand die KAMart, später dann in ArtDesign umbenannt, ihren neuen Austragungsort im alten Montforthaus im Zentrum der Stadt.

1 altes Montforthaus

2012

ArtDesign

In diesem Jahr wurde das alte Montforthaus abgerissen, um Platz für einen Neubau zu schaffen. Dieser Umstand zwang die ArtDesign, sich neue Räumlichkeiten zu suchen. Gleichzeitig war das ihre Chance, Konzepte und Ziele zu überdenken und sich zu erneuern. Die Organisatoren der ArtDesign wollten schon länger das Reichenfeld-Areal, das sich immer mehr zum Kultur-Campus entwickelt, als neuen Austragungsort. Mitte November 2012 zog die ArtDesign schließlich über die III.

Die Messe fand auf zwei Etagen im Pfortnerhaus und im alten Hallenbad, sowie im Festsaal des Landeskonservatoriums statt. Das künstlerische Kinderprogramm wurde in der Musikschule angesiedelt. Außerdem nutzte das Festival erstmals den Außenraum für ein Kunstprojekt und es gab Führungen zur Entstehung des Jesuitenkollegs »Stella Matutina«, die das Reichenfeld-Areal früher nutzten und maßgeblich prägten.

2 altes Hallenbad

3 Pfortnerhaus

4 Landeskonservatorium

5 Musikschule

6 Waldbühne

7 Reichenfeld-Areal (landart)

8 Pavillon

! ■

»Die Messe machte mit dem Umzug einen extremen Entwicklungsschritt. Ausmisten, ausbrechen, den Staub wegwischen. Die Besucher, die immer zur alten Antiquitätenmesse gekommen waren, fragten nach dem ersten Standortwechsel in das Montforthaus immer: ›Wieso ist jetzt alles anders? Wieso gibt es keine Antiquitäten mehr?«. Mit dem Umzug in das Reichenfeld-Areal wurden diese Dinge auf einmal nicht mehr hinterfragt.«

! ■



2013 ArtDesign

Das Reichenfeld-Areal war erneut Zentrum der ArtDesign. Diesmal wurde vom Organisationsteam ein Projekt in Auftrag gegeben, dass die Wahrnehmung der Messe im Außenraum steigern soll.

Das junge Architektenduo »Kompott« führte eine Feldstudie in Feldkirch durch, um den Ort kennenzulernen und die Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner herauszufiltern. Ergebnis war, dass es zum einen an atmosphärischen, konsumfreien Räumen zum Experimentieren mangelt, zum anderen nutzen die FeldkircherInnen das Reichenfeld-Areal nur vorsichtig, da es in der Vergangenheit viele Verbote gab. Die Architekten konzipierten daraufhin einen Raum, der Suppe, Brot und Programm bot, der aber auch einlud, selbst programmatisch aktiv zu werden. Platziert wurde das »Feldhotel« auf einer Wiese im Reichenfeld-Areal. Stege verbanden es mit den Kieswegen.

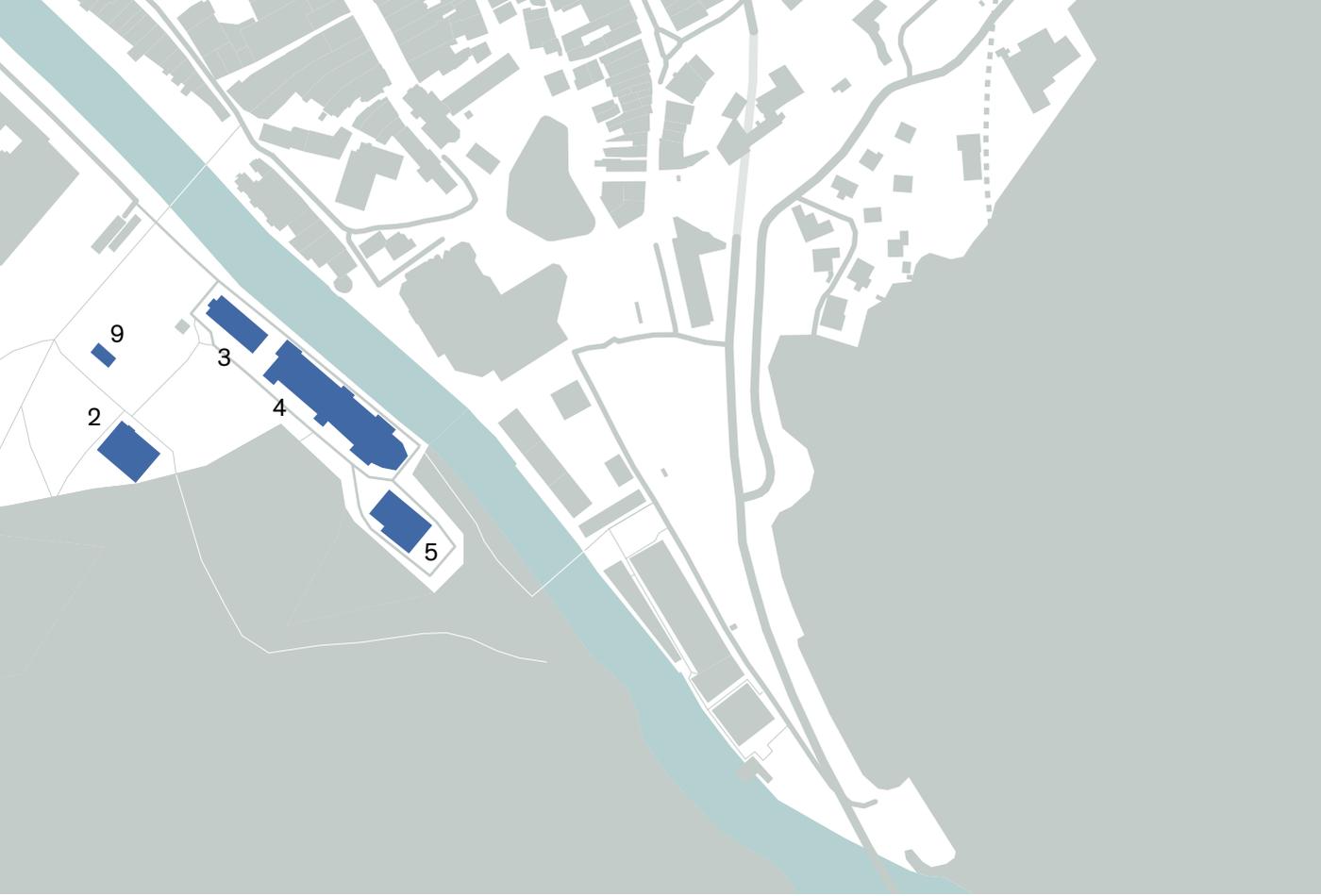
- 2 altes Hallenbad
- 3 Pförtnerhaus
- 4 Landeskonservatorium
- 5 Musikschule
- 9 Feldhotel

»Seit das Feldhotel 2013 im Reichenfeld-Areal zu Besuch war, kann man beobachten, dass Leute den Raum auf einmal anders wahrnehmen. Sie sitzen plötzlich in der Wiese! Auch andere Veranstalter kommen auf die Idee, den Raum abseits der Kieswege zu nutzen.«

2014 ArtDesign

Die Messe fand das dritte Mal im Reichenfeld-Areal statt und nutzte, wie davor auch, alle Gebäude für ihr Programm.

- 2 altes Hallenbad
- 3 Pförtnerhaus
- 4 Landeskonservatorium
- 5 Musikschule
- 8 Pavillon



2015

POTENTIALE

Nachdem Anfang 2015 das Konzept für das neue Festivalformat POTENTIALE erarbeitet wurde, stand fest, dass es ein erklärtes Ziel ist, die Stadt aktiv mitzugestalten und durch viele räumliche und inhaltliche Satelliten Potenziale von Feldkirch aufzuzeigen.

Das Reichenfeld-Areal war zwar wieder Zentrum, jedoch luden viele andere Orte und Interventionen in Feldkirch zum Stadtspaziergang ein. Das Feldhotel kehrte zurück, diesmal neben das neu eröffnete Montforthaus. Ein fahrbarer Saunawagen stand zur Nutzung bereit und erstmals wurden auch leerstehende Objekte bespielt, die die Organisatoren im Vorfeld ausfindig gemacht hatten. Außerdem gab es eine Vielzahl an lokalen Kulturschaffenden, die als Partnerinnen und Partner fungierten und ihre Räumlichkeiten mit einem Programm in das Festival eingliederten.

- 2 altes Hallenbad
- 3 Pförtnerhaus
- 10 Saunawagen
- 11 Ganehl-Steg
- 12 Theater am Saumarkt
- 13 Johanniterkirche
- 14 Turnhalle Gymnasiumhof
- 15 neues Montforthaus
- 16 Feldhotel 2.0
- 17 Schlossergasse 3
- 18 Palais Liechtenstein
- 19 Neustadt 25
- 20 Antiquariat Chybulski
- 21 Villa Claudia
- 22 Bahnhofstraße 36



2

3

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

2016

POTENTIALE

In diesem Jahr konnte wieder eine große Anzahl an Satelliten und Kooperationspartner in der Stadt gewonnen werden.

Festivalzentrum war dieses Mal das Montforthaus in dem auch die Vernissage sowie eine Ausstellung statt fand.

In ungenutzten Räumen wurden Studienarbeiten präsentiert, die sich mit der Nutzung leerstehender Objekte auseinandersetzen.

Die seit langem ungenutzte Turnhalle am Jahnplatz, die zukünftig Teil des neuen Quartiers am Jahnplatz sein wird, konnte ebenfalls für das Festival gewonnen werden und wurde so zum letzten Mal in seiner ursprünglichen Atmosphäre gezeigt.

Im Reichenfeld-Areal wurde eine temporäre, begehbare Installation aufgebaut, das als Stummfilmkino mit Live-Musik diente.

Unterführungen, Passagen sowie eine Tiefgarage nutzen die Kulturschaffenden als Ausstellungsflächen sowie für Austragung von Konzerten.

Zum ersten Mal ging das Festival auch eine räumliche Kooperation mit einem Partner außerhalb von Feldkirch ein. Das »Glashus«, ein Glashaus in einer stillgelegten Gärtnerei in Frastanz, wird vom Eigentümer als Experimentierraum für kulturelle Projekte zur Verfügung stellt.

- 2 altes Hallenbad
- 3 Pförtnerhaus
- 12 Theater am Saumarkt
- 13 Johanniterkirche
- 14 Turnhalle Gymnasiumhof
- 15 neues Montforthaus
- 17 Schlossergasse 3
- 18 Palais Liechtenstein
- 19 Neustadt 25
- 20 Antiquariat Chybulski
- 23 Turnhalle am Jahnplatz
- 24 Unterführung Bärenkreuzung
- 25 James-Joyce-Passage
- 26 Graf Hugo Keller
- 27 Unterführung Katzenturm
- 28 proplella – der laden für kinder
- 29 Wanderkiosk
- 30 Wechselstube
- 31 Urban Foxxes
- 32 Tiefgarage Reichenfeld-Areal
- 33 Stummfilmkino
- 34 Glashus / Frastanz



2

33

3

32

29

12

13

14

15

17

18

28

25

19

24

23

26

20

27

AKTEURSSTRUKTUR

Taktiker

Kulturarbeiter

Kulturbürger

räumliches Netzwerk

Taktikerinnen und Taktiker

Initiatoren (Stadtmarketing)

Das Stadtmarketing ist Veranstalter und Initiator der POTENTIALE. Es vertritt die Haltung, dass kulturelle Impulse wichtig für die Entwicklung von atmosphärischen Räumen sein können, die für das gesellschaftliche Zusammenleben sehr wichtig sind. Der Geschäftsführer des Stadtmarketings ist auch im Vorstand der Stadtmarketing-Dachorganisation in Österreich. Er strebt einen engen Austausch mit anderen Städten an um der Frage »Was ist modernes Stadtmarketing und was kann es bewirken?« nachzugehen. Das Stadtmarketing hat sich seit seiner Gründung Mitte der 1990er-Jahre, weiterentwickelt und beginnt an der Oberfläche zu kratzen. Das ursprüngliche Ziel war die reine Bewerbung von Feldkirch, anschließend kam die Phase der »Events«. Alle Wellen wurden mitgemacht, daher gilt es für das Stadtmarketing, ein relativ breites Feld abzudecken. »Überbleibsel« aus dieser Zeit sind z.B. der Mittelaltermarkt oder das Gauklerfest von dem sich die Stadt nicht trennen darf. Das Stadtmarketing hat aber mittlerweile gelernt, dass derartige Events nur als singuläre Einheiten funktionieren und keinen Mehrwert für die Stadt bedeuten, sondern diese nur als Bühne benutzen. Die Besucherinnen und Besucher kommen, konsumieren und verlassen die Stadt wieder. Der Fokus liegt nun auf der Schaffung von atmosphärischen Stadträumen mithilfe der Bewohnerinnen und Bewohner, um gesellschaftlichen Austausch zu fördern sowie die Identitätsvielfalt anzuerkennen und wertzuschätzen, die in Feldkirch vorherrschen. Mit einer Veranstaltung wie der POTENTIALE kann ein Netzwerk aufgebaut werden, das auch während des Jahres weiter besteht und miteinander verknüpft werden kann. Nur dadurch kann der Wahrheitsbeweis für ein Festival wie die POTENTIALE geliefert werden.

Hinter diesen Zielen stehen Personen, die diese Haltung haben. Das Festival entstand rund um die Kernpersonen des Stadtmarketings und der ArtDesign. Die damalige Festivalleitung zog sich 2015 – während des »Live-Betriebes« – in das Buddhistische Kloster in Feldkirch zurück, um das Konzept für die POTENTIALE zu entwickeln.

»Wir haben also alle Wellen mitgemacht und haben so ein relativ breites Feld, das wir abdecken müssen. Man darf sich auch von nichts mehr trennen. Wir haben somit unseren Mittelaltermarkt, unser Gauklerfest, das Weinfest, den Weihnachtsmarkt. Man hat dann gemerkt, dass Events kein Allheilmittel sind weil sie ersten nur singulär sind und die Stadt ganz oft nur als Kulisse nutzen.« (E. Eller)

»Feldkirch war so gut wie nie selber als Veranstalter aktiv sonder hat immer versucht, die freien Institutionen unterstützt. Wir haben immer gesagt, dass das die Experten sind, die haben das Herzblut und das was da ist, soll man unterstützen. Das ist eine Grundhaltung von Feldkirch. Deshalb tun wir uns leicht das aufzugreifen, weil diese Haltung da ist.« (E. Eller)

»Wie kann eine Institution wie das Stadtmarketing im Zuge so einer Stadtentwicklung zu einem »Identitätsverhandler« werden? Hier sehen wir uns. Wir beschäftigen uns sehr stark und seit Jahren mit dieser Frage. Kompetenz können wir in so einer Veranstaltung wie der POTENTIALE üben und das Netzwerk aufbauen und es im Laufe des Jahres weiterspielen und auch mit dem baulichen Inventar zusammenzubringen.« (E. Eller)

»Als ich damals nach Vorarlberg kam, hatte ich das Gefühl, das manche Leute glauben, ich nehme ihnen was weg. Mittlerweile kommen aber die Leute auf uns zu und wollen mit uns gemeinsam was machen. Man muss ihnen einfach die Angst nehmen und klarmachen, dass man sich gegenseitig befruchten kann und keiner keinem etwas wegnimmt. Der Gedanke, dass man gemeinsam mehr erreichen kann, ist auch so ein Leitthema der Potentiale.« (J. Bernkopf)

»Ich brauch eine Haltung, ich brauche die passende Person dazu, ich brauche eine Liebe zur Stadt – die Stadt muss mir etwas wert sein – und Demut – nicht alles besser zu wissen. Dann ist nicht die erste Aufgabe zu sagen: ›Mach ein Festival!‹ sondern ›Such dir so eine Person!‹. ›Schau in deiner Stadt, wem so ein Thema unter den Nägeln brennt!‹ Es funktioniert einfach nur über die persönlichen Netzwerke. Wir mussten uns das Vertrauen der Kulturschaffenden wirklich hart erarbeiten. Das Manko liegt auf unserer Seite! Die Kulturschaffenden müssen uns vertrauen, dass wir sie nicht nur instrumentalisieren, sondern dass wir wirklich mit ihnen arbeiten wollen. Gleichzeitig müssen natürlich auch die Regeln definiert werden. Nur weil eine öffentliche Hand im Hintergrund ist, ist jetzt auch nicht der große Geldsegen da.« (E. Eller)

Die Ziele wurden vorab definiert und geschärft. Allerdings stießen die damaligen Leiterinnen bei der Klausur an ihre Grenzen. Enormer Druck von Seiten der Stadt sowie unterschiedliche Ansichten forderten sie extrem.

Der Begriff Tourist im klassischen Sinn existiert beim Stadtmarketing nicht mehr. Die BürgerInnen produzieren die Stadt, sie sind für die atmosphärischen Räume verantwortlich, die ohne sie nicht existieren würden.

Das Problem am Begriff Marketing ist, dass dieses Feld immer auf Performance, auf Wachstum ausgerichtet ist, und damit meist an der Oberfläche haften bleibt. Hinter dem Stadtmarketing in Feldkirch stehen allerdings Akteure, die andere Ziele verfolgen. Sie investieren in Netzwerke und Formate, die langsam wachsen, dafür qualitativ und langfristig. Es sind einzelne, initiative Personen mit der richtigen Haltung, die die POTENTIALE schufen und sie nun konstant weiterentwickeln.

Stadt Feldkirch

Grundhaltung der Stadt ist, die freien Institutionen zu unterstützen. Das sind die Experten, die ihre Energie in viele Projekte stecken und die einen erheblichen Anteil an der kulturellen Entwicklung der Stadt haben. Feldkirch ist sich dessen bewusst und stützt diese Initiativen. Diese Haltung wird auch bei der POTENTIALE aufgegriffen, indem sie die lokale Kulturszene aktiv einbindet.

Politische Entscheidungsträgerinnen und -träger haben aber oftmals andere Schwerpunktthemen, als das »Pushen« der kulturellen Szene durch experimentelle Formate wie die POTENTIALE es eines ist. Nur aufgrund der Wichtigkeit der ArtDesign für die Stadt, konnten die damaligen Festivalleiterinnen bei der Neukonzeptionierung Risiken eingehen. Das ständige Infragestellen ihrer Arbeit durch den Bürgermeister bedarf einer Überzeugung seitens der Veranstalter. Oftmals stehen Wünsche von potentiellen WählerInnen über den Grundsätzen und Zielen des Festivals. Außerdem haben PolitikerInnen oft Angst, neue Projekte zu unterstützen, deren Ausgang noch ungewiss ist. In diesem Fall kommt noch dazu, dass das ursprüngliche Format, die ArtDesign, (noch) gut funktionierte und oft nicht verstanden wird, wieso es dann geändert werden muss.

Büro für Zukunftsfragen

Das Büro für Zukunftsfragen ist Teil der Landesregierung Vorarlbergs und einmalig in Österreich. Sein Ziel ist, bürgerinitiierte Projekte und Engagement zu fördern und zu unterstützen. Außerdem »initiiieren, koordinieren und unterstützen sie innovative Pilotprojekte, die langfristige, ganzheitliche und dauerhafte Lösungen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung darstellen.«⁶⁷ Ohne dessen Unterstützung wären Projekte wie die Feldstudie, die Wünsche und Bedürfnisse der FeldkircherInnen für das Feldhotel erhob, nicht möglich gewesen. Als wichtiger Netzwerkpartner unterstützen sie die POTENTIALE mit Expertise und Budget.



Öffentliche Initiatorinnen und Initiatoren

Im Unterschied zu Attersee a. A., gibt es in Feldkirch keine schwerwiegenden strukturellen Mängel, die es zu thematisieren gilt. Initiiert wurde die POTENTIALE vom Stadtmarketing, das in ihren Ursprüngen die Bewerbung der Stadt nach außen als primäres Ziel sah. Mittlerweile haben sich die Ziele weiterentwickelt. Das Stadtmarketing sieht sich heute als »Identitätenverhandler«, der durch die POTENTIALE eine Plattform schaffen kann, um die vorhandenen Identitäten der Stadt mit einem unerschwelligen Format zu fassen. Diese kann ganzjährig genutzt und weiterentwickelt werden. Das Netzwerk und das Wissen, das dadurch entsteht, führt zu einer Expertise, die z.B. für den Ausarbeitungsprozess des neuen Stadtentwicklungsplanes einen enormen Startvorteil bedeutet.

»So sehr uns aber der Bürgermeister für verrückt erklärt – »diese kreativen Mädels, die immer Dinge machen, die ich nicht verstehe« – er ist ein extrem intelligenter Mensch, kennt sich aber in diesem Bereich einfach nicht aus. Im Endeffekt haben wir gewusst, dass uns nichts passieren kann, weil der Bürgermeister weiß, wie sehr Feldkirch die ArtDesign braucht.« (J. Bernkopf)

⁶⁷ https://www.vorarlberg.at/vorarlberg/umwelt_zukunft/zukunft/buerofuerzukunftsfragen/weitereinformationen/aufgaben_leistungen/geschaeftsfelderundaufgab.htm (aufgerufen am 4.5.2017)



Die Stadt als Veranstalterin, die Kulturschaffenden als Experten

Das Stadtmarketing bedient sich alternativer Entwicklungsmethoden, die sich an »bottom-up-Projekte« anlehnen und die die Kooperation von privaten und öffentlichen Akteurinnen und Akteuren beinhalten. Dadurch kann ein gewisses »trial and error«-Prinzip angewandt werden. Die Stadt lernt als Veranstalter durch den Prozess und kann sich dadurch selbst eine Expertise aufbauen. Handlungsformate können ausprobiert werden. Funktionieren sie nicht, besteht die Möglichkeit, ein Stück zurückzugehen, um die Umsetzung nochmals zu überdenken. Durch die Kooperation von lokalen Kulturschaffenden der freien Szene, die von Feldkirch auch schon vor der POTENTIALE unterstützt wurden, werden Akteurinnen und Akteure eingebunden, die im kulturellen Tätigkeitsbereich als ExpertInnen bezeichnet werden können und Kompetenzen in der Umsetzung von bestimmten Handlungsformaten haben. Eine frühzeitige Einbindung und eine damit verbundene Wertschätzung dieser Akteursgruppen ist förderlich, um nicht den Eindruck entstehen zu lassen, dass die Stadt sie instrumentalisiert.

Kulturarbeiterinnen und -arbeiter

Programmpartnerinnen und -partner zeigen die Vielschichtigkeit der kulturellen Szene in Feldkirch und können dafür die Plattform des Festivals für die Vorstellung ihrer Arbeit nutzen. Die Veranstaltung dient sozusagen als Katalysator. Durch deren Netzwerke kann die POTENTIALE wiederum ihr eigenes Netzwerk vergrößern.

ma_ma (Martin Mackowitz)

Die Gemeinschaft rund um Martin Mackowitz ist seit 2012 Teil des POTENTIALE-Netzwerks. Das Team der ArtDesign lernte die Initiative »stattSTUBE« in Innsbruck kennen. Dieser temporäre, konsumfreie Experimentier- raum wurde vom Kollektiv »Tortenwerkstatt«, in der auch Martin Mackowitz Mitglied ist, für die Architekturtage konzipiert. Die ArtDesign beauftragte ihn daraufhin, ein ähnliches Projekt in Feldkirch umzusetzen, bei dem 2013 das Feldhotel entstand.

Je nach Anforderungen, Umfang oder Entwurf greift der Architekt auf ein großes Netzwerk zurück. Projekte, die mithilfe dieser Gemeinschaft entwickelt wurden sind z.B. das »Glashus«, der Saunawagen oder der Wanderkiosk, die alle bereits Teil der POTENTIALE waren. Martin Mackowitz ist außerdem Dozent an der Universität Liechtenstein im Master Architektur.

Regionale Kulturszene Feldkirch

Plattformen, Initiativen und Vereine, die die Kulturszene von Feldkirch schon lange prägen, sind die Experten auf diesem Gebiet. Deshalb war es für die POTENTIALE von Anfang an wichtig, diese Akteure im Festival zu integrieren und ihre Arbeit vorzustellen. Anders könnte der Wahrheitsbeweis des Festivals nicht erbracht werden. Nur durch die Integration von langsam gewachsenen Akteursstrukturen, die untereinander vernetzt sind, kann ein Festival wie die POTENTIALE die verschiedenen Identitäten der Stadt abbilden.

Netzwerkpartner sind z.B. das Antiquariat Chybulski, das Theater am Saumarkt, die Villa Claudia, das Poolbar

»Das Budget ist natürlich auch immer ein Hindernis. Auf der anderen Seite sehe ich das mittlerweile auch entspannter. Man ist dadurch viel kreativer und auf Netzwerke angewiesen und auf Tauschen. Das ist eh die Zukunftsmusik. Es kann immer vorkommen, dass dir die Stadt das Budget kürzt oder streicht. Dann muss man Alternativen haben. Wenn du dann aber ein gutes Netzwerk hast, dann kannst du trotzdem was auf die Beine stellen. Dann kriegt der etwas von dir und umgekehrt.«

»Es ist schön, wenn man weiß, dass man aber schon gar nichts alleine machen kann. Dann darf man nämlich unweigerlich auf Freunde zurückgreifen. Freunde mit Ideen, Talenten und Haltungen. Das Netzwerk ist ein Freundeskreis. Man versteht sich blind und taub. Und das ist schön.« (M. Mackowitz)⁶⁸

⁶⁸ <http://ma-ma.io/netzwerk> (aufgerufen am 3.5.3017)

⁶⁹ <http://www.vol.at/glashus-der-kreativitaet/5257622> (aufgerufen am 3.5.3017)

Festival und auch die Offene Kulturarbeit in Feldkirch, die allesamt schon lang Teil der Feldkircher Kulturszene sind. Es gibt aber auch regionale Kooperationen mit Partnern, die ähnliche Werte vertreten und bereits einen enormen Bekanntheitsgrad erreicht haben. Der Werkraum Bregenz ist so ein Beispiel oder das Designforum in Vorarlberg. Von solchen Kooperationen profitiert das Festival und dessen Netzwerk, weil damit andere Reichweiten geschaffen werden können.

Glashus (Sebastian Gneiger)

Sebastian Gneiger hatte bereits mit der ehemaligen Festivalleiterin an seinem eigenen, ersten Veranstaltungskonzept für das »Glashus« gearbeitet, als er 2016 Programmpartner der POTENTIALE wurde. Eine Veranstaltung fand im »Glashus« in Frastanz statt und ein Pop-Up-Café wurde vom Kollektiv im Pörtnerhaus aufgebaut und während der ArtDesign betrieben.

Der Initiator erbt die Gärtnerei von seinen Eltern, zog zurück nach Vorarlberg und adaptierte ein Glashaus baulich, um es als Veranstaltungsraum an alle, die eine Idee ausprobieren wollen, zur Verfügung zu stellen. Als er seine erste Veranstaltung im Experimentierraum plante, lud er Leute ein, die er interessant fand um gemeinsam an einem Konzept zu arbeiten. Darunter befanden sich Architekt Martin Mackowitz (Feldhotel), Stefan Lins vom Büro für Zukunftsfragen, Johanna Bernkopf (POTENTIALE Feldkirch), Verena Fröwis von der Stadt Feldkirch und Musiker Christoph Gallaun.⁶⁹

Organisationsteam

Die Anzahl des Organisationsteams schwankt während des Jahres und ist naturgemäß direkt vor und während des Festivals am größten. Die POTENTIALE hat den enormen Vorteil, dass sie von der Stadt veranstaltet wird und das Budget hat, um MitarbeiterInnen anzustellen.

Das interne Team besteht aus ca. 10 Personen, die teilweise auch für das Stadtmarketing und das Montforthaus zuständig sind. Die Bereiche Messeleitung, Festivalleitung, Grafik, Marketing sowie technische Leitung werden damit abgedeckt. Zusätzlich hilft ein Praktikant oder eine Praktikantin.

Während des Festivals stoßen auch noch externe Helfer zum Team. Ca. 60 Personen sind für die Vor-Ort-Betreuung, den Auf- und Abbau, die Texte, die Übersetzungen sowie die Presse verantwortlich. Sämtliche Projekte,

»Sebastian vom ›Glashus‹ ist vor Kurzem wieder nach Vorarlberg zurückgezogen und stellt das Glashaus zur Verfügung, weil es in Frastanz einen enormen Wegzug an jungen Menschen gibt und diejenigen, die bleiben, bauen Häuser und kriegen Kinder – überspitzt gesagt. Sein Ansatz, dem entgegen zu wirken ist, Räume zur Verfügung zu stellen. Es gibt Räume und diese muss man aufzeigen, damit die Nutzer aktiv werden!« (J. Bernkopf)

»Ich wollte einen Raum schaffen, wo Menschen sich ausleben und innovative Ideen verwirklichen können. Die einzige Vorgabe besteht darin, dass jede Veranstaltung öffentlich sein muss. Bisher gab es einen Nachtflohmarkt, einen Brunch oder Wohnzimmerkonzerte, eine Projektschmiede und Poetry Slams.«² (S. Gneiger, Gründer Glashus)

die von Netzwerkpartnern durchgeführt werden, werden nicht von der POTENTIALE betreut, sondern von den Partnern selbst.

Landgruppe

Das offene Kollektiv aus Vorarlberg konzipiert Projekte, die immer partizipatorisch, performativ und temporär sind. Sie beschäftigen sich mit Fragen, die der Nutzung von Räumen, dem gesellschaftlichen Zusammenleben oder politischen Stimmungen nachgehen und versuchen, mithilfe von jungen Stadtbewohnerinnen und -bewohnern in Feldkirch, Antworten darauf zu finden. Ihre Initiativen siedelt das Kollektiv in leerstehendem Räumen an.⁷⁰ Seit 2015 sind sie Netzwerkpartner der POTENTIALE und haben bereits zwei Projekte für das Festival konzipiert.

kulinarische Netzwerkpartnerinnen und -partner

Wichtig ist für die POTENTIALE auch die Zusammenarbeit mit der Gastronomie. In Vorarlberg sehr bekannt ist z.B. die Elfenküche aus Dornbirn, deren Initiatorin wiederum eine umtriebige Netzwerkerin ist und dieses auch auf ihrer Homepage anführt – die Feldküche⁷¹ und das Feldhotel sind dabei nur zwei von vielen Kooperationspartner.

Hochschulen

Die POTENTIALE profitiert, wenn sie StudentInnen einbindet, um deren Lösungsansätze und Denkanstöße zu gesellschaftspolitischen und raumstrukturellen Themen kennenzulernen. Mit der Universität Liechtenstein, der FH Kufstein sowie der FH Vorarlberg hat sie bereits gemeinsam Projekte initiiert und neue Ansätze der Stadtentwicklung wurden bereits im Zuge des Festivals präsentiert.

Medien

Auch Medien fallen in die Sparte der Kulturarbeiter – sie berichten über die Festivals und erhöhen so den Bekanntheitsgrad. Kooperationen mit Medien, die ähnliche Zielgruppen haben, werden vom Festivalteam forciert, z.B. Ö1 oder VLOW!

Unternehmen aus Feldkirch und der Region

Auch Unternehmen, die das Festival durch monetäre Zuschüsse, Programm, Material oder Expertise unterstützen, sind Teil der Kulturarbeitergruppe. Das Bereitstellen von Alurohren machte z.B. den Bau des Stummfilmkinos möglich. PRISMA stellte die Turnhalle am Jahnplatz tem-

⁷⁰ <http://landgruppe.tumblr.com/überuns> (aufgerufen am 5.5.3017)

⁷¹ Die Feldküche ist ein Kollektiv, entwickeln Projekte im kulinarischen Bereich und entstand 2010 im Bregenzer Wald. „Wir wollten die tollsten Sachen der Region vereinen – Plätze, Menschen, Köche, Produkte“, erzählt Mitgründer Matthias Felsner. Die Initiative bringt fremde Menschen an speziellen Orten zusammen, um sie von verschiedenen Köchen zu bekochen. Ziel ist der Austausch, die Entschleudigung und die Wertschätzung von guten Produkten. <http://feldkueche.squarespace.com> (aufgerufen am 2.5.2017)

⁷² Erste Feldküche in Andelsbuch im Bregenzer Wald © David Schreyer



porär zur Verfügung, ehe sie als Teil eines neuen Stadtquartiers umgebaut wird. Urban Foxxes, ein Geschäft aus Feldkirch, das Second-Hand-Mode upcycelt, lud bei der POTENTIALE 2016 zu einer Textilperformance ein.

Durch die Einbindung dieser Akteure kann an neue Netzwerke angedockt werden und die vielschichtigen Charaktere von Vorarlberg können so noch besser eingefangen werden.

ArtDesign-Ausstellerinnen und -Aussteller

2016 stellen rund 75 DesignerInnen und KünstlerInnen ihre Arbeiten auf der Programmschiene ArtDesign aus. Sie stammen größtenteils aus Vorarlberg und Deutschland, aber auch aus der Schweiz und aus Liechtenstein.



Ehrenamtliches Engagement außerhalb der Städte

In Vorarlberg ist derzeit zu beobachten, dass viele private Akteurinnen und Akteure Räumlichkeiten zur Verfügung stellen, um verschiedenste Ideen umzusetzen, Plattformen zu schaffen um sich gegenseitig zu vernetzen und um auf strukturelle Themen aufmerksam zu machen. Die POTENTIALE schafft mit ihrem Format eine Bühne, um diesen Akteurinnen und Akteuren und ihr ehrenamtliches Engagement vor den Vorhang zu holen. InitiatorInnen von Projekten wie dem »Glashus« oder dem Aktionsraum N25 können so die Bekanntheit des Festivals nutzen, die POTENTIALE profitiert wiederum vom erweiterten Netzwerk sowie durch das Kennenlernen von neuen räumlichen Nutzungsstrategien.

»Alle teilnehmenden KünstlerInnen und AusstellerInnen werden von einer anonymen Jury ausgewählt. Programmpartner kommen meist auf uns zu und wir entscheiden, ob es passt. Teilweise gehen auch wir auf sie zu.«

räumliches Netzwerk Kulturarbeiterinnen und -arbeiter

Ein Festival ist ein Ausnahmezustand und es entstehen ganz eigene Energien, wenn viele Leute, auch von außen, zusammenkommen und gemeinsam Projekte durchführen oder ihre eigenen Projekte bei der POTENTIALE präsentieren. Das daraus wachsende Netzwerk ist enorm wichtig für den Veranstalter, das Stadtmarketing, der diese Kontakte auch während des Jahres pflegen möchte. So können wichtige Dienste geleistet werden, wenn es z.B. um die Nutzung von leerstehenden Räumlichkeiten geht. Kommt ein Vermieter mit Leerstand zum Stadtmarketing, kann dieses in seinem Netzwerk fragen, wer solche Ressourcen brauchen könnte.

Netzwerke werden gezielt aufgebaut, indem sich die POTENTIALE Netzwerkpartner sucht, die wiederum eigene Kreise mitbringen. Beide Seiten profitieren von dem jeweils anderen Format und der Expertise. So können die Kräfte gebündelt werden, um Plattformen zum Austausch zu schaffen und um neue Projekte zu initiieren.

Das Bundesland Vorarlberg ist sehr klein und Akteure, die in der Kreativbranche tätig sind, kennen sich meist untereinander oder haben zumindest gemeinsame Schnittstellen. Die Netzwerke funktionieren. Trotzdem läuft nicht alles optimal. Gibt es Veranstaltungen, sprechen sich die zuständigen Akteure nicht wirklich untereinander ab. So kann es passieren, dass mehrere Veranstaltungen in einer extremen Dichte stattfinden und danach lange nichts mehr los ist.

Es gibt in Vorarlberg ein Projekt, das die analogen Netzwerke auf einer Initiativen-Karte zusammenführt. Die Projektgemeinschaft »Wandeltreppe« gibt so einen Einblick in die Vielfalt der regionalen Projekte, die sich mit Zukunftsfragen sowie Regeln des gemeinsamen Zusammenlebens beschäftigen.⁷³

»Kompetenz können wir in so einer Veranstaltung wie der POTENTIALE üben. Das Netzwerk wird erweitert und diese Kontakte können wir im Laufe des Jahres weiterspielen um sie auch mit dem baulichen Inventar zusammenzubringen.« (E. Eller)

»Die POTENTIALE bietet verschiedene Plattformen und kooperiert mit vielen Programmpartnern. Der Initiator vom »Glashus« z.B. hat den Elternbetrieb in Frastanz geerbt. Das war früher eine Gärtnerei und die Glashäuser stehen noch. Er stellt jetzt mit dem Kollektiv »Glashus« eines dieser Glashäuser zur Verfügung um sie so für die Ideen anderer zugänglich zu machen. Es haben schon Konzerte, Flohmärkte, etc. stattgefunden. Wenn so wer Programmpartner der POTENTIALE ist, entsteht automatisch ein ganz anderes Netzwerk. Das ist auf jede Fall ein Grund, wieso wir das machen.« (J. Bernkopf)

»Das ist ein Phänomen in Vorarlberg: Jeder kocht ein bisschen sein eigenes Süppchen. Da gibt es dann an einem Wochenende 5 Veranstaltungen und an den nächsten 3 Wochenenden keine. Es gibt aber eine neue Plattform: Wandeltreppe. Da kann man seine Veranstaltungen eintragen. In letzter Zeit wird die Vernetzung und die Kommunikation eh immer besser.« (J. Bernkopf)

⁷³ <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=162>
(aufgerufen am 3.5.2017)

Die Vorgänger der POTENTIALE, die ArtDesign, die KAMart bzw. der Kunst- und Antiquitätenmarkt, konnten seit den 1980er Jahren bereits ein weit verzweigtes Netzwerk generieren, dass es nicht möglich macht, dieses zu recherchieren und zu erfassen. Deshalb werden beim räumlichen Netzwerk nur Kooperationspartner erfasst, die seit 2015, also der Gründung der POTENTIALE, dabei sind. Die AusstellerInnen der ArtDesign-Programmschiene sind nicht Teil der räumlichen Netzwerkkarte, das sie nur bedingt als Netzwerkpartner definiert werden können.

Das räumliche Netzwerk zeigt, dass die POTENTIALE primär in der Stadt Feldkirch verankert ist, und ein sehr gutes Netzwerk in Vorarlberg vorweisen kann.

Die Lage im Drei-Länder-Ecks ist außerdem von Vorteil, da so die Netzwerke über die Grenzen hinaus mit Partnern wie der Universität oder das Kunstmuseum in Liechtenstein funktionieren und gut ausgebaut werden können.

*So eine Festival ist natürlich ein Ausnahmezustand. Früher gab es ein ganz klassisches Musikfestival, bei dem man davor durch die Stadt ging und Baustellen extra abgeräumt hat. Es braucht die Energie, die entsteht, wenn ganz viele Leute – auch von außen – zusammenkommen. Aber das, was wir als Netzwerk und Kompetenz aufbauen, das können wir über das ganze Jahr nutzen. Wenn z.B. ein Vermieter zu uns kommt und uns fragt, was er mit seinem Raum tun kann, können wir ihm durch einen Call helfen und in unserem Netzwerk fragen, wer den Raum z.B. für 2 Monate nutzen möchte. Deshalb baue ich solche Netzwerke und Kompetenzen auf. Nicht nur deshalb, damit ich während dem Festival eine tolle Zeit habe. Wenn aber diese Bespielung über einen längeren Zeitraum hinweg geht, hat das natürlich nicht dieselbe Strahlkraft.
(E. Eller)*



Netzwerk als wichtigster Entwicklungsparameter für eine Stadt / einen Ort

Auch bei der POTENTIALE laufen alle Fäden bei den Netzwerken zusammen. Das Stadtmarketing kann durch das Festivalformat wichtige Kontakte knüpfen, die Netzwerke während des Jahres weiter ausbauen und bei Bedarf aktivieren. So können sie z.B. auch Nutzerinnen und Nutzer für leerstehende Räume finden, wenn EigentümerInnen auf der Suche nach MieterInnen sind. Taktisch klug geht die Festivalleitung auch bei der Auswahl vor. Partnerinnen und Partner wie das »Glashus«, das selbst seine Netzwerke ständig erweitert, sind z.B. ideal und sorgen außerdem auch für eine soziale Durchmischung.

2015-2016

Feldkirch
Wien
Dornbirn
Frastanz
Nenzing
Bludenz
Wolfurt
Hohenems
Hard
Sonntag
Andelsbuch
Kufstein
Graz
Vaduz
Frankfurt
Stuttgart
Hannover
Berlin
München
St. Gallen
Valencia



entspricht einer Verbindung, die aus einer nicht definierten Anzahl von Akteurinnen und Akteuren im Hintergrund besteht

Kulturbürgerinnen und -bürger

Die ArtDesign war bis 2012 ein reines Messeformat und die Besucherinnen und Besucher kamen, um zu konsumieren.

Jedesmal, wenn sich das Format weiterentwickelte, oder den Ort änderte, gab es gemischte Rückmeldungen der Kulturbürger. Ein Teil verstand nicht, wieso etwas geändert wird, das funktioniert. Der andere Teil war begeistert von den Veränderungen und den zusätzlichen Angeboten.

Grundsätzlich wurden die Besucherinnen und Besucher der ArtDesign und die Bewohnerinnen und Bewohner Feldkirchs aber immer maßgeblich in die bewusster oder unbewusst in den Entwicklungsprozess eingebunden, da diese Akteurinnen und Akteure über Erfolg und Nichterfolg von neuen Initiativen im Rahmen der ArtDesign entschieden. Als die ArtDesign z.B. 2012 vom alten Montforthaus in das Reichenfeld-Areal zog und Gebäude, wie das Landeskonservatorium temporär mit einer neuen Funktion bespielten, waren die Besucherinnen und Besucher so begeistert von diesen alternativ genutzten Räumlichkeiten, dass die Veranstalter diese Nutzungskonzepte in Folge ausweiteten.

Auch bei der Entwicklung des Feldhotels, waren die Kulturbürgerinnen und -bürger wichtige Experten. Durch eine Feldstudie im Vorfeld, versuchten die Architekten, die Bedürfnisse der Feldkircherinnen und Feldkircher herauszufinden und richteten bauliche Struktur, Programmatik sowie Standort darauf aus. Der Erfolg des Feldhotels bestätigte die ArtDesign darin, Kulturbürgerinnen und -bürger weiterhin aktiv einzubinden und auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Das Feldhotel war zwar teilweise programmatisch begleitet, diente aber primär als Experimentier- und Kommunikationsraum, der vom aktiven Handeln der Besucherinnen und Besucher abhängig war. Von der temporären Nähwerkstatt bis zu Yoga wurde alles ausprobiert – ohne das Zutun der Veranstalter.

»Viele hinterfragten 2015 das neue Format: ›Wieso ändert man etwas an der ArtDesign? Die Messe hat jetzt endlich einen Namen, endlich ist sie bekannt.« Es reagierten natürlich auch viele sehr positiv auf das neue Konzept. Die meisten haben aber nicht verstanden, dass das Messeformat alleine nicht zukunftsfähig ist. Funktioniert das nicht mehr, haben wir gar nichts mehr.« (J. Bernkopf)

Die Feldstudie zeigte unter anderem auch, dass sich die Bewohnerinnen und Bewohner von Feldkirch nicht trauten, im Reichenfeld-Areal abseits der Kieswege zu gehen, da es in der Vergangenheit viele Verbote für den Grünraum gegeben hatte. Um darauf zu reagieren, setzten die Architekten das Feldhotel direkt in die Wiese. Das Reichelfeld-Areal wird seither anders von den Besucherinnen und Besuchern angenommen, da auch die Plätze abseits der Kieswege erobert werden. Plötzlich sind Spuren im Alltagsleben der Kulturbürgerinnen und -bürger zu bemerken.



Bei vielen nachfolgenden Projekten im Rahmen der POTENTIALE war eine aktive Teilnahme der Kulturbürgerinnen und -bürger ebenfalls Teil der Initiative beziehungsweise Voraussetzung. Beispiele dafür sind der Saunawagen oder der Wanderkiosk, der Nutzerinnen und Nutzer benötigt, um einen situativen Raum zu erschaffen.

Die POTENTIALE sind nicht unentgeltlich zu besuchen. Durch die Eintrittspolitik des Veranstalters ist es möglich, die Besucherzahlen zumindest größtenteils zu erruieren. Laut Auskunft des Stadtmarketings waren das 2015 8.000 Besucher und 2016 rund 10.000 Besucher über drei Wochen verteilt. Allerdings gab es auch Veranstaltungen, deren Eintritt kostenlos war. Somit können keine hundertprozentigen Aussagen über die tatsächliche Besucherzahl getroffen werden.



Anzahl Besucherinnen und Besucher

Die POTENTIALE startete 2015 mit ca. 8.000 BesucherInnen und konnte diese Anzahl 2016 überbieten. Die Eintrittspolitik erlaubt eine Zählung der BesucherInnen. Einige Programmpunkte sind allerdings auch frei zu besuchen weshalb die tatsächliche Anzahl trotzdem ungewiss ist.



Einbindung der Kulturbürgerinnen und -bürger in den Entwicklungsprozess

Unbewusst oder bewusst werden Kulturbürgerinnen und -bürger immer Teil des Entwicklungsprozesses eines Festivals sein. Ihr Feedback und ihre Kritik helfen, Ziele zu überdenken und anzupassen. Damit waren sie maßgeblich an der Weiterentwicklung der ArtDesign zum Festivalformat beteiligt. Da lokale Akteurinnen und Akteure immer in einer gewissen Beziehung zu den bespielten Orten und der Stadt stehen, haben sie einen anderen Blick auf die Projekte und die genutzten Räume. Gleichzeitig können durch kulturelle Impulse Alltagsmuster durchbrochen werden und neue Sichtweisen auf die Stadt ermöglicht werden. Bei Projekten wie dem Feldhotel, fand durch die Platzierung des temporären Raumes mitten auf einer Wiese, ein Umdenken der Nutzerinnen und Nutzer statt. Davor wurden stets die genormten Kieswege genutzt, seither wird Stück für Stück das gesamte Areal erobert. Viele Projekte der POTENTIALE sind partizipatorisch angelegt und auf die Nutzung und die Improvisation der Kulturbürgerinnen und -bürger angewiesen. Der Saunawagen wird zum situativen Raum, indem Akteurinnen und Akteure ihn einheizen und nutzen. Das Festival kann zwar Situationen schaffen, die Kulturbürgerinnen und -bürger sind es aber, die sie durch Improvisation mit Bedeutung versehen.

Handlungsstruktur

**konsumorientierte
Handlungsformate**

**kommunikationsorientierte
Handlungsformate**

**vermittlungsorientierte
Handlungsformate**

konsumorientierte Handlungsformate

ArtDesign Werkschau und Foto

Das Messeformat existiert in dieser Form seit 2012, die Ursprünge gehen bis in die 1980er-Jahre zurück und hat einen wesentlichen Anteil daran, dass sich Feldkirch als Kulturstandort etablieren konnte. Seit 2015 ist es in die Programmschiene der POTENTIALE eingegliedert. Anliegen der ArtDesign ist, eine interdisziplinäre Plattform zu schaffen, um den AusstellerInnen aus den Bereichen Produktdesign, Angewandte Kunst, Mode, Schmuck und Accessoires, Fotografie und Visualisierung optimale Grundbedingungen für die Vermarktung ihrer Arbeit zu bieten. Weiters soll ein feinmaschiges Netzwerk unter den KünstlerInnen, JungdesignerInnen sowie anderen ExpertInnen entstehen, um den Austausch zu fördern um in weiterer Folge auch die Initiierung von gemeinsamen Projekten zu erzielen. Kooperiert wird außerdem mit regionalen Plattformen wie dem Werkraum Bregenz, der von Bregenzerwälder Handwerkern gegründet wurde.



Sonderausstellung

Um das (kaufkräftige) Schweizer Publikum zu locken, entschied sich das Festivalteam 2016 für ein Format, dass dieses Ziel verfolgte. Der bekannter Schweizer Textildesigner Martin Leuthold präsentierte sein Oeuvre in einer Sonderausstellung im alten Hallenbad. Die POTENTIALE kooperierte extra mit einer Schweizer Agentur, die diese Ausstellung gesondert in der Schweiz bewarb.



74



75



76

74–75 Pförtnerhaus, ArtDesign, POTENTIALE 2016
© Magdalena Türtscher

76 Altes Hallenbad, Ausstellung Martin Leuthold,
POTENTIALE 2016 © Magdalena Türtscher



Positionierung

Die ArtDesign hatte einen enormen Einfluss auf die Positionierung Feldkirchs als Kultur- und Bildungsstandort. Festivals können mit ihrer Dichte an Programm, den involvierten Akteurinnen und Akteuren und ihrer räumlichen Ausbreitung eine Aufmerksamkeitsdichte auf überregionale Ebene schaffen, die einzelne Projekte und Impulse nicht in der Form erzielen würden. Die Fülle an verschiedenen Handlungsformaten repräsentiert gleichzeitig die Vielfalt an Identitäten, die in der Stadt vorhanden sind. Dadurch kann erst der Beweis für eine Positionierung erbracht werden. Diese Positionierung muss aus den verschiedenen Charakteristiken der Stadt kommen, nicht umgekehrt. Das Festival kann als Plattform und Katalysator dafür dienen.

kommunikations-orientierte Handlungsformate

Gestaltungspreisverleihung LAVA-Award

Der Gestaltungspreis des Landes Vorarlberg ist mit 3.000 Euro nominiert und wird mit der POTENTIALE als Partner seit 2014 vergeben. In einer Sonderausstellung werden die nominierten Arbeiten präsentiert. Die Preisverleihung findet in einem öffentlichen Rahmen statt.

Feldhotel

Das Projekt wurde 2012 vom Architekturkollektiv »Kompott« im Auftrag der ArtDesign konzipiert und ging der Frage nach, was das Reichenfeld-Areal benötigt, damit sich das Gebiet positiv entwickelt. Welche Infrastruktur muss geboten werden, um die kulturellen Aspekte zu fördern?



Eine von den Architekten durchgeführte Feldstudie – finanziert vom »Büro für Zukunftsfragen« des Landes Vorarlberg – gab Aufschlüsse darüber, was den FeldkircherInnen in ihrer Stadt fehlt: konsumfreie Orte mit Aufenthaltsqualität, die flexibel in ihrer Nutzung sind. Eine programmatische Betreuung ist wichtig, soll aber dennoch Platz für die Bespielung vder Besucherinnen und Besuchern selbst lassen.

Weiters fanden die Architekten heraus, dass sich Besucher des Reichenfelds nur auf den bekiesten Wegen fortbewegen und die weitläufigen Zwischenräume nicht nutzen.



Nachdem die Wünsche und Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner ausgewertet wurden, entwarf »Kompott« das Feldhotel. Die Architekten platzierten das Holzhaus mitten in die Wiese, um Gäste von den genormten Wegen zu holen. Weiters wurden die Leute eingeladen, »irgendetwas zu tun« – Vorträge zu halten, zu essen, zu nähen, Yoga zu praktizieren, Konzerte zu geben. Ein in der Mitte des Raumes platzierter Backofen wurden durch einen pensionierten Bäcker betreut, der täglich frisches

Brot backte. Außerdem wurde Suppe gegen freie Spende ausgeschenkt. Entstanden ist ein konsumfreier, atmosphärischer Ort, der Raum für die Umsetzung von Ideen bot. Essentiell für die Schaffung eines Raumes im situativen Sinne war deshalb die Mitnutzung und Improvisierung von Besucherinnen und Besuchern. Eine Akteurin brachte ihre Nähmaschine mit, Yoga-Stunden wurden angeboten und Spontan-Konzerte fanden statt. Die Suppe half, ins Gespräch zu kommen. Der pensionierte Bäcker sorgte mit seinen Geschichten für zusätzliche Atmosphäre. Das Feldhotel, das ab- und wieder aufbaubar ist, zog anschließend nach Lustenau weiter, um im Ortsentwicklungsprozess als neutraler Ort für die Zwischenpräsentation zu fungieren, machte dann Halt beim Kulturfestival »Walserherbst« und kehrte 2015 wieder zurück nach Feldkirch, um von seinen Erlebnissen zu berichten.

Saunawagen

Entschleunigung und Kommunikation an unaufgeregten Orten stehen auch bei diesem Projekt im Mittelpunkt. Ein weiteres Mal hat das Kollektiv »Kompott«, diesmal in Zusammenarbeit mit Reinold Capelli, einen Beitrag für das Festival geleistet. Als »Mobil zur Erkundung des Umgangs mit kaltem Wasser im alpinen Raum«¹, und um die Badekultur wieder zu thematisieren, konzipiert, war die mobile Sauna 2015 zu Gast bei der POTENTIALE. Davor war der Wagen sogar mit einem Traktor vorgespannt auf Österreich-Tour.

Festivalzentrum

Das Festivalzentrum dient als Anlaufstelle für Gäste, sich über das Festival zu informieren, kulinarisch zu stärken und dient als Ausgangspunkt für individuelle und geführte Stadtpaziergänge. Im Foyer des Montforthauses war 2016 ein Treffpunkt mit Sitzmöglichkeiten aufgebaut. Im Atrium gab es zusätzlich kleine Ausstellungen zu besichtigen. Die Vernissage fand ebenfalls hier statt.

Wanderkiosk

Positioniert an einem strategisch wichtigen und offenen Platz, zwischen Altstadt und Reichenfeld-Areal, ladete der Wanderkiosk ein, kurz zu pausieren und das Leben zu entschleunigen. Eine Gruppe rund um Architekt Martin Mackowitz (Teil des Architekturkollektivs »Kompott«) hat sich zur Aufgabe gemacht, der Gesprächskultur, die speziell durch digitale Medien sehr leidet, wieder mehr

»Stellen Sie sich einen leeren Platz, irgendwo in einer Stadt oder einer Gemeinde vor. Ein Platz, der für die Menschen, die ihn nutzen, eine besondere Bedeutung und Geschichte hat. Er wird täglich begangen und ist immer mit kurzfristigem Leben gefüllt. Menschen betreten ihn für ein paar Augenblicke und sind dann auch schon wieder verschwunden. Der Wanderkiosk ist für solche Freiflächen erfunden worden. Er kann in aller Einfachheit aufgebaut, abgebaut und benutzt werden. Seine Einsatzmöglichkeiten sind kaum begrenzt. Er kann als Bühne ausgeklappt und als Ausschankbude umgeklappt werden. Seine vier Wände sind, je nachdem, wie man ihn braucht, auf allen Seiten separat öffnen- und schließbar. Der Kiosk lässt mit seinen einfachen Modulen eine schnelle Befüllung und Nutzung zu. Er ist eine Bühne, ein Verkaufsstand, ein Infoplatz und auch ein Straßencafé.«
(Projekterklärung Wanderkiosk, POTENTIALE)²

Aufmerksamkeit zukommen zu lassen und einen niederschweligen Ort dafür zu konzipieren. Programm gibt es keines – die Besucherinnen und Besucher sind gefordert, sich selbst bei Suppe oder Schnaps zu unterhalten. Der kleinen Laden, der sich durch seine extrem flexible Architektur auszeichnet, war schon an einigen Orten zu Gast, z.B. beim Walser Herbst oder in Liechtenstein, und legt so vergessene Werte wieder offen. Das Konzept des Wanderkiosks entstand übrigens in den Räumlichkeiten des »Glashus«, das ebenfalls Netzwerkpartner der POTENTIALE ist.



Wandernde Architektur

Mit dem Saunawagen, dem Feldhotel oder dem Wanderkiosk hat die POTENTIALE Projekte nach Feldkirch geholt, die allesamt Orte der Begegnung schaffen und an Handlungen gebunden sind. Die Projekte sollen zum Gebrauch anstiften und deutlich machen, dass die räumliche Qualität nicht primär aus dem Gebauten selbst entsteht, sondern durch den Gebrauch der Nutzerinnen und Nutzer. Räumliche Strukturen werden sozusagen nur bereitgestellt; durch die Handlungen der Akteure wird der Raum letztendlich aber produziert. Diese Auffassung von Raum manifestiert sich auch darin, dass alle Projekte mobil sind und somit nicht von einem bestimmten Standort abhängig sind. Das Feldhotel diente so z.B. in Feldkirch als Festivalzentrum, in dem musiziert und genäht wurde. In Lustenau bot es einen neutralen, temporären Raum für die Präsentation des Zwischenergebnisses im Ortsentwicklungsprozess.



Räumliche Qualität durch Improvisation

Die Qualität von Räumen kann sich erst aus der Aneignung und der Improvisation heraus ergeben. Viele Räume können diese Qualität nicht erreichen, da die Funktionen festgelegt und starr sind. Architektur wie das Feldhotel oder der Wanderkiosk zeigen mit ihrer Flexibilität, die vielfältigste Standorte, Programmatiken und Nutzerinnen und Nutzer zulassen, wie räumliche Qualität mit geringsten Kosten und Ressourcen entstehen kann. Die Architektur ist gewissermaßen die Initialzündung, die verschiedenste Akteure zum Gebrauch und zur Aneignung einladen.

Collective Culture Kitchen

Das junge Kollektiv »Landgruppe« lud 2015 im Rahmen der POTENTIALE die damals neu in Feldkirch angekommenen Flüchtlinge ein, für Besucherinnen und Besucher zu kochen. Entstanden ist ein vielschichtiges Buffet, das Gerichte aus fernen Ländern genauso wie Speisen aus Vorarlberg bot. Die transkulturelle Initiative fand in einem ungenutzten Raum statt und selbst gebaute Möbel sorgten für die nötige Infrastruktur um einen Ort zu schaffen, an dem versucht wird »Ideen des gemeinschaftlichen Miteinanders und Aufeinander Zugehens, sowie die prekäre Situation der Flüchtlinge, aber auch der kreativen Szene selbst, visuell wahrnehmbar zu machen«.

Spontan entstand außerdem eine Fotoausstellung, in der das Caritas-Projekt »Haus Abraham«, bei dem Möbel von und für Flüchtlinge produziert werden, vorgestellt wurde.⁷⁷

Collective Culture Soundinteraction

Das Kollektiv Landgruppe schuf 2016 erneut einen Ort der Begegnung in einem leerstehenden Raum – diesmal wurde Musik und Tanz als Brücke der Begegnung ausgewählt. Das ehemalige Büro wurde in einen Aktionsraum umgewandelt, der die Besucherinnen und Besucher

⁷⁷ <http://landgruppe.tumblr.com/projekte> (aufgerufen am 5.5.2017)

einlud, die Dauer-Tanz-Musik-Performance durch die Mitbenutzung der Percussion-Instrumente zu begleiten und zu leiten. Gewohntes Verhalten abzulegen und das Gefühl, über-sich-hinauszuwachsen wird durch die partizipatorische Intervention herausgefordert. Die vor der Tür aufgebaute kleine Bar, diente zur Stärkung und zum gemeinsamen Austausch.

Pop-Up-Café

Dieses Format gab es bisher sowohl im Pförtnerhaus als auch z.B. in der Turnhalle am Jahnplatz. Netzwerkpartnerinnen und -partner aus der Gastronomie oder anderen Bereichen laden zum gemeinsamen Austausch und kennenlernen ihrer Arbeit ein und bieten Kuchen, Café und andere Getränke an. Die Elfenküche aus Dornbirn ist so eine Kooperationspartnerin, aber auch das Glas-haus aus Frastanz hat 2016 im Pförtnerhaus eine kleine Dependance aufgebaut, um das Projekt kennenzulernen. Im selben Jahr gab es auch Kaffee und Kuchen in der Turnhalle am Jahnplatz. Dieses Pop-Up-Café war mit einer Nähwerkstatt verbunden, in der Besucherinnen und Besucher selbst aktiv werden konnten.

Essen und trinken fördern das Miteinander und das Gespräch. Auch der Keramikünstler Matthias Bürger-Mader hat sich 2016 nicht für einen Verkaufsstand mit seinen Produkten entschieden sondern lud die Besucherinnen und Besucher ein, sich bei somalischem Kaffee und kleinen Speisen kurz auszuruhen.



78



79



80



81

78 Reichenfeld-Areal, Feldhotel, ArtDesign
2013 © POTENTIALE

79 Reichenfeld-Areal, Feldhotel, Bäcker,
ArtDesign 2013 © POTENTIALE

80 Waldbühne, Saunawagen, POTENTIALE
2015 © Magdalena Türtscher

81 Montforthaus, Festivalzentrale, Vernissage,
POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

82 Elisabethplatz, Wanderkiosk, POTENTIALE
2016 © Martin Mackowitz

83 Palais Liechtenstein, Collective Kitchen
Landgruppe, POTENTIALE 2015 © Landgruppe

84 Palais Liechtenstein, Collective Culture
Soundinteraction, Landgruppe, POTENTIALE
2016 © Magdalena Türtscher

85 Palais Liechtenstein, temporäre Bar,
Landgruppe, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE



82



83



84



85

vermittlungorientierte Handlungsformate

Studierendenforschung zum Thema »Leerstand«

In Kooperation mit Hochschulen, Studierenden sowie mit Akteurinnen und Akteuren, die gerade von den Universitäten kommen, werden deren Ansätze, Ideen und Lösungsvorschläge zu stadtentwicklungsrelevanten Themen präsentiert. 2016 ging es z.B. um die Qualitäten, die öffentliche Räume erfüllen sollen. Masterstudenten der Universität Liechtenstein entwickelten Projekte, die die Verbesserung der Infrastruktur (»urban upgrading«) untersuchten oder das Miteinbeziehung von Bewohnerinnen und Bewohnern der Stadt Feldkirch (»cultural catalysts«) betrafen. Als Ausstellungsflächen für die Arbeiten dienen Leerstände in der Feldkircher Innenstadt, die dadurch temporär zugänglich gemacht werden. Ziel ist es, diese räumlichen Potenziale einerseits zu zeigen und mögliche Nutzungen zu diskutieren, andererseits können Projekte wie diese als Initialzündung für Besucherinnen und Besucher oder andere Kulturarbeiterinnen und -arbeiter



Studierendeneinblicke

Auch bei der POTENTIALE geben Studirendenarbeiten wichtige Denkanstöße und Impulse zum Thema Stadtentwicklung. Nutzungskonzepte für leerstehende Räume wurden z.B. im Rahmen einer Lehrveranstaltung der Universität Liechtenstein erarbeitet und im Rahmen der Potentiale präsentiert. Als Ausstellungsraumlichkeiten dienten verlassene Wohnungen sowie eine leerstehende Turnhalle. Diese Orte ermöglichten den BesucherInnen nochmal einen ganz anderen Zugang.

»Installationen und Projekte im Reichenfeld Feldkirch machen auf vorhandenes und ungenutztes Potential aufmerksam und ermöglichen damit eine ideale Verknüpfung der ureigenen und neu aufzubrechenden Themen des Areals. Dieses wird einerseits als urbaner Freiluft Erholungsraum wahrgenommen, soll aber zum anderen das neue Kultur-Stadtquartier im Hier und Jetzt sowie eine räumliche Beziehungssachse zur Stadt darstellen. Öffentlicher Stadtraum ist ein Ort der Interaktion und Identifikation sowie Aufenthalts-, Begegnungs-, Kommunikations- und Transitraum. Diese Heterogenität und Multifunktionalität trägt entscheidend zur urbanen Lebensqualität bei. Um im speziellen Sinne eines zeitgemäßen Verständnisses von Urbanität eine offene, flexible und vielfältige Stadtraumentwicklung und -nutzung in der Stadt Feldkirch zu gewährleisten, werden Kunst und Kultur als wichtige Elemente urbaner Entwicklungsstrategien weiterhin aktiviert. Der öffentliche Raum ist der »Spielplatz« der Stadt Feldkirch, den BürgerInnen und KonsumentInnen aktuell noch nicht ausreichend nutzen.« (Stadtmarketing Feldkirch)⁸⁶

⁸⁶ <http://www.vol.at/feldkirch/potentiale-artdesign-feldkirch-21-tage-kunst-design-fotografie-und-stadtraumentwicklung/4407904> (aufgerufen am 5.5.2017)

dienen, eigene Räumlichkeiten zur Verfügung zu stellen oder selbst auf die Suche nach ungenutzten Ressourcen zu gehen.

Installationen

Installationen finden sich nicht nur im öffentlichen Raum des Reichenfeld-Areals oder am Ganahl-Steg, sondern auch in anderen Räumlichkeiten, die mit der Potentiale kooperieren, z.B. der Johanniterkirche. Gesellschafts-politische, strukturelevante oder politische Positionen werden so durch künstlerische Interventionen hinterfragt, thematisiert oder stimuliert. Lukas Nagele beschäftigte sich 2016 z.B. mit Xenophobie und thematisiert die Abrenzung in unseren Köpfen in seinen eingeschmolzenen Rauminstallation. BesucherInnen werden eingeladen, diese Dinge zu hinterfragen und symbolisch durch Wärme zu schmelzen. 2015 gab es in Kooperation mit den Montforter Zwischentönen eine Installation am Ganahl-Steg – die »Kapelle für 30 Sekunden« – beschäftigt sich mit dem Thema Glaube. Dieses Format ist außerdem wichtiger Teil für die »Stadtspaziergänge«, die vom Festival beworben werden.

ArtDesign Werkstatt

Um zu demonstrieren, aus welchen Materialien und durch welche Prozesse Produkte entstehen, gibt es eine Werkstatt, in der DesignerInnen und KünstlerInnen Einblick in ihren Arbeitsalltag geben.

Stummfilmkino

Architekt Christoph Eppacher, Mitinitiator des Aktionsraumes N25, konstruierte einen Raum – ein »Kleinlichtspieltheater« für Stummfilme, die teilweise durch live durch MusikerInnen begleitet werden. Über eine Rampe tauchten die BesucherInnen kurzzeitig ein in eine andere Welt. Die Kugel war nicht nur Austragungsort für die Inszenierung, durch ihre Form war sie selbst eine Installation.

Fotoausstellung

Fotografie ist einer der Schwerpunktthemen der Potentiale. Zahlreiche FotografInnen präsentierten ihre Arbeiten zu den unterschiedlichsten Thematiken teilweise im Stadtraum, aber auch im Rahmen von Kooperationen mit anderen Kulturstätten der Stadt, etwa mit dem Antiquariat Chybuslki oder der Villa Claudia. 2016 gab es eine Aus-

stellung von Werner Neururer, der Leerstände in Feldkirch fotografierte. Außerdem wurden Feldkirchs Unterführungen und Durchgänge mit Fotografien von Florian Gerer »zugekleistert«.

Aktionsraum N25

Dieser Experimentierraum wurde von einem Architektenehepaar gegründet, die den leerstehenden Raum zuvor lange beobachteten. Die Eigentümer erlaubten ihnen die Nutzung bis zum Umbau. 2015 wurde er im Zuge der POTENTIALE eröffnet, um diese als Katalysator für die Bekanntheit des Projektes zu nutzen. Die Initiatoren wollten die Besitzerin und den Besitzer überzeugen, nicht einfach ein Büro daraus zu machen, sondern zuvor verschiedene Funktionen auszuprobieren um zu sehen, was dort gut funktioniert und was das Neustadt-Viertel benötigt. Es gab seither Stummfilmvorführungen, Schmuck-Pop-Shops und Ausstellungen. Wenn ein potentieller Akteur mit einer Idee in den Raum kommt, kann er ihn nutzen. Druckkosten für solche Events zahlt das Stadtmarketing im Zuge der Veranstaltungsförderung. Auch bei Kommunikationswegen oder Infrastruktur (Tische, Stühle, etc.) hilft es. Den Eigentümern gefiel das Projekt übrigens so gut, dass sie die Nutzungserlaubnis verlängerten. So war der Raum auch 2016 Programmpartner der POTENTIALE.



Klangexperiment in der Tiefgarage

Um zu zeigen, dass auch Transitorte wie die Tiefgarage des Reichenfeld-Areals flexibel nutzbar sind und ihre versteckten Potenziale haben, gab es dort 2016 eine musikalische Performance. Aus Teppichen wurden ein »Steg« vom Areal in den Untergrund gelegt.

Wettbewerbe

Wettbewerbe zu unterschiedlichen Themen holen auch Akteursgruppen ab, die sonst nicht auf das Festival aufmerksam geworden wären. 2015 fand zum einen ein Literaturwettbewerb im Theater am Saumarkt im Rahmen des Feldkircher Lyrikpreises statt. Der schönste »Lob auf die Dinge« wurde gesucht. Außerdem wurde gemeinsam mit der Johanniterkirche und den Vorarlberger Schulen ein Wettbewerb ausgeschrieben, der sich mit dem Thema Stille beschäftigt. Die Schüler sollten eine Rauminstallation für die Kirche entwickeln. Das Siegerprojekt wurde bei der Potentiale in der Johanniterkirche gezeigt.⁸⁷

Stadtspaziergang

⁸⁷ <http://d-nb.info/107777744/04> (aufgerufen am 5.5.2017)

Durch die Dezentralisierung und die verschiedenen Satelliten, die sich innerhalb der ganzen Stadt ausbreiten, sollen BesucherInnen dazu eingeladen werden, Feldkirch zu Fuß und mit einer anderen Wahrnehmung bewusster oder neu zu entdecken. Eigene Stadtpläne dienen dazu, die Standorte der verschiedenen Programmpunkte aufzuzeigen.



Stadtspaziergang

Das Festival lädt durch ihre in der Stadt verstreuten Satelliten ein, Feldkirch neu zu entdecken und zu erkunden. Installationen im öffentlichen Raum, Ausstellungen in ungenutzten Wohnungen und die Integration von verschiedenen Stadtteilen sollen BesucherInnen an neue Plätze bringen um dadurch die Wahrnehmung für die Stadt zu schärfen. Meist bieten situative Kulturfestivals eigene Stadtpläne, die alle Programmstationen beinhalten und sogar spezielle Stadttouren vorschlagen, die eine bewusster Wahrnehmung der Stadt fördern. Die Stadt soll somit keine Bühne sein, sie ist selbst Teil des Festivals.



89



88



90

88 Turnhalle am Jahnplatz, Ausstellung Studentenarbeiten, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

89 Stadtplan mit Programmpunkten und Stadtspaziergängen, Festivalzeitung, POTENTIALE 2016 © Magdalena Türtscher

90 Altes Hallenbad, Werkstatt, POTENTIALE 2016 © Dietmar Mathis

91 Aktionsraum N25, POTENTIALE 2016 © David Beger

92 Reichenfeld-Areal, Stummfilmkino, POTENTIALE 2016 © POTENTIALE

93 Tiefgarage Reichenfeld, ODEON, POTENTIALE 2016 © Nadine Hirschauer

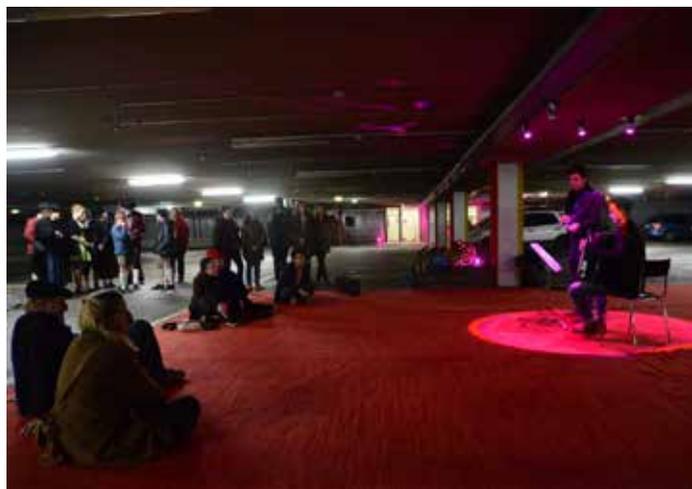
94 Johanniterkirche, Jugendwettbewerb, POTENTIALE 2015 © Johanniterkirche



91



92



93



94

Handlungsdauer

Das Messeformat ArtDesign dauerte drei Tage, die POTENTIALE wurde auf drei Wochen ausgedehnt. An den Wochenenden gibt es dichteres Programm, einige Handlungsformate sind auch während der Woche zu besuchen.

»21 Tage im Endeffekt dann, weil es sich gut anhört. Zu lang darf es nicht sein weil sonst das Interesse abreißt. Man kann das gut beim Designmonat Graz sehen. Es gibt eine Eröffnung und dann kann man während der 3 Wochen immer jederzeit zu der Veranstaltung gehen. Dann reißt die Energie ab. Wir dürfen es aber auch nicht zu kurz machen, weil dann ist es kein Festival. 3 Wochenenden sind also perfekt. Man kann es ab dem Eröffnungswochenende gut aufbauen bis zum Abschlusswochenende.« (J. Bernkopf)

Fazit und Handlungs- empfehlungen

Orientierungshilfe

¹ Lange, Bastian, Gottfried Prasenc und Harald Saiko. 2013. Ortsentwürfe: Urbanität im 21. Jahrhundert. Berlin: Jovis Verlag. S.176

»Es bedarf viel mehr der künstlerischen Praxis im urbanen/sozialen Raum! Das Ziel ist, mit künstlerischen und auch transdisziplinären Methoden kollektive Kräfte zu mobilisieren, Sichtweisen zu verändern, Verborgenes sichtbar zu machen, Konfliktlinien zu artikulieren, außerhalb der Institutionen aufsuchende Arbeit zu leisten, verschiedene Generationen und unterschiedliche Personengruppen zusammenzubringen, das Vorhandene zu stärken, zu verknüpfen und zu vernetzen ... Es gibt viel zu tun!«¹ (Ula Schneider)

Wie können politische Entscheidungsträgerinnen und -träger für die Unterstützung von situativen Kulturfestivals gewonnen werden? Welche Argumente können vorgebracht werden?

Wichtig ist, sich im Vorfeld eines solchen Projektes Personen in der Gemeinde und aus dem Gemeinderat zu suchen, von denen angenommen werden kann, dass sie so ein Projekt unterstützen würden und verstehen, worum es geht. Diesen »Opinion-Leadern« wird die Idee präsentiert und versucht, sie für das Vorhaben zu begeistern.

Bürgermeisterinnen, Bürgermeister sowie Gemeindevertreter wollen einerseits klare Strukturen sehen: Wer ist Hauptverantwortlicher? Wer hat welche Aufgaben? Wer kümmert sich um die rechtlichen Angelegenheiten? Andererseits geht es um die geschätzte Anzahl an Besucherinnen und Besuchern oder um die Werbewirkung für den Ort. Die Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben und Gastronomie ist ein weiteres wichtiges Argument für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger. Regionalität ist derzeit Schwerpunktthema bei den Gemeinden. Die Auswirkung auf die Ortsentwicklung kann anführt werden, ob es zu so einem frühen Zeitpunkt verstanden wird, ist eine andere Frage. Ortsentwicklung wird in den meisten Gemeinden nicht als »Entwicklung einer Gesellschaft« angesehen, sondern als »Entwicklung von Gebautem und von Nutzungen« um die materielle Struktur des Ortes aufzuwerten und zu erweitern. Dieses Denken kann allerdings gut aufgegriffen werden, indem z.B. auf leerstehende Objekte verwiesen wird, die während des Festivals bespielt werden. Wird ein Raum temporär mit einer Funktion versehen und dadurch wieder in

die Wahrnehmung der Bewohnerinnen und Bewohner gerückt, erhöht das die Wahrscheinlichkeit, dass der Raum zu einem späteren Zeitpunkt von anderen Akteurinnen und Akteuren wieder aktiviert wird. Diese Argumente werden verstanden. Wichtig dafür sind Good-Practice-Beispiele von ähnlichen Projekten in anderen Gemeinden, die bereits gut funktionieren.

Hauptargument für situative Kulturfestivals ist, dass Potenziale, aber auch Schwächen des Ortes aufgezeigt werden können. In Attersee a. A. gab es einen ungenutzten Raum in der Hauptstraße, der lange leer stand und 2012 im Zuge der PERSPEKTIVEN mit einem Artist-in-Residence-Programm bespielt wurde. Das erregte die Aufmerksamkeit einer Künstlerin, die seither das komplette Erdgeschoß mietet und so einen wichtigen Beitrag zur Belebung des Ortskernes leistet.

Situative Kulturfestivals binden Akteurinnen und Akteure mit ein und machen sie zu Aufführenden, zu aktiven Darstellerinnen und Darstellern. Aus diesen Akteurinnen und Akteuren können Gruppierungen entstehen, die diese Idee weitertragen und in das Ortsgeschehen langfristig implementiert. Aus dem Theaterstück »Barbaren«, das 1999 beim Festival der Regionen in Ottensheim mit Protagonistinnen und Protagonisten des Ortes aufgeführt wurde, entstand der Chor »CHORNETTO«, der noch heute aktiv ist.

Die Einbettung in ein überregionales Netzwerk und deren Verbindungen sind ein weiteres Argument, das für die Unterstützung spricht.

Ein situatives Kulturfestival kann auch dazu dienen, Grundlagenforschung für die Gemeinde oder die Stadt zu betreiben. In einem Art »Praxis-Brainstorming-Prozess« können verschiedene Ideen ausprobiert werden, um anschließend zu sehen, wie diese ankommen und was sie bewirken könnten. Auch das ist ein gutes Argument im Gemeinde- oder Stadtrat.

Grundsätzlich wird vom Gemeinderat eines gefordert: Möglichst wenig monetäre Mittel sollen aufgewendet werden. Kulturbudgets sind meist nicht sehr üppig und fließen oft in Vereinsförderungen. Für zusätzliche Projektförderungen bleibt oft nicht viel übrig. Allerdings gibt es für Gemeinden die Möglichkeit, eigene Projektposten für solche Initiativen zu schaffen – Voraussetzung ist allerdings der Wille, das zu tun. In diesem Fall ist es wichtig, den Antrag für finanzielle Unterstützung ein Jahr vor dem Festival einzureichen, damit die Gemeinde das Budget dafür einplanen kann. Budgetplanungen finden immer im Herbst des Vorjahres statt, Vorausplanungen im finanzielle Bereich sind also empfehlenswert. Dazu sind im Gemeinderat – je nach Bereich – mehrere Ausschüsse notwendig, bei denen das Projekt präsentiert werden muss.

Präsentationen beim Gemeinderat sollten nicht zu theoretisch sein. Ein Überbau ist gut und es kann leicht überfordern, aber nicht zu viel. Gut ist,

anhand von konkreten Beispielen zu erläutern, welche Auswirkungen das Kulturfestival für den Ort haben könnte. Eine Kombination aus atmosphärischen Einblicken und Fakten ist förderlich.

Beispiele von anderen Gemeinden, in der diese Festivals funktionieren, sind wichtig, da bei ganz neuen Initiativen die Angst davor, zu versagen, oft zu groß ist. Scheitern kann natürlich gleichzeitig eine Chance bedeuten. Dieses Argument ist allerdings in einer Präsentation, die der Unterstützung dieser Projekte dient, nicht immer zielführend. Dazu wäre es gut, sich die Persönlichkeiten näher anzusehen, die im Gemeinderat sitzen. Vorteilhaft ist in dem Fall, das Netzwerk vor Ort zu haben. Stammen die Initiatorinnen und Initiatoren nicht aus dem Austragungsort, ist es in jedem Fall wichtig, Interessenspartnerinnen und -partner zu finden, die Informationen zu den einzelnen Akteurinnen und Akteuren im Ort haben. Förderlich ist bei der Präsentation auf jeden Fall zu wissen, wem angesprochen wird und wer die Zielgruppe ist. Hierzu kann es helfen, Opinion-Leader, also Akteurinnen und Akteure, die ähnliche Interessen vertreten, im Vorfeld zu interviewen. Beim Kulturfestival »bock auf kunst« z.B., das von drei Initiatorinnen aus Wien organisiert wurde, war die Unterstützung des Visionsteams, einer Gruppe von Akteurinnen und Akteuren, die sich während des Stadtentwicklungsprozesses in Hohenems formierte, eine enorme Hilfe. Sie vernetzten die Initiatorinnen mit den örtlichen Vereinen sowie einem wichtigen Akteur, der einige räumliche Ressourcen zur Nutzung anbot. Weiters stellte das Visionsteam ihr Vereinslokal, das Visionscafé, als Festivaltreffpunkt zur Verfügung. Dieses Café zieht immer wieder innerhalb des Zentrums in Hohenems um und nutzt leerstehende Räume solange, bis sie saniert werden. Das Festival wäre für das externe Festivalteam ohne den Anschluss an das lokale Akteursnetz keinesfalls durchführbar gewesen.

Martin Fritz, ehemaliger künstlerischer Leiter des Festivals der Regionen schreibt über seine Konzeptpräsentation beim Gemeinderat folgendes:

»Wie viele Nächtigungen bringt das?«, war die erste Frage des Bürgermeisters von Windischgarsten nach der Präsentation der Idee, einen zentralen Platz für die Dauer des Festival der Regionen 2007 mit einer etwas brachialen »Betonkultur« zu belegen. Ich bin immer noch zufrieden damit, mit »Nicht viele!« geantwortet zu haben, um das Festival von der Verantwortung für die Nächtigungsstatistik freizuspielen. Der Schwerpunkt der Argumentation lag auf den kommunikativen Effekten innerhalb des Ortes und auf dem Beitrag, den ein reichhaltiges Kulturleben für das mittelfristige Überleben ländlicher Gebiete als Wohnorte leistet. Der Gemeinderat sprach sich dennoch einstimmig für das Vorhaben aus.«²

Aufgrund der Einzigartigkeit jedes Festivals, der unterschiedlichen Situationen vor Ort und der individuellen Akteurinnen und Akteuren können keine allgemein gültigen Aussagen getroffen werden. Aus der Dokumentation und der Analyse der Fallbeispiele sowie den Interviews mit den

² <http://kulturrisse.at/ausgaben/widersprueche-der-kreativen-stadt/kulturpolitiken/was-bringt/aufgerufen-am-23.4.2017>

Initiatorinnen und Initiatoren können aber Handlungsempfehlungen und Orientierungshilfen abgeleitet werden, die helfen, politische Entscheidungsträgerinnen und -träger vom Potenzial dieses Veranstaltungsformate überzeugen zu können.

Handlungsempfehlungen

Die gesamtheitliche und räumliche Analyse der beiden Fallbeispiele dient als Basis, um daraus Handlungsempfehlungen und Orientierungshilfen abzuleiten, die einerseits zukünftigen Initiatorinnen und Initiatoren als Inspirationsquelle dienen sollen. Ein weiteres Ziel war, diese Empfehlungen für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger zu erarbeiten, um sie von der Chance, die situative Kulturfestivals für ihre Orte bringen, überzeugen zu können.

Jedes Kulturfestival hat seinen eigenen Entwicklungsprozess und ist primär abhängig von den Initiatorinnen und Initiatoren, den handelnden Personen sowie den räumlichen Ressourcen und Potenzialen.

Dennoch können aus der Analyse Rückschlüsse gezogen, Gemeinsamkeiten herausgefiltert und Prozesse reflektiert werden, um daraus eine Orientierungshilfe zu formulieren.

Allgemeines

1. Situative Kulturfestivals erzeugen durch ihre programmatische und zeitliche Dichte einen Ausnahmezustand, der die notwendige Aufmerksamkeit für Projekte und ihre Ziele generiert. Wichtig ist, die dadurch entstandenen Impulse und Kontakte nach Festivalende zu reflektieren, weiterzuentwickeln und zu pflegen.

Im Unterschied zu singulären Projekten, die Leerstand bespielen und strukturelle Thematiken aufgreifen, können Kulturfestivals durch ihren »Ausnahmezustand« die nötige – auch mediale – Aufmerksamkeit und Energie generieren, die es braucht, um Aktivierungshilfe leisten zu können. Zusätzlich können schneller Akteurinnen und Akteure für die Teilnahme gewonnen werden, da es um eine konkrete, absehbare Zeitspanne geht. Eine weitere Stärke des Festivalformats liegt in seiner Handlungsflexibilität, durch die ohne langfristigen Planungen rasch auf äußere Gegebenheiten reagiert werden kann. Das Festivalformat erlaubt es, einen komplexen Zielkatalog mithilfe verschiedener Programmschienen parallel zu bedienen und trotzdem eine Gleichwertigkeit aller Elemente zu schaffen. Zusätzlich können neue Handlungsformate problemlos integriert werden.

Dieser Ausnahmezustand kann aber nur längerfristige Auswirkungen auf den Ort haben, wenn sich unterschiedliche Akteurinnen und Akteure zusammensetzen und außerhalb der Festivalzeit an den Zielen arbeiten und die Netzwerke weiter pflegen.

»Die kritische Frage, die gestellt werden muss, ist die nach den Wirkungen des Ausnahmezustandes in den Normalzustand, nach der Möglichkeit der Transformation von Ausnahmen in den Normalzustand.«³



Format »Ausnahmezustand« → S. 28

Von der Messe zum Festival → S. 105

3 Krasny, Elke. In: Lange, Bastian, Gottfried Prasenc und Harald Saiko. 2013. Ortsentwürfe:Urbanität im 21. Jahrhundert. Berlin: Jovis Verlag. S.194

2. Öffentlich initiierte situative Kulturfestivals benötigen eine ausführlichere und professionellere Konzeptionierung, da sie durch Steuergelder finanziert werden. Im Gegensatz dazu können sich privat initiierte Kulturfestivals freier entwickeln und sind eher von Zufällen und Praxiserfahrungen geprägt.

Da die POTENTIALE aus Steuergeldern finanziert und von der Stadt Feldkirch veranstaltet wird, war bei der Konzeptionierung eine höhere Professionalität erforderlich, als das bei den privat initiierten PERSPEKTIVEN der Fall war. Letztendlich entscheiden hier – im Gegensatz zu Bottom-Up-Projekten – die politischen Entscheidungsträger über die Umsetzung der Initiative.

Die POTENTIALE entstand aus einer in Feldkirch bereits sehr erfolgreichen Veranstaltung, der Designmesse ArtDesign. Der Grund für die Weiterentwicklung des Messeformates lag in der Änderung der äußeren Einflussfaktoren und der damit verbundenen Zielsetzungen. Bei der vom Stadtmarketing veranstalteten POTENTIALE dienten umfangreiche Recherchen im Vorfeld, definierte Programmpunkte und gewisse Rahmenbedingungen als Basis für das von den beiden damaligen Messeleiterinnen der ArtDesign erarbeiteten Konzeptes. Bei Drop-Down-Prozessen ist viel mehr Budget im Spiel, folglich benötigen sie ein gut durchdachtes Konzept, um die Nutzung von Steuergeldern zu legitimieren. In Feldkirch war es förderlich, dass sich die Stadt der Wichtigkeit der ArtDesign bewusst war. Folglich konnte sich das damalige Team beim neuen Konzept »weiter aus dem Fenster lehnen«, als das bei einer völlig neuen Veranstaltung der Fall gewesen wäre. Die Angst der politischen Entscheidungsträger vor dem Scheitern, konnte durch den Bekanntheitsgrad der ArtDesign gedämmt werden.

Das Konzept für die Fotoausstellung im öffentlichen Raum der PERSPEKTIVEN entstand 2011 in privaten Diskussionen und Gesprächen und war vom Engagement der Initiatorin und des Initiators abhängig – sowohl was Realisierung, als auch Inhalte und Umsetzung betraf. Das Konzept war für drei Sommerausstellungen geplant, die eher zufällige Weiterentwicklung zum Kulturfestival mit Jahresprogramm ist auf den Erfolg eines mit KunststudentInnen und ModedesignerInnen bespielten leerstehenden Ateliers im Jahr 2012 zurückzuführen. Die Initiatorin und der Initiator bemerkten in privaten Gesprächen, dass viele junge Menschen aus der Atterseer Region Kunst studierten, dieses »humane Kapital« allerdings nicht sichtbar ist. Daher wollten sie den Studierenden eine Plattform bieten, um ihre Arbeit präsentieren zu können. Weiter verkauften Modedesignerinnen ihre Produkte. Beide Formate waren so erfolgreich, dass das Festivalteam kurzerhand ihr Ausstellungsformat änderte, und ab 2013 ein Kulturfestival veranstaltete.



Format »Ausnahmezustand« → S. 28

Konzeptfindung
→ S. 111

3. Wichtig ist Ziele zu formulieren, um konkrete Umsetzungsmaßnahmen setzen zu können. Dieser Katalog bedingt allerdings ein ständiges Anpassen und Ausloten der Ziele, da situative Kulturfestivals mit äußeren, nicht planbaren Einflüssen konfrontiert werden.

Äußere Einflüsse und die Erfahrungen aus der Praxis bedingen ein ständiges Anpassen und Ausloten der Ziele. Durch das präzise Ausformulieren von Intentionen können wiederum konkrete Umsetzungsschritte gesetzt werden, die teilweise auch zu Fokusverschiebungen führen können. Einfluss auf diesen Zielekatalog können z.B. positiv angenommene Handlungsformate nehmen, deren Erfolg vorab nicht abzuschätzen war oder aber auch eine sinkende Zahl an BesucherInnen.

Das ursprüngliche Ziel der PERSPEKTIVEN war, den Leerstand im Ort durch

eine Installation im öffentlichen Raum zu thematisieren. Im zweiten Jahr erweiterte sich der Zielekatalog, da die Festivalgründer jungen Atterseer Kunstschaaffenden eine Plattform für die Präsentation ihrer Arbeiten sowie den Austausch untereinander bieten wollten. Durch die temporäre Nutzung eines kleinen Ateliers, thematisierten sie den Leerstand außerdem nicht mehr nur durch ein Kunstprojekt, sondern sie zeigten konkrete Nutzungen dieser ungenutzten Räume auf. So erweitern sich die Ziele jedes Jahr.

Das ursprüngliche Ziel, nämlich die Stärkung der Kreativwirtschaft in Feldkirch, blieb seit Gründung der Messe »ArtDesign« unverändert. Durch die Implementierung von kleinen Projekten im Stadtraum und die alternative Nutzung von Räumlichkeiten, stellte das damalige ArtDesign-Team aber fest, dass dadurch die Wahrnehmung der Menschen ihrer Stadt gegenüber anders wurde und diese sich plötzlich Gedanken über sie machten. Diese veränderten Gegebenheiten führten zur Neuausrichtung des Zielekataloges und mündeten im neuen Format »POTENTIALE«, das ihren Fokus seither auf Stadtraumentwicklung legt.

4 Bernkopf, Johanna.
Interview vom 2.9.2016



Zielekatalog → S. 33

Ziele an die Gegebenheiten anpassen

→ S. 109

»Stadtraumgestaltung- und entwicklung war bisher nie unser erklärtes Ziel. Wir merkten das durch Projekte wie das Feldhotel oder die Bespielung von ungenutztem Raum im Rahmen der ArtDesign. Durch diese kamen Menschen ins Landeskonservatorium, die vorher noch nie dort waren. Jeder war so begeistert von den tollen Räumen. Dieses »etwas anders wahrnehmen« macht sehr viel aus für eine Stadt. Auf einmal werden auch andere Menschen aktiv und machen sich Gedanken über ihre Stadt und wie ich mich beteiligen kann. Das verstehen wir unter Stadtraumentwicklung, die Spuren hinterlässt.« 4

4. Die Gemeinde bzw. die Stadt kann situative Kulturfestivals auch unterstützen, wenn das Kulturbudget bereits ausgeschöpft ist – nämlich durch nicht-monetäre Ressourcen wie Equipment, Netzwerke oder Werbung. Finanziert die Gemeinde doch Teile, kann das Festivalteam Aufgaben für diese übernehmen, die wiederum in ihren Kompetenzbereich fallen.

Die PERSPEKTIVEN in Attersee a. A. werden durch das gesamte Kulturbudget der Gemeinde unterstützt. Beide Parteien handelten dafür einen Deal aus: Wenn das Kulturfestival die jährlich von der Gemeinde veranstaltete Sommerausstellung in der Atterseehalle kuratiert, mitorganisiert und in die PERSPEKTIVEN eingliedert, bekommt das Kulturfestival das gesamte Kulturbudget. Somit zieht die Gemeinde ihren Vorteil aus der Expertise der kulturell versierten Festivalorganisatoren und das Festival hat seither mit der Gemeinde eine wichtige Finanzgeberin und Unterstützerin sowie mit der Atterseehalle und der Sommerausstellung eine neue räumliche Ressource und Plattform. Beide Parteien profitieren davon.



Gemeinde- unterstützung

→ S. 35

Nicht immer ist es der Gemeinde jedoch möglich, den Großteil des oft nicht sehr hohen Kulturbudgets, das meist für lokale Vereine oder die Musikschule verwendet wird, für eine Initiative wie die PERSPEKTIVEN zuzusagen. Die Unterstützung kann aber auch nicht-monetärer Art sein, z.B. durch das Bereitstellen von räumlichen Ressourcen, Netzwerken, Werbung oder Hilfe bei Förderungsansuchen.

Ähnlich wird das z.B. bei kleinen kulturellen Initiativen in Feldkirch gehandhabt. Die VeranstalterInnen bekommen vom Stadtmarketing im Rahmen der Quartiersentwicklung einen finanziellen Zuschuss, Unterstützung beim Druck von Programmheften, etc. sowie bei Bedarf Tische und Sessel. Auch bei der Werbung unterstützt die Stadt.

5. Förderungen von Bund und Ländern helfen bei der Finanzierung von situativen Kulturfestivals, manche sind davon vollkommen abhängig. Es gibt auch Förderstellen, die sich primär auf die Unterstützung von Projekten für die nachhaltige Entwicklung im suburbanen und ländlichen Raum spezialisieren. Aufgrund von komplexen Abrechnungsstrukturen sind Kompetenzen auf diesem Gebiet allerdings förderlich.

Förderungen bieten wichtige Finanzierungshilfen für kulturelle Initiativen. Die Förderpolitik ist allerdings durchaus als ambivalent zu betrachten. Einerseits ist sie wichtige Finanzierungsquelle für die Festivals, andererseits entsteht eine gewisse Abhängigkeit und es gibt unterschiedliche Förderstöcke von Bund und Land, die die Einreichungen von interdisziplinären Initiativen verkomplizieren oder nicht fördern.

Die PERSPEKTIVEN haben sich anfänglich für eine LEADER-Förderung entschieden und konnten das Kulturfestivals damit zu zwei Drittel finanzieren. Das Festival selbst und die Abrechnungen müssen umfangreich dokumentiert werden. Das ist äußerst zeitintensiv und gewisse Vorkenntnisse in dem Bereich sind sehr förderlich. Bei den PERSPEKTIVEN war der frühere Beruf der Initiatorin als Buchhalterin ein enormer Vorteil. Fehlen die dafür notwendigen Kompetenzen im Team oder im persönlichen Netzwerk, ist es förderlich, professionelle Unterstützung zu suchen.

Diese Art der Förderung wurde auch von der TENNEALE in Nenzing, Vorarlberg, in Anspruch genommen. Das jährliche Kunst- und Kulturfestival wurde 2010 privat mit dem Ziel initiiert, eine Plattform im ländlichen Raum für zeitgenössische Kunst sowie Kulturerbe zu schaffen, um das Bewusstsein dafür zu stärken sowie daraus Potenziale für die Zukunft und die Entwicklung der Region zu schöpfen. Ab 2008 reichte die Initiative, deren Ursprünge bis 1994 zurückgehen, zwei LEADER-Förderprojekte ein. Im Zuge dessen wurde der Verein »ARTENNE Nenzing« gegründet. Ein Jahr später

5 <http://www.artenne.at/Verein/artenne.html> (aufgerufen am 22.4.2017)

6 <http://www.vol.at/artenne-in-nenzing-erhaelt-bauherrenpreis-2011/3180661> (aufgerufen am 22.4.2017)



Fördertöpfe → S. 37

Förderungen → S. 113

ermöglichte die LEADER-Förderung die Sanierung des Wirtschaftstraktes (das »Tenn«) eines alten Bauernhauses, das seither ganzjährig als Ort für die Auseinandersetzung zu künstlerischen und kulturellen Themen fungiert.⁵ Der Umbau gewann 2011 den Bauherrenpreis, der die Qualität der Sanierung sowie die öffentliche Zugänglichkeit würdigte.⁶

Die POTENTIALE sucht für spezielle Projekte, die nicht im Budget der Stadt sind, um Förderung beim Land Vorarlberg an. Hier ist das »Büro für Zukunftsfragen« ein wichtiger Partner, das speziell Projekte für eine nachhaltige Entwicklung finanziell unterstützt. Ein Beispiel dafür war eine Feldstudie im Jahr 2013, die untersuchte, was den FeldkircherInnen im Reichenfeld-Areal fehlte. Durch diese Erhebung konnte ein temporärer Ort im öffentlichen Raum für die ArtDesign konzipiert werden, der an die Bedürfnisse angepasst war und dadurch neue Qualitäten für das Reichenfeld-Areal schaffte. Die Auswirkungen des Projektes sind noch heute spürbar.

6. Die Höhe des Budgets, das zur Verfügung steht, ist weder für die Komplexität des Kulturfestivalprogrammes noch für den Netzwerkumfang oder die Auswirkungen auf den Austragungs-ort entscheidend. Der entscheidende Vorteil von öffentlich initiierten Kulturfestivals, die budgetär meist gut aufgestellt sind, liegt allerdings in der Bezahlung des Organisationsteams bzw. der Kulturschaffenden.

Die PERSPEKTIVEN waren drei Jahre lang LEADER-Projekt und konnten dadurch zwei Drittel des benötigten Budgets aufbringen. Seit 2014 wird ca. ein Viertel des Budgets aus öffentlichen Fördertöpfen bezogen. Der Rest muss privat finanziert werden, z.B. durch ein Honorar der Initiatorin, die sie für eine Fotoarbeit bekam. Sponsoren waren anfänglich schwer zu finden – dieser Umstand hat sich mittlerweile leicht gebessert. Ein wichtiger Posten, nämlich der Gewinn durch Eintrittsgelder, fällt bei diesem Kulturfestival weg, da die Festivalinitiatorin die freie Zugänglichkeit und die offenen Strukturen priorisiert. Sämtliche Arbeitsleistungen des Festivalteams werden nicht monetär honoriert und alle Akteurinnen und Akteure arbeiten ehrenamtlich.

Die POTENTIALE hat den Vorteil, dass sie in ein Umfeld eingebettet ist, das Kultur als wichtigen Motor für die Entwicklung der Stadt ansieht. Sowohl die Stadt Feldkirch, die das Kulturfestival zu fast zwei Dritteln finanziert, also auch das Land Vorarlberg, fördern kulturelle Initiativen wie diese mit einem verhältnismäßig großen Budget. Daher kann die POTENTIALE nicht nur ein komplexes Programm bieten, viele Kooperationspartnerinnen und -partner integrieren und finanziell aufwändige Projekte wie das Stummfilmkino ermöglichen; der wichtigste Vorteil ist, dass das Festivalteam angestellt ist und für seine Arbeit bezahlt wird. Auch die Kunst- und

Kulturschaffenden werden für ihre Projekte entlohnt. Eine weitere wichtige Finanzierungsquelle sind die Eintrittsgelder sowie die privaten Sponsoren, die aufgrund des öffentlichen Veranstalters nicht schwer zu finden sind.

Vergleicht man privat und öffentlich initiierte Kulturfestivals, ist auffällig, dass sich die Komplexität der Programme und die Anzahl an teilnehmenden Kulturschaffenden trotz der enormen Budgetunterschiede nicht großartig unterscheiden. Bei den Bottom-Up-Festivals spielt das große private Engagement sowie die sozialen Netzwerke eine entscheidende Rolle für das Bestehen und zeigt, dass auch mit wenig Budget viele Akteurinnen und Akteure aktiviert werden können. Ein enormer Unterschied zwischen den beiden Fallbeispielen liegt allerdings darin, dass das Festivalteam der POTENTIALE aufgrund des hohen Budgets für seine Arbeit bezahlt werden kann, das Team der PERSPEKTIVEN arbeitet ehrenamtlich. Das Stadtmarketing schafft dafür sogar Arbeitsplätze, die das gesamte Jahr über aufrecht bleiben.



Finanzierung

→ S. 36 → S. 114

7. Die Hemmnisse von privat initiierten situativen Kulturfestivals liegen fast immer in der Finanzierung – das Organisationsteam und viele Kulturschaffende arbeiten unentgeltlich, um das Kulturfestival zu stemmen, es gibt kaum Budget für große Interventionen. Bei öffentlich veranstalteten Initiativen kann es wiederum zu unterschiedlichen Auffassungen von Qualität und Prioritäten zwischen Organisatoren und öffentlichem Finanzgeber kommen. Ein generelles Hemmnis liegt in der Kommunikation der Initiativen nach außen.

Die Suche nach Finanzgebern ist bei privat initiierten Kulturfestivals wie den PERSPEKTIVEN oder dem Rostfest das größte Hemmnis und benötigt viel Zeit und »Bettelei« bei Sponsoren. Größtes Kapital dieser Initiativen sind nicht die monetären Mittel, sondern die sozialen Netzwerke und das ehrenamtliche Engagement des Teams sowie vieler Kulturschaffender. Eine weitere Herausforderung stellt die komplizierte und zeitintensive Dokumentation sowie die Abrechnung der Festivals dar, wenn eine Förderung in Anspruch genommen wird.

Die Hemmnisse von öffentlich veranstalteten Formaten unterscheiden sich zum Teil deutlich von den privat initiierten. Zum einen befinden sich diese vermehrt in einem konkurrierenden Umfeld. Ein Anstoß für die Neukonzeptionierung der ArtDesign zum Festival POTENTIALE lag z.B. im Besucherrückgang, der auf eine ähnliche Messe zurückzuführen war.

Die POTENTIALE wird von der Stadt veranstaltet. Daher kann die Festivalleitung nicht frei agieren. Größtes Hemmnis ist paradoxerweise die Stadt selbst. Unterschiedliche Auffassungen von Prioritäten, Qualitäten und Inhalten führen oft zu Konflikten. Auch persönliche Befindlichkeiten, par-

teipolitische Angelegenheiten und Wünsche von potentiellen Wählerinnen und Wählern sind immer wieder Thema.



Hemmnisse

→ S. 38 → S. 119

Ein großes Hemmnis ist außerdem die Kommunikation. Bei der POTENTIALE fällt der Festivalleitung schwer, die neuen, komplexeren Inhalte nach außen zu kommunizieren und die Entwicklung von der ArtDesign zum Festivalformat zu erklären.

Auch beim Kulturfestival »bock auf kunst« in Hohenems, Vorarlberg war die Kommunikation nach außen eines der größten Probleme. Zum einen fehlte das dafür notwendige Kapital, aber auch die Ressourcen der Initiatorinnen, die nebenbei einer Vollzeittätigkeit nachgingen. Obwohl die Gemeinde das Programm in ihren Netzwerken verteilte, wussten nur sehr wenige Anwohnerinnen und Anwohner von der Initiative.

8. Der entscheidendste Faktor für die Durchführung eines situativen Kulturfestivals ist das soziale Netzwerk der Initiatorinnen und Initiatoren. Diese stammen im besten Fall aus dem Austragungsort, um über soziale Strukturen und Ressourcen Bescheid zu wissen. Das Vorhandensein von gewissen Kompetenzen im Team, z.B. buchhalterischer, rechtlicher oder veranstaltungsorganisatorischer Natur, ist ebenfalls förderlich. Bei öffentlich initiierten Festivals ist das vorhandene Budget sowie das Vertrauen der politischen Entscheidungsträger ein enormer Vorteil.

Stammen die Festivalgründer aus dem Austragungsort, bringt das große Vorteile mit sich. Sie haben meist Kenntnisse über soziale Strukturen, nutzbare Ressourcen und Zuständigkeiten. Dadurch kann das Vertrauen zu den Eigentümerinnen und Eigentümern von leerstehenden Ressourcen schneller aufgebaut werden.

Das größte Kapital der Festivalinitiatorinnen und -initiatoren ist ihr soziales Netzwerk, das oft Akteurinnen und Akteure der (lokalen) Kunst- und Kulturszene sowie aus sozialen Bereichen beinhaltet. Dies ist ein weiterer förderlicher Faktor, um ein breites Programm mit wenig Budget aufbauen zu können.

Der Erhalt der Fördersumme kann nur durch eine penible und zeitintensive Abrechnungsdokumentation gewährleistet werden. Bei den PERSPEKTIVEN war die Expertise dafür im Team vorhanden. Ist dies nicht der Fall, ist es hilfreich, diese außerhalb zu suchen.

Ein Vorteil für die POTENTIALE war, dass sie nicht bei Null anfang, sondern aus einem Format – der Designmesse ArtDesign – heraus entwickelt wurde, das Feldkirch bereits im Bereich Kunst und Kultur entscheidend prägte. Somit konnte das Festivalteam bei der Konzipierung der POTENTIALE auf



Förderliche Faktoren

→ S. 40 → S. 123

ein Grundvertrauen der politischen Entscheidungsträger bauen. Das Festivalteam der POTENTIALE hat die Genese, für ihre Arbeit bezahlt zu werden. Neben dem Budget, das von der Stadt bereit gestellt wird, wird das Kapital durch Eintrittsgelder, vorhandene Sponsoren und das Land zusätzlich erhöht.

9. Auch wenn der Erfolg von situativen Kulturfestivals primär über qualitative Effekte ablesbar ist, gibt es messbare Faktoren, die – speziell bei öffentlich initiierten Festivals – mittels Kennzahlen ausgewertet werden müssen.

Auch wenn die Erfolge von situativen Kulturfestivals oftmals nur durch Mikro-Interventionen und qualitative, atmosphärische Effekte ablesbar sind, spielen die sogenannten »harten Faktoren«, also quantitativ messbaren Effekte, bei Entscheidungsträgern die wichtigste Rolle, um Initiativen wie die POTENTIALE oder das »Festival der Regionen« zu legitimieren. Da die Stadt bzw. die Gemeinde Veranstalterin ist, muss das Budget vom Stadt- bzw. Gemeinderat abgesegnet werden und Statistiken wie potentielle Erhöhung der Nächtigungszahlen oder geschätzte Umsatzsteigerung bei lokalen Gastronomiebetrieben werden bei der Präsentation des Konzeptes verlangt.

Martin Fritz, ehemaliger Festivalleiter des Festivals der Regionen:
» »Wie viele Nächtigungen bringt das?«, war die erste Frage des Bürgermeisters von Windischgarsten nach der Präsentation der Idee, einen zentralen Platz für die Dauer des Festival der Regionen 2007 mit einer etwas brachialen »Betonskulptur« zu belegen. Ich bin immer noch zufrieden damit, mit »Nicht viele!« geantwortet zu haben, um das Festival von der Verantwortung für die Nächtigungsstatistik freizuspielen. Der Schwerpunkt der Argumentation lag auf den kommunikativen Effekten innerhalb des Ortes und auf dem Beitrag, den ein reichhaltiges Kulturleben für das mittelfristige Überleben ländlicher Gebiete als Wohnorte leistet. Der Gemeinderat sprach sich dennoch einstimmig für das Vorhaben aus.«⁷

7 Fritz, Martin. Was bringt's? Tourismus und kulturelle Nahversorgung. Logische Allianz oder Gegensatz? <http://kulturrisse.at/ausgaben/widersprueche-der-kreativen-stadt/kulturpolitiken/was-bringts> (aufgerufen am 14.9.2016)



**Harte und weiche
Faktoren → S. 116**

Messbar und aussagekräftig sind z.B. die Anzahl der Netzwerkpartnerinnen und -partner, sowie – falls das Kulturfestival eine Eintrittspolitik pflegt – der BesucherInnen. Bei konsumorientierten Handlungsformaten wie der ArtDesign können AusstellerInnenumsätze für die Bewertung herangezogen werden.

Diese Kennzahlen sollen aber immer nur ein kleiner Teil der Legitimation von situativen Kulturfestivals sein – die größten Auswirkungen sind langfristig nur aufgrund von qualitativen Effekten zu erzielen.

10. Kulturfestivals können dabei helfen, Quartiere oder auch ganze Städte zu positionieren.

Öffentlich initiierte Kulturfestivals streben eher nach einer gewissen Positionierung des Austragungsortes aber auch bottom-up-Formaten ist diese Ausrichtung nicht ganz fremd.

Die InitiatorInnen der PERSPEKTIVEN streben durch das Kulturfestival langfristig eine Positionierung von Attersee a. A. als Standort für junge Kunstschaffende und Kreativwirtschaft an.



Positionierung

→ S. 186

Feldkirch positioniert sich als Bildungs- und Kulturstandort. Das Reichenfeld-Areal wurde 1993 von der Stadt gekauft, um es als Kulturviertel zu positionieren. Den wichtigsten Impuls für die Positionierung brachte das Mitte der 1990er-Jahre gegründete Poolbar-Festival, das das alte Hallenbad noch heute erfolgreich nutzt, die ArtDesign Feldkirch, die 2012 auf das Areal zog und seit 2015 die POTENTIALE, deren Fokusgebiet neben der Altstadt im Reichenfeld liegt. Nur durch Handlungsformate, die in der Haltung der Stadt verankert sind und vor allem die lokale Kräfte einbinden, gelingt eine langfristige Ausrichtung.



Positionierung als Bildungs- und Kultur- standort → S. 125

Auch das vom Stadtmarketing Bad Gastein in Zusammenarbeit mit einigen Hotels ausgerichtete Kulturfestival sommer.frische.kunst. strebt eine gewisse Positionierung des Ortes in Richtung Kulturstandort an – allerdings deutlich oberflächlicher als das z.B. in Feldkirch der Fall ist. Auslöser war der enorme Leerstand, der im Zentrum für viele BesucherInnen nicht allzu schön anzusehen ist, sowie die sinkenden Tourismusumsätze im Sommer. Hier bediente sich der Ort am »Allheilmittel Kulturfestival« und versucht so, Bad Gastein zu einem besseren Image zu verhelfen. Allerdings wird die regionale Kulturszene wenig integriert und so bleibt der Eindruck von einem potemkinschen Dorf, das während der Festivalzeit als Bühne für die internationalen KünstlerInnen fungiert.

11. Situative Kulturfestivals können Auftakt für Ortentwicklungsprozesse sein, indem sie durch das Ausprobieren verschiedener Handlungsformate Grundlagenforschung betreiben. Dadurch können Potenziale, Nischen und Netzwerke herausgefiltert, erarbeitet und definiert werden, die im nächsten Schritt in ein langfristiges und umfangreiches Entwicklungskonzept einfließen können.

Situative Kulturfestivals können eine hilfreiche Basis für die Ausarbeitung von Ortsentwicklungskonzepten schaffen, indem sie Grundlagenforschung betreiben. In einem Art »Praxis-Brainstorming-Prozess« können verschiedene Ideen ausprobiert werden, um anschließend zu analysieren, wie diese ankommen und was sie im Ort bewirken könnten. Die VeranstalterInnen eignen sich so enorme Kompetenzen und wichtiges Wissen an. An der Schnittstelle von sozialem Format, Architektur und Kunst können durch

situative Kulturfestivals Konzepte für die Stadt- und Ortsentwicklung prozesshaft und partizipativ erprobt werden.

Klaus Hagenauer, Vizebürgermeister von Ottensheim, würde jedem Ort ein situatives Kulturfestival »verschreiben«, um sich an Stärken und Schwächen heranzutasten, gleichzeitig aber um viele verschiedene Akteurinnen und Akteure abzuholen. Orte stehen, genauso wie Städte, in ständigem Konkurrenzkampf, um sich als Standort behaupten zu können. Viele Gemeinden und kleinere Städte sehen sich daher konfrontiert, sich mit der Identität, den Potenzialen und zukünftigen Perspektiven auseinanderzusetzen – um dem Wettbewerb standhalten zu können und um die positive Entwicklung zu fördern. Ortsentwicklungspläne entstehen jedoch – trotz ständig veränderter Einflüsse und Lebenskonzepte – meistens noch immer mit Hilfe von alten und starren Planungsmethoden. Atmosphären, Potenziale, Bedürfnisse und Ressourcen können deshalb nur sehr begrenzt in die Entwicklungsstrategien aufgenommen werden.

Kulturfestivals könnten daher gut als Auftakt für Ortsentwicklungsprozesse genutzt werden. Welche Ressourcen und Potenziale hat der Ort? Welche Nischen könnte man füllen? Wie kann man die Bewohnerinnen und Bewohner am besten abholen, um sie in den Entwicklungsprozess einzubeziehen? Wo soll es hingehen? Durch das niederschwellige Format »Festival« kann das Feld gut aufgemacht werden, um Ideen und Konzepte zu sammeln und in der Praxis auszuprobieren.

Die Einbindung von externen Kooperationspartnerinnen und -partnern erlaubt den Blick von außen, der neue Denksätze und Wahrnehmungsansätze initiieren kann. Die POTENTIALE arbeiten z.B. eng mit der Universität Liechtenstein zusammen. Im Rahmen des Festivals präsentierten Studentinnen und Studenten neue Lösungsansätze für den Umgang mit Leerstand. Die Einbindung von lokalen Kulturschaffenden ist wiederum wichtig, um eine gewisse Haltung des Festivals rechtfertigen zu können. Stadtentwicklung kann nur durch die Kooperation mit vorhandenen Identitäten funktionieren.

Situative Kulturfestivals sind kein Allheilmittel, sie können aber ein erster Schritt, ein »Vorfühlen« sein, um die Potenziale eines Ortes zu entdecken, um das Diskussionsfeld auf eine unterschwellige Art für verschiedenste Akteurinnen und Akteure zu öffnen.

12. Dazu ist es aber notwendig, klare Fragestellungen zu formulieren, den Status-Quo vor dem Kulturfestival festzuhalten und ein begleitendes Evaluierungskonzept zu erarbeiten.

Um die Auswirkungen der Kulturfestivals messen zu können und die Pro-



**Kulturfestivals als
Instrument zur
Stadtentwicklung**

→ S. 126

zesse dadurch sichtbar zu machen, wäre eine Evaluierung wichtig. Dies ist derzeit noch nicht gängige Praxis. Konkrete Fragestellungen und Ziele müssen formuliert werden, um diese später reflektieren zu können. Außerdem braucht es eine umfangreiche Dokumentation und Analyse der Ausgangslage, um im Nachhinein Rückschlüsse treffen zu können.

Die situativen Kulturfestivals sind leider meist nur unzureichend dokumentiert, da dafür die Zeit und die Ressourcen besonders bei privaten Initiatorinnen und Initiatoren fehlen. Handlungsformate, Netzwerkpartnerinnen und -partner sowie Spuren lassen sich meist nur durch Gespräche mit dem Festivalteam, den Internetauftritt oder anhand von Printmedien wie Festivalzeitungen oder Programmflyer nachverfolgen.

Ausnahme ist, wenn die Kulturfestivals eine LEADER-Förderung beanspruchen, da dann eine ausführliche Dokumentation des Festivals gefordert wird. Auch das Festival der Regionen ist eines der wenigen Formate, das wirklich gut dokumentiert ist. Ein Grund dafür liegt in den Förderungen, die für eine jährliche Publikation zur Verfügung steht.

13. Durch situative Kulturfestivals kann sich das Veranstaltungsteam Kompetenzen erarbeiten, die nur durch Praxiserfahrung und das Ausprobieren verschiedenster Handlungsformate möglich sind. Auch der Aufbau von wichtigen sozialen Netzwerken wäre ohne eine Plattform wie sie ein Kulturfestival schafft, nicht möglich.

Die Veranstalter von situativen Kulturfestivals können durch die verschiedenen Handlungsformate und die Zusammenarbeit mit den unterschiedlichsten Akteurinnen und Akteuren eine enorme Expertise und Kompetenz aufbauen, die z.B. das Stadtmarketing in Feldkirch aktuell in die Erarbeitung des neuen Stadtentwicklungsplanes einfließen lässt. Außerdem kam durch die POTENTIALE das Thema Quartiersentwicklung auf. Da sich die Stadt trotz deren Thematisierung nicht verantwortlich fühlt, schafft das Stadtmarketing aktuell dafür eine Stelle.

Nur durch die enge Zusammenarbeit mit den Bewohnerinnen und Bewohnern sowie der lokalen Kulturszene, also den »Expertinnen und Experten«, des Ortes bzw. der Stadt ist es möglich, die Potenziale, Stärken und Identitäten auszuforschen, wertzuschätzen, zu verknüpfen und weiterzuentwickeln. Das Vertrauen der Kulturschaffenden musste sich das Stadtmarketing in Feldkirch allerdings hart erarbeiten, da der Ruf dieser Institution oftmals mit einer gewissen Oberflächlichkeit behaftet ist. Akteurinnen und Akteure aus der Kunst- und Kulturszene müssen deshalb erst davon überzeugt werden, nicht instrumentalisiert zu werden. Dieses Problem besteht bei Bottom-Up-Initiativen nicht. Durch unterschwellige Formate wie der

Bespielung von leerstehenden Räumen oder temporären Architekturprojekten ist es außerdem möglich, in Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Expertinnen und Experten stetig Erfahrung im Bereich der Stadtentwicklung zu sammeln.

14. Der Wahrheitsbeweis für ein situatives Kulturfestival kann nur durch eine gewisse Haltung des Ortes bzw. der Stadt erbracht werden. Z.B. durch langfristig angelegte Maßnahmen, wie dem Aufbau einer lokalen Kulturszene und nicht durch eine Fülle an Veranstaltungen, die auf kurzfristige Nachfrage abzielen.

Die Haltung des Ortes bzw. der Stadt ist entscheidend für die Durchführung und den Erfolg eines situativen Kulturfestivals. Diese Haltung ist allerdings auch entscheidend für die Entwicklung und das Bestehen einer lokalen Kulturszene, die Voraussetzung für so ein Format ist. Feldkirch stellt ein beachtliches Budget für die Durchführung der POTENTIALE zur Verfügung und schafft eine ganzjährige Vollzeitarbeitsstelle sowie je nach Phase auch zusätzliche Arbeitsplätze für das Kulturfestival. Durch ähnliche Formate wie die Montforter Zwischentöne sowie der ganzjährigen Weiterentwicklung und Pflege des durch das Kulturfestival entstandenen Netzwerkes, kann hier ein Wahrheitsbeweis dieser Haltung geliefert und verhindert werden, dass sich das Festival in einer Fremddarstellung verliert, um kurzfristig Nachfrage zu erreichen. Ein situatives Kulturfestival funktioniert nur, indem bestehende Ressourcen genutzt und versteckte Potenziale freigelegt werden. Sie binden lokale Kräfte ein und generieren keinen kurzfristigen Hype.

Die Legitimation für ein situatives Kulturfestival kann speziell bei öffentlich veranstalteten Kulturfestivals nur durch die Eingliederung in die Stadt bzw. der Gemeinde erbracht werden. Das Stadtmarketing kann z.B. nicht behaupten, dass Feldkirch so wie die POTENTIALE ist, wenn die Politik anders agiert. Das heißt, dass die Ziele und Handlungsformate des Festivals mittel- bis langfristig in das Leitbild und den Entwicklungsplan des Ortes bzw. der Stadt integriert werden müssen.

Politikerinnen und Politiker haben oft Angst vor Projekten wie situative Kulturfestivals es sind, da sie nur teilweise planbar und deren Effekte nicht voraussehbar oder messbar sind – viel hängt außerdem von Zufällen ab. Durch Best-Practice-Beispiele und das Aufzeigen von Potenzialen, die durch solche Formate entstehen können, kann hier ein Umdenken initiiert werden. Klaus Hagenauer, Vizebürgermeister von Ottensheim, merkte in einem Interview an, dass »Kulturarbeit gleich Politik« ist. Viele kulturelle Projekte sind von der Unterstützung der Politik abhängig, um langfristig zu überleben. Die Abhängigkeit besteht jedoch auch in umgekehrter Richtung.

Das Bewusstsein diesbezüglich ist allerdings oft noch nicht vorhanden. Hier könnte ein Kulturfestival Ausgangspunkt sein, um alle Akteurinnen und Akteure an einen Tisch zu bringen und Interessen und Ziele zu diskutieren.

In Dornbirn ist das bereits geschehen, als das aktuelle Kulturleitbild ausgearbeitet wurde.

»In Abwandlung eines Zitates des langjährigen Frankfurter Kulturdezernenten Hilmar Hoffmann könnte man sagen, dass sich das kulturelle Potenzial einer Stadt nicht allein an seinen Kulturbauten wie Festspielhäuser und Museen ablesen lässt, sondern daran, wie viele Menschen in einem kulturellen Aktivitätsfeld stehen. (...) Damit ist Dornbirn ein Gegengewicht zu einer Tendenz, die über die argumentative Brücke der »Umwegrentabilität« zu einer Verschiebung der Kulturlandschaft zu Festivals und Events geführt hat und führt. Hans-Werner Holub und Veronika Eberharter vom Institut für Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik an der Universität Innsbruck haben bereits in den frühen 1980er-Jahren auf die gefährlichen Auswirkungen einer Kulturpolitik hingewiesen, die auf kurzfristig messbare Nachfragewirkungen setzt. Dies führe zu einer Umstrukturierung des kulturellen Angebots: von Maßnahmen, die langfristig angelegt sind, wie etwa der Aufbau einer regionalen Kulturszene, zu kurzfristigen Veranstaltungen, von kulturellen Veranstaltungen, die für die Bürger der Region gedacht sind, zu »außengerichteten« Aktivitäten und von einer Palette kleinerer Veranstaltungen zu Großanlässen. Ihr Fazit: »Vollständig aus dem Blickfeld verschwindet ferner eine Reihe anderer ökonomischer Wirkungen des kulturellen Sektors, die man mit Hilfe von Umwegrentabilitäten nicht erfassen kann: die Attraktivität einer Region wegen ihres kulturellen Rufes, der durch dauerhafte kulturelle Bemühungen und nicht durch Großveranstaltungen hervorgerufen wird. Der langfristige Aufbau eines solchen Images kann sich auch ökonomisch lohnen, selbst wenn dies nicht exakt rechenbar ist.«⁸

8 Holub, Hans-Werner, Eberharter, Veronika: *Beleben Kulturausgaben die Wirtschaft?*. Neue Zürcher Zeitung, 24./25.07.1994. <https://www.staedtebund.gv.at/gemeindezeitung/oegz-beitraege/oegz-beitraege-details/artikel/das-dornbirner-kulturleitbild-und-die-weigerung-eine-festival-stadt-zu-sein.html> (aufgerufen am 16.9.2016)

Materielle Struktur

15. Die räumlichen Potenziale des Austragungsortes beeinflussen situative Kulturfestivals enorm. Sie sind Ausgangspunkt für Handlungsformate und prägen sie in ihrer Umsetzung. Die Initiatorinnen und Initiatoren lassen sich durch räumliche Potenziale inspirieren, um ihre Ziele zu erreichen und umgekehrt. Nicht der Ist-Zustand des Ortes ist ausschlaggebend für den Erfolg der Festivals, sondern die vorgefundenen Ressourcen, Geschichten und Entwicklungsmöglichkeiten.

Oftmals ist der Blick von außen wichtig, um Potenziale aufspüren und



**Räumliche Potenziale
auspüren** → S. 46

wertschätzen zu können. Es braucht allerdings eine Plattform wie das situative Kulturfestivals, um diese noch nicht ausgeschöpften Möglichkeiten von Nutzungen temporär ausprobieren und verhandeln zu können und um sie für andere Akteurinnen und Akteure zugänglich zu machen. Erst durch die Aufladung von Potenzialen mit einer temporären Bedeutung kann die Lesbarkeit dieser Räume ermöglicht werden.

Auch andere Formate können helfen, wichtige Impulse für einen Ort zu bringen, um seine Potenziale freizulegen. Die Kernpersonen der PERSPEKTIVEN ATTERSEE haben die Bewerbung als Austragungsort für die Landesausstellung initiiert und verfasst. Erfolgreich – sie wird 2020 mit zwei anderen Gemeinden in Attersee a. A. stattfinden und neue Impulse für den Ort bringen.

16. Meist gibt es keine offiziellen Aufzeichnungen über leerstehende Ressourcen. Die Initiatorinnen und Initiatoren suchen diese meist selbst, indem sie durch die Stadt oder den Ort spazieren und die Eigentümerinnen und Eigentümer bezüglich einer Nutzung anfragen. Ist das Kulturfestival schon etablierter, kann es auch vorkommen, dass private Akteurinnen und Akteure Informationen über Leerstand haben und diese teilen.



**Leerstand finden und
aktivieren** → S. 48

Städtischer Leerstand
→ S. 136

Sowohl die Gemeinde Attersee a. A. als auch die an sich florierende Stadt Feldkirch besitzen Leerstand, der allerdings nicht kommuniziert wird, da das Scheitern der ursprünglichen Funktion noch immer als etwas Negatives angesehen wird. Es gibt in beiden Orten keine offizielle Aufzeichnungen über die aktuelle Anzahl an Quadratmetern. In Feldkirch haben nur wenige Personen einen Überblick über aktuelle materielle Ressourcen der Stadt, die Menge an privatem Leerstand ist allerdings völlig unklar. Auch in Attersee a. A. sind keine genauen Zahlen über leerstehende Räume bekannt, allerdings ist es hier aufgrund der Größe leichter, sich ein Bild darüber zu machen – ein Spaziergang durch den Ort genügt. Die Organisationsteams recherchiert im Vorfeld, welche Ressourcen interessant wären. Sie erkunden die Stadt persönlich, bekommen Informationen von Bewohnerinnen und Bewohnern oder fragen bei der Stadt nach.

Es kann auch vorkommen, dass Leerstände spontan während des Festivals bespielt werden. 2016 schloss z.B. im Zentrum Attersees a. A. die hiesige Bankfiliale. Das Team der PERSPEKTIVEN reagierte sofort darauf und bat die Eigentümer, das Ergeschoß während der Festivalzeit zwischennutzen zu dürfen.

17. Klar definierte Verträge helfen, Dauer des Nutzungsverhältnisses, Zustand des Objektes bei Rückgabe, etc. zu regeln.

Sowohl öffentliche, als auch private Eigentümerinnen und Eigentümer scheuen sich davor, ihre leerstehenden Ressourcen für ein Kulturfestival zur Verfügung zu stellen. Meist ist die Angst, dass die Räumlichkeiten langfristig »besetzt« werden oder in einem nicht tragbaren Zustand wieder zurückgegeben werden, unbegründet. Dennoch ist es von Vorteil, Verträge zwischen beiden Parteien abzuschließen, um die Rahmenbedingungen klar zu regeln und Professionalität zu zeigen. Sowohl bei den PERSPEKTIVEN, als auch bei der POTENTIALE war dies der Fall.

18. Brach liegende Räume können durch situative Kulturfestivals genutzt und temporär mit einer Bedeutung aufgeladen werden. So bringen sie vergessene Orte in einer programmatischen und räumlichen Dichte zurück in die Köpfe der Menschen. Nicht die monetären Gegenleistungen sind primäres Ziel, sondern die atmosphärischen und räumlichen Qualitäten, die durch die Nutzung generiert werden.

Ein Ziel von situativen Kulturfestivals ist, materielle Strukturen, die nicht genutzt werden, sichtbar und zugänglich zu machen. Die Ressourcen können meist kostenlos bespielt werden. Erst durch die Aneignung der Akteurinnen und Akteure durch spezifische Handlungskonzepte oder Improvisation können die räumlichen Qualitäten erzeugt und lesbar gemacht werden. Frühere Funktionen prägen die Räume in ihren Geschichten und ihrem Aussehen. Durch das Ausprobieren neuer Nutzungen werden sie aber mit einer neuen Bedeutung aufgeladen und ändern so die Wahrnehmung der Besucherinnen und Besucher.

Das Rostfest in Eisenerz nutzt seit 2015 z.B. eine alte, größtenteils leerstehende Wohnsiedlung, die gerade Stück für Stück in ein Ferienresort umgebaut wird, als »Campingplatz«. Besucherinnen und Besuchern können darin während der Festivalzeit eine Wohnung mieten, um mit ihren mitgebrachten Schlafsäcken darin zu übernachten.

19. Diese temporären Umcodierungen von leerstehenden Räumen führen oft zu einer neuen, positiven Wahrnehmung und führen oftmals dazu, dass sie zu einem späteren Zeitpunkt von anderen Akteurinnen und Akteuren langfristig aktiviert werden.

Die temporäre Zugänglichkeit von Räumlichkeiten und das Umcodieren und Entkoppeln der ursprünglichen Funktionen führt zu einer Verschiebung der Perspektiven und schafft Zugänge, die davor nur sehr schwer möglich waren. Leerstand geht bei vielen Menschen mit Scheitern einher und Funktionslosigkeit wird negativ gesehen. Situative Kulturfestivals versuchen, die Potenziale und Möglichkeiten des Gebrauchs an die Ober-



Leerstand finden und aktivieren → S. 48

Städtischer Leerstand
→ S. 136

fläche zu bringen und leisten dadurch eine wichtige Aktivierungshilfe für langfristige Nachnutzungen.

Die PERSPEKTIVEN nutzten z.B. 2012 ein leerstehendes Atelier für ihr Artist-in-Residence-Programm und machten so eine ansässige Malerin auf die Räumlichkeiten aufmerksam. Obwohl das ehemalige Geschäftslokal schon lange leerstand, war die Zwischennutzung ausschlaggebend, um es wieder in das Bewusstsein der Anwohnerinnen und Anwohner zu bringen. Nachdem das Kulturfestival zu Ende war, fragte die Kunstschaaffende bei der Eigentümerschaft an und mietet seither das komplette Erdgeschoß. Weiters baute das Festivalteam 2013 eine ehemalige Fleischerei provisorisch in ein Ladenlokal um, das bis 2014 während der Festivalzeit, seit 2015 sogar ganzjährig, bespielt und genutzt wird.

Auch durch die POTENTIALE in Feldkirch konnten bereits Nachnutzer für leerstehende Räume gefunden werden. Das 2015 genutzte ehemalige Wettcafé konnte nach dem Festival ebenso vermietet werden, wie eine Wohnung in der Innenstadt.

Grundsätzlich sehen die Initiatorinnen und Initiatoren den Zweck des Kulturfestivals allerdings nicht in der Ankurbelung des Mietgeschäftes, sondern darin, Zugänge zu öffnen und die Wahrnehmungen und Perspektiven für räumliche Ressourcen zu verschieben.



Leerstand finden und aktivieren → S. 48.

Leerstand umcodieren
→ S. 138

Städtischer Leerstand
→ S. 136



Leerstand umcodieren
→ S. 138

Langfristige Vermietung durch Zwischenutzung → S. 56

städtischer Leerstand
→ S. 136

20. Ungenutzte Objekte, die bald abgerissen oder umgebaut werden, können durch die temporäre Eingliederung in ein situatives Kulturfestival für die Bewohnerinnen und Bewohner nochmals zugänglich gemacht werden. Oftmals waren diese in ihren früheren Funktionen wichtige Bindeglieder zwischen den verschiedenen Akteursgruppen.

Die Öffnung von leerstehenden Räumen ist limitiert und im Alltag meist nicht möglich. Speziell für Anwohnerinnen und Anwohner ist dies ein Motivationsgrund, diese zu besuchen. Oft kennen sie die Objekte noch in ihrer alten Funktion und können interessante Anekdoten zur früheren Geschichte erzählen. Speziell wenn es sich um Objekte handelt, die in absehbarer Zukunft abgerissen oder umgebaut werden, ist die Zugänglichkeit so in ihrem ursprünglichen Charakter nochmals möglich.

21. Ungenutzte Räumlichkeiten entsprechen manchmal nicht den Anforderungen für die geplante Programmatik. Soll der Bestand baulich an die Bedürfnisse angepasst werden, braucht es klare Regelungen mit den Eigentümerinnen und Eigentümern: Welche Eingriffe werden gemacht? Wie werden die Räume nach



**Bauliche Adaptierung
von Räumen** → S. 50

**Vorhandene, materielle
Ressourcen nutzen und
Identität schaffen**
→ S. 142

9 Broschüre Tage der
Utopie [http://www.
goegl.com/downloads/
deutsch/TDU-Broschu-
ere2017.pdf](http://www.goegl.com/downloads/deutsch/TDU-Broschue2017.pdf) (aufgerufen
am 16.5.2016)

dem Ende des Nutzungsverhältnisses hinterlassen? Wer haftet bei Schäden? Ein Rechtsbeistand ist daher empfehlenswert.

Ist dieser erste Schritt getan, gilt es, wiederum das Netzwerk zu aktivieren, um die Umbauten und Adaptierungen durchführen zu können. Im Fall der PERSPEKTIVEN half 2013 vor allem der damalige Studenten-Freundeskreis des Sohnes, der im Jahr davor auch Teil des Artist-in-Residence-Programmes war, bei diversen Umbauarbeiten. Durch das geringe Budget muss baulich viel improvisiert werden. Anders wären solche Projekte finanziell nicht stemmbar. Hier zeigt sich erneut, dass das Kapital der situativen Kulturfestivals nicht monetärer Natur ist, sondern aus Engagement, Liebe zur Stadt, Kreativität und sozialem Netzwerk besteht.

22. An der Schnittstelle zwischen (improvisierter) »Architektur, sozialem Format und künstlerischer Interventionen«⁹ entstehen atmosphärische, temporäre Räume, die Improvisation erlauben, Austausch und Begegnung ermöglichen. Sie sind kurzfristig zu Gast und verlassen den Ort. In den Köpfen entsteht ein Nachhall, der Ort wird mit einer (neue) Bedeutung aufgeladen.

Die ArtDesign schaffte so einen Ort erstmals 2012 mit dem Feldhotel. Ein einfaches Holzhaus mit Satteldach, das aus dem Abbruchmaterial einer alten Tischlerei gebaut wurde, wurde in die Wiese des Reichenfeld-Areals gestellt und mittels Stegen mit den genormten Kieswegen verbunden. Ein Backofen in der Mitte des Raumes diente als Wärmespender und zum Brotbacken. Es gab zwar eine programmatische Begleitung, grundsätzlich bot das Feldhotel allerdings einen atmosphärischen Raum, um unterschiedlichste Nutzungen und improvisierte Handlungen zu ermöglichen.

»Seit einigen Jahren tauchen immer wieder Räume in Vorarlberg auf, die an besonderen Orten Begegnung und Austausch ermöglichen. Räume, die zwischen sozialem Format, künstlerischer Intervention und Architektur angesiedelt sind. Oft temporär, meist programmatisch betreut – städtische Erscheinungen im ländlichen Raum. (...)

Unsere Projekte siedeln sich an räumlichen »Akupunkturpunkten«, an Plätzen mit Potential an. Sie gehen individuell auf ihre Charakteristika ein und akzentuieren sie. So werden »Ortpunkte« generiert, die neu bespielt aufzeigen, was bereits alles da ist. Wir schaffen damit Räume, die zum Zusammenkommen und Miteinander einladen und so der Urbanität als reichhaltigen Nährboden dienen.«²³ Martin Mackovitz (Mitinitiator Feldhotel, Saunawagen, etc.)

Ein ähnliches Projekt ist der Saunawagen, der die alte Badekultur, die früher wichtige soziale Funktionen innehatte, temporär während der POTENTIALE nach Feldkirch holte. Durch einen Traktor ist die fahrende Sauna flexibel in ihrem Standort und war bisher schon beim situativen Kultur-



Atmosphärische Räume schaffen, die Improvi- sation erlauben

→ S. 141

festival »Walserherbst« zu Gast und reiste einmal nach Wien und wieder zurück und hielt an vielen Orten.

Auch der Wanderkiosk zählt zu diesen temporären Orten, die mithilfe der situativen Kulturfestivals die Austragungsorte mit ihrer Anwesenheit bereichern: Die »Bude« als Treffpunkt in der anonymen Stadt übernimmt oft wichtige soziale Leistungen und wurde in Feldkirch im Zuge der POTENTIALE 2016 an einem wichtigen Transitort platziert, um vorbeigehende Personen zu entschleunigen. Flexibel in seinen Funktionen und an allen Seiten aufklappbar, ist der Wanderkiosk schnell auf- und wieder abbaubar. Gefertigt wurde er in einer Tischlerei im Bregenzerwald.

23. Raum sucht Nutzung oder Nutzung sucht Raum: Situative Kulturfestivals erlauben eine maximale Flexibilität in der Nutzung sowie Adaptierung von räumlichen Ressourcen.

Die PERSPEKTIVEN zeigen, wie flexibel dieses Format sowohl in ihren räumlichen, aber auch in ihren programmatischen Strukturen ist. Beispiel dafür ist die ehemalige Volksbank im Ort, die vor dem Sommer 2016 schloss. Das Festivalteam erfuhr davon und fragte die Eigentümer, ob die Räumlichkeiten temporär genutzt werden können. Für daraufhin ins Leben gerufene Projekt »Bankenrettung« konnten schnell Akteurinnen und Akteure aus dem persönlichen Netzwerk aktiviert werden, die sich zu einem Pop-Up-Shop formierten. Die Einrichtung für den Shop wurde ebenfalls improvisiert, indem großformatige Fotografien einer früheren Ausstellung in Raumtrenner umgebaut wurden. Auch die Infrastruktur wurde mit vorhandenen Ressourcen improvisiert. So konnte für einen vorhandenen Raum ein Programm gefunden werden. Aber auch die umgekehrte Variante ist gängige Praxis. Für das geplante Artist-in-Residence-Programm war die Festivalinitiatorin 2012 auf der Suche nach einem geeigneten Raum und konnten die Eigentümer eines kleinen, leerstehenden Ateliers für das Projekt gewinnen.

Durch die Flexibilität des Formates können äußere Umstände und Einflussfaktoren schnell und konstruktiv an die Ziele des Festivals angepasst werden.



Strukturelle Flexibilität

→ S. 51

24. Indem die Monofunktionalität von Räumen hinterfragt und durch zusätzliche Nutzungen thematisiert wird, können die Beweglichkeit und die oftmals infrage zu stellende limitierte Nutzung von Räumen aufgezeigt werden.

Wie beweglich Räume in ihren Strukturen sind, ist dann zu erkennen, wenn das Funktionsspektrum erweitert und zusätzliche Konzepte erprobt werden. Die Tiefgarage unter dem Reichenfeld-Areal diente 2016 z.B. als



**Strukturelle
Flexibilität** → S. 51

**Beweglichkeit der
Räume anerkennen**
→ S. 145

¹⁰ Haydn, Florian und Temel, Robert (Hsg.), Temporäre Räume – Konzepte zur Stadtnutzung, Basel: Birkhäuser – Verlag für Architektur 2006, S. 25

kleiner Konzertsaal, rote Teppiche führten vom Areal in den Untergrund. Unterführungen wurden zur Galerie umfunktioniert, indem die weitläufigen Wandflächen mit Fotografien zugekleistert wurden. Diese Umnutzungen finden oft im (halb-)öffentlichen Raum statt und lassen so die Grenzen zwischen Alltag und Intervention verschwimmen. Die Menschen entscheiden sich nicht bewusst für einen Besuch des Festivals, sondern stoßen unbewusst oder zufällig in ihrem Alltag auf Spuren.

»Dies ist wiederum ein Ansatzpunkt für Ästhetik, Kunst und Kultur, der es ermöglicht, die Dinge und Räume zu verfremden, ihnen alternative, auch gegen den Gebrauchswert gerichtete Bedeutungen zu geben. Hier liegt auch der Irrtum eines bestimmten – monofunktionalen – »Funktionalismus«, der die Nutzung der Dinge und Räume immer einheitlicher, störungsfreier und zwingender gestalten wollte.«¹⁰

25. Der öffentliche Raum ist ein Allgemeingut und oft durch Monofunktionalität, Einschränkungen und starre Regelungen charakterisiert. Durch eine temporäre Erweiterung des Nutzungsspektrums lassen sich neue Qualitäten erschließen.

Die Straße ist von den Autos zu nutzen, der Fahrradstreifen von den Fahrrädern, der Spielplatz von den Kindern. Die PERSPEKTIVEN erweitern diese Raumerfahrungen, indem sie der materiellen Struktur durch sehr einfache Handlungsformate zusätzliche Funktionen überstülpen. Die Bundesstraße wird einen Abend lang gesperrt und entwickelt sich zum Spielplatz, zum Esstisch, zum Konzertsaal und zum Wohnzimmer. Diese Aneignung wird auf die Spitze getrieben, indem die Besucher aufgefordert werden, ihre persönlichen Sitzgelegenheiten von zuhause mitzunehmen. Dadurch wird dieser Raum mit einer ganz persönlichen Bedeutung aufgeladen, die jede Besucherin und jeden Besucher zu wichtigen improvisierenden Darstellern macht.



Öffentlicher Raum
→ S. 55

26. Immer mehr private Akteurinnen und Akteure wollen sich an der Gestaltung ihres Umfeldes beteiligen und initiieren Projekte, die konsumfreie Räume für die Umsetzung unterschiedlichster Ideen schaffen. Durch die Kooperation dieser Projekte mit einem Kulturfestival, kann deren Bekanntheit als Katalysator genutzt werden. Das Festival wiederum profitiert von deren Engagement und der Beteiligung am Programm als wichtigen Teil der Identitätsvielfalt.

Privat initiierte Projekte verfolgen meist zwei Ziele: Sie schaffen einen Experimentierraum, in dem die Umsetzung von unterschiedlichsten Ideen ohne bürokratischen Aufwand, unentgeltlich und relativ spontan möglich



Privat initiierte Nutzungen von räumlichen Ressourcen

→ S. 150

ist. Das zweite Ziel ist die Entwicklung einer physischen Plattform, durch die Netzwerke initiiert werden können und dadurch die Kommunikation, die durch digitale Medien immer mehr leidet, zu fördern.

Beispielhaft für Feldkirch sind der von zwei Architekten initiierte Aktionsraum N25, ein leerstehendes Erdgeschoßlokal, das bis zur Sanierung von den Eigentümern bereitgestellt wird. Hier werden unterschiedlichste Nutzungen für den Raum erprobt, um zu sehen, was funktioniert. Der Raum wurde 2015 im Zuge der POTENTIALE eröffnet, um das Festival als Aktivierungshilfe nutzen zu können. Auch die Wechselstube verfolgt ähnliche Ziele und stellt ihre Räumlichkeiten als Ideenraum zur Verfügung.

Ein weiteres Best-Practice-Beispiel ist das »Glashus« in Frastanz. Ursprünglich als Teil einer Gärtnerei genutzt, will der Initiator den Raum für Ideen, Experimente und als Plattform zur Verfügung stellen, um der Isolation von vielen Anwohnerinnen und Anwohnern im Dorf entgegenzuwirken. Er ist der Meinung, dass es mehr bewegliche Räume braucht, die verschiedenste Akteurinnen und Akteure wieder aktiv werden lassen und so das persönliche Engagement für Projekte wieder fördern.

27. Durch die Kooperation mit der lokalen Kulturszene sowie anderen Institutionen können die lokalen Identitäten in ihrer Vielfalt inhaltlich, aber auch räumlich abgebildet werden. Durch die temporäre Eingliederung von Vereinslokalen, Ateliers oder anderen Räumen, die sich über den Austragungsort verteilen, können durch das situative Kulturfestival neue Orte zugänglich gemacht, und damit neue Akteursgruppen angesprochen werden.



Raumkooperationen

→ S. 58

Räumliche Einbindung von lokalen Kulturschaffenden → S. 151

Diese Art der materiellen Nutzung ist enorm wichtig, um einerseits die vielfältigen Identitäten des Ortes zeigen zu können, und andererseits, um Räume, die bereits vorhandene Funktionen haben, mit einer neuen Bedeutung aufzuladen. Die PERSPEKTIVEN ließen Konzerte in der evangelischen Kirche stattfinden und nutzten ein Hotel für eine Modenschau. Diese Räume können meist unentgeltlich genutzt werden und bringen für beide Seiten Vorteile. Die Kooperationspartner erhalten z.B. durch das Festival eine zusätzliche Plattform oder das Festival profitiert von der Expertise der Partnerinnen und Partner. Ein Teil dieser Identität sind auch die Räume, die die verschiedenen Vereine, Kollektive und Akteurinnen und Akteure für ihre Aktivitäten nutzen. Das Festival erlaubt durch ihre räumliche Flexibilität, diese einzubinden und damit weitere für viele verborgene Orte zugänglich zu machen.

28. Um die Wahrnehmung der Menschen verändern zu können,



»Störung« des Alltags

→ S. 54

bedarf es einer räumlichen »Störung« des Alltags.

Um die subjektive Wahrnehmung von Durchreisenden, Gästen und Anwohnerinnen und Anwohnern auf eine bestimmte Thematik zu lenken, bedienten sich z.B. die PERSPEKTIVEN dem Instrument der »Störung«. Sie thematisierten den Leerstand dort, wo er am deutlichsten sichtbar und die Verkehrsfrequenz am höchsten war und veränderten das gewohnte Bild durch eine großflächige Arbeit. Die Schaufensterfassaden wurden zu einer Open-Air-Galerie umfunktioniert, die in den Alltag eingriff und den Ort mit einer neuen Bedeutung und Aufmerksamkeitsdichte aufladete. Das konnte durch diesen künstlerischen Impuls viel gezielter erreicht werden, als dies ein Vortrag getan hätte. Die vorbeifahrenden Personen wurden nicht vor die Entscheidung gestellt, die Galerie zu besuchen oder nicht, die Installation wurde plötzlich in den Alltag integriert.

Eine andere Art der Störung war z.B. die Platzierung des Feldhotels 2015 in Feldkirch direkt neben dem Montforthaus.

Akteursstruktur

29. Die Initiatorinnen und Initiatoren von situativen Kulturfestivals sind meist privat, vermehrt aber auch öffentlich. Sie gehen taktisch, nicht strategisch vor und haben eine Liebe zu ihrem Ort oder ihrer Stadt. Mit den vorhandenen räumlichen, zeitlichen und humanen Ressourcen und Gegebenheiten versuchen sie, unter Einbeziehung ihres sozialen Netzwerkes und ihrer Kompetenzen, gewisse Ziele zu erreichen. Situative Kulturfestivals existieren nur aufgrund der Initiatorinnen und Initiatoren.

Die Initiatorinnen und Initiatoren haben meist eine persönliche Beziehung zum Austragungsort – sei es weil sie dort aufgewachsen sind oder weil sie dort wohnhaft sind. Oftmals können sie den Ort anders wahrnehmen, weil sie länger woanders gelebt haben oder leben. Sie profitieren von einem großen sozialen Netzwerk, das ihnen bei der Umsetzung des Kulturfestivals behilflich ist. Meist kommen sie aus einem kreativen, sozialen oder wissensbasierten Arbeitsumfeld und können dadurch von ihrer Expertise profitieren. Einer der beiden Initiatoren der PERSPEKTIVEN ist Architekt, die Initiatorinnen und Initiatoren des Rostfestes in Eisenerz sind im Bereich Soziologie und Stadt- und Regionalentwicklung tätig. Daher sind diese Akteurinnen und Akteure für das Thema Ortsentwicklung meist anders sensibilisiert. Die Kernpersonen der PERSPEKTIVEN haben z.B. eine Bewerbung von Attersee a. A. als Austragungsort für die Landesausstellung 2020 vorgeschlagen – erfolgreich, sie wird neue Impulse für den Ort bringen.



Private Initiatorinnen und Initiatoren → S. 72

Öffentliche Initiatorinnen und Initiatoren

→ S. 170

Private Initiatorinnen und Initiatoren bringen ihr Engagement für den Ort immer unentgeltlich ein und profitieren durch persönliche Bereicherung vom Festival. Die Durchführung von situativen Kulturfestivals hängt primär von den Initiatorinnen und Initiatoren ab wie am Beispiel »Sprudel, Sprudel & Musik« in Gössl zu sehen ist: Das jährlich ausgerichtete Kulturfestival pausiert seit 2016, da der Initiator Bürgermeister von Gössl wurde und derzeit die zeitliche Ressourcen nicht aufbringen kann.

Immer mehr öffentliche Institutionen adaptieren die Konzepte der situativen Kulturfestivals und agieren vermehrt auch taktisch, nicht strategisch, und können so schneller auf neue gesellschaftspolitische Transformationsprozesse und Situationen reagieren. Das Stadtmarketing in Feldkirch, Veranstalter der POTENTIALE, hat ihr ursprüngliches Ziel – nämlich die Bewerbung der Stadt nach außen – seit ihrer Gründung Anfang der 1990er-Jahre weiterentwickelt. Es sieht sich heute als »Identitätenverhandler«, das durch die POTENTIALE eine Plattform schaffen kann, um die vorhandenen Identitäten der Stadt durch unterschwellige Formate fassen zu können und sie während des Jahres weiterzuentwickeln. Das Netzwerk und das Wissen, das dadurch entsteht, führt zu einer Expertise, die z.B. für den Ausarbeitungsprozess des neuen Stadtentwicklungsplanes einen enormen Startvorteil bedeutet.

30. Auslöser für situative Kulturfestivals sind oft Mangelsituationen wie Leerstand oder Zentrumssterben, die die Eigenverantwortung privater Personen hervorrufen. Durch die Teilnahme verschiedenster Interessengruppen sowie durch unterschiedlicher Handlungsformate können die Kräfte und Ressourcen gebündelt werden, um soziale, strukturelle oder politische Probleme zu thematisieren und weitere Schritte zu setzen.

Auslöser für Initiativen wie die PERSPEKTIVEN sind oft Mangelsituationen, wie in diesem Fall die Verkehrssituation und der Leerstand, die die Eigenverantwortung privater Personen hervorrufen, um diese sozialen, strukturellen oder politischen Probleme zu thematisieren. Ziel ist, andere Akteure zu aktivieren und einzubinden. Der Auslöser für die Initiierung von weiterführenden Ortsentwicklungsprozessen oder z.B. die Bewerbung als Austragungsort für eine Landesausstellung entsteht meist in weiterer Folge durch gemeinsame Gespräche von Interessengruppen, die durch das Festival entstehen.

Einen anderen Auslöser gab es beim Rostfest in Eisenerz. Die Initiatorin und die Initiatoren waren beim Stadtteilstfest »Lendwirbel« in Graz beteiligt. Aufgrund von immer mehr Reglementierungen, die seitens der Stadt auferlegt wurden, wollten sie ihr Wissen in einem neuen Format an einem anderen Ort testen und kamen auf die schrumpfende Stadt Eisenerz in der



Auslöser → S. 71

Steiermark, in der einer der Initiatoren – ein Soziologe, der sich mit Prozessen der Stadt- und Regionalentwicklung beschäftigt – bereits aufgrund seines Berufes ein Netzwerk aufgebaut hatte.

31. Oftmals sind Eigentümerinnen und Eigentümer skeptisch, ihre leerstehenden Räume dem Kulturfestival zur Verfügung zu stellen. Hier hilft die Bekanntheit der Initiatorinnen und Initiatoren im Ort, aber auch Verträge, die die Rahmenbedingungen regeln.

Bei den PERSPEKTIVEN hat sich gezeigt, dass es als Privatperson förderlich ist, im Ort sozial integriert zu sein, um die Zustimmung und das Vertrauen von Hauseigentümerinnen und -eigentümern zu bekommen. Die Einbindung dieser Akteurinnen und Akteure während des Prozesses ist ebenso wichtig, wie die Definition von klaren Regelungen zu Nutzungsdauer oder baulichen Maßnahmen. Ein zusätzlicher Vertrauensfaktor bei den PERSPEKTIVEN ist für die Eigentümer auch, dass die Gemeinde offizieller Veranstalter ist.

Die Stadt Feldkirch war anfänglich ebenfalls skeptisch, ihre leerstehenden Ressourcen für die POTENTIALE zur Verfügung zu stellen, obwohl deren Veranstalter das Stadtmarketing ist. Erst 2016, nachdem im Jahr davor alle Räume wieder in gutem Zustand an die Stadt zurückgegeben wurden und sogar Mietanfragen gestellt wurden, war das Vertrauen aufgebaut und die Stadt kooperierte mit dem Festival.

32. Hinter den situativen Kulturfestivals stehen Akteurinnen und Akteure, die unentgeltlich arbeiten und enormes Wissen und Expertise in den Austragungsort bringen. Teilweise übernehmen sie Aufgaben und initiieren Projekte, die sich die Gemeinde bzw. die Stadt sonst nicht leisten könnte.

Die PERSPEKTIVEN haben die Genese, nicht nur einen Architekten im Team zu haben, sondern auch Akteurinnen und Akteure aus dem Industriedesignbereich, die bei Planungs- und Umbauarbeiten wie das beim Haus Bauer oder Baresch 2013 der Fall war, ihre Expertise und ihr Engagement einbringen. Auch die Initiatorin hat durch ihre fotografische Ausbildung umfangreiches Wissen auf diesem Gebiet und nutzt dieses für kuratorische Aufgaben.

Für ein Haus, in dem Wohn- und Geschäftsbereich nur durch einen einzigen Eingang zugänglich sind, erarbeitete das Festivalteam gemeinsam mit dem Initiator, einem Architekten, eine planerische Lösung für die Teilung der beiden Zugänge. Ziel war es, das Geschäftslokal für das Festival nutzbar



Eigentümerinnen und Eigentümer räumlicher Ressourcen

→ S. 58



Planerische Expertise

→ S. 74

zu machen. Auch der Umbau wäre vom Festivalbudget bezahlt worden. Bei diesem Beispiel ist ersichtlich, welche enorme unentgeltliche Arbeitsleistungen und Kompetenzen in das Festival fließen. Die Eigentümer lehnten den Vorschlag 2013 allerdings ab. Mittlerweile wären sie dazu bereit, nun fehlt dem Festival das Geld.

Die erfolgreiche Bewerbung als Austragungsort für die Landesausstellung leiteten die Kernpersonen der PERSPEKTIVEN, die durch ihre Berufe die nötige Expertise in diesem Bereich mitbrachten. Einen weiteren Vorteil zog Attersee a. A. aus der Eingliederung der davor von der Gemeinde organisierten jährlichen Ausstellungsreihe in der Atterseehalle. Seit 2014 wird diese vom Festivalteam mitkuratiert und -organisiert.

Das Rostfest in Eisenerz wird vom einem Initiatorenteam geleitet, deren Mitglieder allesamt Erfahrung im Bereich der Regionalentwicklung haben und die auch im Rahmen des Projektes »re-design Eisenerz« beim Kulturentwicklungskonzept 2009 mitarbeiteten.¹¹

¹¹ <http://www.igkultur.at/artikel/das-rostfest-ein-postindustrielles-festival> (aufgerufen am 9.5.2017)

33. Diese Expertise kann zusätzlich bereichert werden, indem Studentinnen und Studenten in das Kulturfestival eingebunden werden. Sie sind die Generation von morgen, haben den nötigen Blick von außen und sind eine wichtige, meist unentgeltliche Stütze für situative Kulturfestivals.

Studentinnen und Studenten können ihr theoretisch erworbenes Know-How durch praxisnahe Projekte im Rahmen der situativen Kulturfestivals umsetzen und sie dadurch enorm bereichern. Sie sind die Bewohnerinnen und Bewohner von morgen und bringen durch ihre Sicht der Dinge neue Ansätze und Perspektiven. Weiters können die Studierenden durch die Teilnahme an solchen Formaten für das Thema Ortsentwicklung sensibilisiert werden.

Die PERSPEKTIVEN profitierten enorm vom damaligen Studierendenfreundeskreis des Sohnes. Diese beteiligten sich nicht nur am Artist-in-Residence-Programm und präsentierten ihre Arbeit. Sie halfen auch bei den Umbauarbeiten des Kunst- und Designateliers sowie der Schauboxen. Ohne deren ehrenamtliches Engagement wäre die bauliche Adaptierung niemals möglich gewesen. Die PERSPEKTIVEN kooperieren seit 2015 mit der Fotoklasse der Kunstuniversität Linz. Im Rahmen dessen gab es Präsentationen und Ausstellungen in Attersee a. A. Nebenbei kann durch diese Art der Zusammenarbeit der Kreis der Besucherinnen und Besucher erweitert werden.

Die POTENTIALE integriert Projekte von Studierenden der Universität Liechtenstein. 2015 lud die das Festival Design- und Kunsthochschulen,



Studierendeneinblicke

→ S. 194

Universitäten und junge Kollektive ein, Ansätze und Lösungsvorschläge zum Thema Leerstand und den Umgang mit solchen räumlichen Ressourcen zu erarbeiten. Diese wurden dann während des Festivals präsentiert.

34. Durch kulturelle Initiativen kann die Gemeinde oder die Stadt wieder Kontakt zu Weggezogenen aufbauen. Sie schaffen Plattformen, die die Kontaktaufnahme erleichtert und Impulse sein können, kurz den Heimatort wieder zu besuchen oder sogar ganz zurückzuziehen.

Viele Gemeinden haben Teile ihres »humanen Kapitals« durch das Wegziehen von Studierenden oder anderen Akteurinnen und Akteuren verloren. Deren »Blick von außen«, Erfahrungen und berufliche Expertise können aber einen wertvollen Beitrag für den Ort und seine Entwicklung leisten. Es ist wichtig, diese Personen in kulturelle Projekte einzubinden um sie zumindest kurzfristig zurückzuholen. Privat initiierte, kulturelle Projekte können Vorbildwirkung haben und zeigen, dass diese nicht nur in großen Städten umsetzbar sind, sondern das auch »am Land« möglich ist.



Kontakt zu Weggezogenen aufbauen

→ S. 78

Die PERSPEKTIVEN profitierten vor allem in der Anfangszeit vom Studienfreundeskreis des Sohnes in Wien und Linz, der sich aktiv mit seiner Arbeit am Festival beteiligte. Die PERSPEKTIVEN waren auch für einige StudentInnenen ein Impuls, wieder zurückzuziehen. Sie finden dadurch eine Plattform, die zum Austausch und als Ideenschmiede für neue Projekte fungiert.

35. Bei privat initiierten situativen Kulturfestivals arbeitet das Organisationsteam ehrenamtlich. Würde man ihre Arbeit wertschätzen und dafür Geld für die Entwicklung des Ortes aufstellen, könnten wichtige Arbeitsstellen geschaffen werden.



Arbeitsplätze schaffen

→ S. 76

Würde man die Arbeitsleistung des Organisationsteams der PERSPEKTIVEN in bezahlte Vollzeitstellen umrechnet, könnten ein bis zwei wertvolle Stellen im Ort geschaffen werden. Diese könnten sich das ganze Jahr um die Netzwerke, um Förderungen und Sponsoren kümmern. Fließt mehr Energie in diese Kanäle, würden sich auch die Gehälter rechnen.

Im Gegensatz dazu ist Feldkirch schon weiter. Die Stadt schafft jährlich ein bis zwei Vollzeitstellen für das Festival. Während der Festivalzeit wird das Team je nach Bedarf aufgestockt.

36. Die lokale und regionale Kulturszene prägt mit ihren Aktivitäten den Austragungsort sowie die Region enorm. Diese meist



**Einbindung lokaler
und regionaler Kultur-
schaffender** → S. 80

**Ehrenamtliches En-
gagement außerhalb
der Städte** → S. 175

ebenfalls ehrenamtlich agierenden Akteurinnen und Akteure sind die Expertinnen und Experten und haben enorme Netzwerke. Um zu gewährleisten, dass sich das Festival nicht in einer Fremddarstellung verliert, sondern die verschiedenen Identitäten des Ortes widerspiegelt, ist eine Einbindung der lokalen und regionalen Kulturschaffenden ausschlaggebend.

Bei den PERSPEKTIVEN ist vor allem die Einbindung junger Kunst- und Kulturschaffender sowie junger Akteurinnen und Akteure der Kreativwirtschaft aus der Region spürbar. Einige davon sind auch im Organisationsteam aktiv und bringen sich im Jahresprogramm ein.

In Vorarlberg ist derzeit zu beobachten, dass viele private Akteurinnen und Akteure Räumlichkeiten zur Verfügung stellen, um verschiedenste Ideen umzusetzen, Plattformen zu schaffen, um sich gegenseitig zu vernetzen und um auf strukturelle Themen aufmerksam zu machen. Die POTENTIALE schafft mit ihrem Format eine Bühne, um diesen AkteurInnen und ihr ehrenamtliches Engagement vor den Vorhang zu holen. Initiatorinnen und Initiatoren von Projekten wie dem »Glashus« oder dem Aktionsraum N25 können so die Bekanntheit des Festivals nutzen und die POTENTIALE profitiert wiederum vom erweiterten Netzwerk sowie vom Kennenlernen neuer räumlicher Nutzungsstrategien.

37. Die Einbindung der Kulturbürgerinnen und -bürger in situative Kulturfestivals ist enorm wichtig für die Weiterentwicklung sowie die Stärkung der Identitäten. Außerdem sind sie es, die durch Improvisation und Handlungen, Räume mit Qualität und Atmosphäre aufladen.

Unbewusst oder bewusst werden die Kulturbürgerinnen und -bürger immer Teil des Entwicklungsprozesses eines Festivals sein. Ihr Feedback und ihre Kritik helfen, Ziele zu überdenken und anzupassen. Da lokale Akteurinnen und Akteure immer in einer gewissen Beziehung zu den bespielten Orten und der Stadt stehen, haben sie einen anderen Blick auf die Projekte und die genutzten Räume. Gleichzeitig können durch kulturelle Impulse aber auch ihre Alltagsmuster durchbrochen werden und neue Sichtweisen auf die Stadt ermöglicht werden.

Das temporäre Feldhotel, das im Zuge der ArtDesign 2012 konzipiert wurde, basierte auf einer Umfrage, die in der Stadt gemacht wurde. Dadurch wurden Bedürfnisse, Schwächen und Potenziale erruiert. Durch die Platzierung des Objektes mitten auf einer Wiese, die nie genutzt wurde, fand ein Umdenken der Nutzerinnen und Nutzer statt. Vor dem Projekt wurden stets die genormten Kieswege genutzt, seither wird Stück für Stück das gesamte Areal erobert. Viele Projekte der POTENTIALE sind partizipatorisch



**Einbindung der Kul-
turbürgerinnen und
Kulturbürger in den
Entwicklungsprozess**
→ S. 181

angelegt und auf die Nutzung und die Improvisation der Kulturbürgerinnen und -bürger angewiesen. Der Saunawagen wird zum situativen Raum, indem Akteure ihn einheizen und nutzen. Das Festival schafft Situationen, die Kulturbürgerinnen und -bürger sind es aber, die sie durch Improvisation mit Bedeutung versehen.

38. Sowohl privat als auch öffentlich initiierte situative Kulturfestivals sind hochgradig von den Netzwerken der Initiatorinnen und Initiatoren abhängig. Diese Netzwerke bereichern den Austragungsort langfristig allerdings nur dann, wenn sie auch während des Jahres gepflegt und weiterentwickelt werden.

Freunde und Verwandte der Kulturarbeiterinnen und -arbeiter sind anfangs die wichtigsten Unterstützer von privat initiierten Kulturfestivals und leisten nicht nur durch ihr Kommen, sondern auch durch Mund-zu-Mund-Propaganda wichtige Dienste, um das Festival bekannt zu machen. Die PERSPEKTIVEN konnten z.B. durch die Einbindung des künstlerisch und kulturell aktiven Freundeskreises der Kinder ein Publikum erreichen, was sonst nicht möglich gewesen wäre.

Auch bei der POTENTIALE laufen alle Fäden bei den Netzwerken zusammen. Das Stadtmarketing kann durch das Festivalformat wichtige Kontakte knüpfen, die Netzwerke während des Jahres weiter ausbauen und bei Bedarf aktivieren. So können sie z.B. auch Nutzerinnen und Nutzer für leerstehende Räume finden, wenn Eigentümerinnen und Eigentümer auf der Suche nach Mieterinnen und Mietern sind.

Taktisch klug geht die Festivalleitung auch bei der Auswahl vor. Partnerinnen und Partner wie das »Glashaus«, das selbst seine Netzwerke ständig erweitert, sind z.B. ideal und sorgen außerdem für eine soziale Durchmischung.

39. Die Stadt als öffentliche Veranstalterin kann durch die Kooperation mit den privaten Kulturschaffenden neue Handlungsformate ausprobieren und auf ihre Auswirkungen überprüfen. Nebenbei bauen sich bei Parteien eine zusätzliche Expertise auf entwickeln ihre Netzwerke weiter.

Das Stadtmarketing bedient sich alternativer Entwicklungsmethoden, die sich an »Bottom-Up-Projekte« anlehnen und die die Kooperation von privaten und öffentlichen Akteurinnen und Akteuren beinhalten. Durch die Anwendung des »trial and error«-Prinzips lernt die Stadt als Veranstalter durch den Prozess und kann sich selbst eine Expertise aufbauen. Handlungsformate können ausprobiert werden. Funktionieren sie nicht, besteht die Möglichkeit, ein Stück zurückzugehen, um die Umsetzung nochmals



Freunde und Verwandte → S. 86

Netzwerk als wichtigster Entwicklungsparameter einer Stadt / eines Ortes

→ S. 177



Die Stadt als Veranstalterin, die Kulturschaffenden als Expertinnen und Experten →

S. 171

zu überdenken. Durch die Kooperation von lokalen Kulturschaffenden der freien Szene, die von Feldkirch auch schon vor der POTENTIALE unterstützt wurden, werden Akteurinnen und Akteure eingebunden, die im kulturellen Tätigkeitsbereich als Expertinnen und Experten bezeichnet werden können und Kompetenzen in der Umsetzung von bestimmten Handlungsformaten haben. Eine frühzeitige Einbindung und eine damit verbundene Wertschätzung dieser Akteursgruppen ist förderlich, um nicht den Eindruck entstehen zu lassen, dass die Stadt sie instrumentalisiert.

40. Konkrete Besucherzahlen lassen sich nur dann erheben, wenn Eintritt verlangt wird. Viele Initiatorinnen und Initiatoren wollen die situativen Kulturfestivals allerdings frei zugänglich halten um keine Besucherinnen und Besucher auszuschließen.



Anzahl der Besucherinnen und Besucher

→ S. 84 → S. 180

Die offenen Strukturen der Austragungsorte werden gewahrt, indem alle Veranstaltungen und räumliche Satelliten frei zugänglich bleiben. Kulturfestivals wie das Rostfest in Eisenerz oder die PERSPEKTIVEN ATTERSEE sind gegen eine Eintrittspolitik. Dadurch fällt aber auch eine wichtige quantitative Argumentationsgrundlage für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger weg. Im Gegensatz dazu hat die Potentiale eine Mischpolitik: Einige Programmpunkte sind frei zugänglich, für die meisten muss allerdings ein Ticket gelöst werden. Dadurch kann die Anzahl der Besucherinnen und Besucher größtenteils präzisiert werden.

Handlungsstruktur

41. Kunst- und Kulturprojekte, deren Ziele nicht in der Aufhebung, sondern in der Thematisierung von Strukturdefiziten oder gesellschaftspolitischen Fragen liegen, haben großes Potenzial, Impulsgeber für Orts- und Regionalentwicklung zu sein.



Impulsgeber »Kultur«

→ S. 89

Durch deren niederschwellige Formate können Eingriffe und Interventionen, Diskussionen und Prozesse relativ unkompliziert in Gang gesetzt werden. Die PERSPEKTIVEN thematisierten z.B. den wirtschaftlichen Verfall der ehemals florierenden Einzelhandelsbetriebe im Ort. Durch eine großflächige Arbeit konnten sie eine Diskussion darüber initiieren. Der Verlauf und der Ausgang solcher Impulse ist dennoch nicht planbar, da so viele äußere Faktoren mitspielen. Wichtig ist also, dass sich die Akteurinnen und Akteure auf ein gemeinsames Experiment mit ungewissem Ausgang einlassen.

12 Zitat von Martin Fritz, Regio- nale 12 – Podiumsdiskussion Exposé (2012), http://www.regionale12.at/cms/dokumente/11524532_67836748/30cb090b/14.03.2011%20REGIONALE12%20Podiumsdiskussion_EXPOSÉ_.pdf (aufgerufen am 22.2.2016)

42. Der Kulturbegriff benötigt eine Erweiterung, da er oftmals negativ behaftet ist und Alltagskultur derzeit wenig Platz hat. Situative Kulturfestivals können durch unterschwellige Handlungsformate helfen, die Perspektiven zu verschieben.

»Ein erweiterter Kulturbegriff und die damit verbundenen Veranstaltungen ist notwendig. Das größte Defizit herrscht in der Selbst- und Fremddarstellung des ländlichen Raumes, da sich der ländliche Raum sehr stark fast nur mehr über touristische Bilder, über eine Art Rettungsbilder definiert, in denen sich weniger und weniger die alltägliche Lebensrealität abbildet und das spüren die Leute natürlich auch.«¹²

»All diese zeitgenössischen Lebenserfahrungen im ländlichen Raum finden aber keine Darstellung. Dazu kann Kunst und Kultur den größten Beitrag leisten, dass sich dieses Leben tatsächlich auch wiederum wiederfindet in der öffentlichen Darstellung. Es geht um Anerkennung von Lebensformen, die sich sonst sehr oft zu Recht nicht anerkannt und gesehen fühlen, nicht dargestellt, nicht abgebildet und erzählt. Es geht um ganz normales zeitgenössisches Leben, dass seine Anerkennung verdient in Bild, Gedanken, Worten und Werken. Dazu braucht es solche Veranstaltungen wie die regionale.«¹²

Der Begriff »Kultur« wird meist mit dem Begriff der »Hochkultur« gleichgesetzt und benötigt eine neue Definition. Ihre Vielfältigkeit beinhaltet die Architektur, die Esskultur, den Brauchtum, die Geschichte, die Politik und betrifft alle Akteursgruppen. Die Integration dieser Vielfalt ist wichtig, um die Identitäten des Ortes fassen zu können. Während der POTENTIAL fand z.B. eine Tattooausstellung statt, die PERSPEKTIVEN präsentierten Skater-Performance in Attersee a. A. oder ein kulinarisches Event in der Atterseehalle.

Kultur als Begriff ist in den Orten teils sehr negativ behaftet und benötigt eine neue Begriffserweiterung. Jede Bewohnerin und jeder Bewohner trägt ihren bzw. seinen Beitrag zur Kultur bei. Kunst wiederum ist nur ein Teilaspekt der Kultur.

Jeder Ort hatte und hat eigene »Feste« und »Festivals«, die spezielle Zwecke erfüllen und meistens in einen traditionellen eingebettet sind – Fronleichnam z.B. oder auch jährlich stattfindende Ortsfeste. Es stellt sich die Frage, ob man diese Formate um zeitgemäßere Komponenten ergänzen und dadurch weiterentwickeln kann. Diese Feste haben nämlich mit situativen Kulturfestivals einiges gemein: Sie erzeugen einen Ausnahmezustand, um Aufmerksamkeit für ein gewissen Ziel oder einen gewissen Zweck zu erreichen. Die Konzepte werden aber oft nicht verstanden. Dementsprechend fühlen sich viele Bewohnerinnen und Bewohner ausgegrenzt oder halten sich aus Prinzip fern von solchen Veranstaltungen. Hier gilt es, noch mehr mit den regionalen Vereinen zusammenzuarbeiten, um mehr Bewohner abzuholen.



Nischen schaffen

→ S. 91

42. Durch konsumorientierte Handlungsformate, die durch situative Kulturfestivals im Austragungsort getestet werden, können wirtschaftliche Nischen entdeckt werden.

An den Umsatzerfolgen der DesignerInnen, die in den Ateliers ihre Produkte verkaufen, ist erkennbar, dass es einen Markt für Nischenprodukte in der Gemeinde gibt. Großen Handelsketten zum Trotz wollen viele Konsumentinnen und Konsumenten wieder einzigartige Produkte, die nicht überall zu kaufen sind. Auch die Anwesenheit der DesignerInnen in den Ateliers ist ein Mehrwert. Spezialisierungen auf gewisse Bereiche oder Produktgruppen, wie dies bei den Perspektiven der Fall ist, helfen, dass sich der Ort von der Region abhebt. Durch die abwechselnden Anbieter wird das Sortiment ständig erneuert. Dies führt dazu, dass BesucherInnen immer wieder kommen, um zu sehen, was es Neues gibt.



Unterschwellige Formate → S. 94

43. Um die Regeln des gesellschaftlichen Zusammenlebens auszuverhandeln, braucht es atmosphärische Räume, die den gemeinsamen Austausch ermöglichen und Freiraum für Improvisation und Handeln bieten. Durch unterschwellige Formate wie Straßenfeste können verschiedene Akteursgruppen abgeholt werden.

Ungezwungene Formate, die Geselligkeit und den Austausch untereinander forcieren sowie ein musikalisches und kulinarisches Rahmenprogramm bieten, sorgen für einen der wichtigsten Aspekte des Festivals – dem sozialen. Es gibt immer weniger atmosphärische Räume, die zum Zusammenreffen und gemeinsamen Austausch einladen und gleichzeitig genug Freiraum bieten, um improvisieren zu können. Regeln des gesellschaftlichen Zusammenlebens können aber nur dort ausverhandelt werden. Heterogene Akteursgruppen treffen bei diesen Formaten aufeinander – ohne Vorkenntnisse zu gewissen Themenbereichen zu haben. Die PERSPEKTIVEN pflegen diese Art der Kultur vor allem mit ihrem Straßenfest, bei dem ein Teil der Bundesstraße zum »öffentlichen Wohnzimmer« umfunktioniert wird. Nicht die Vermittlung von Inhalten steht hier im Mittelpunkt, sondern das Miteinander von allen Akteurinnen und Akteuren.

44. Situative Kulturfestivals können den nötigen Handlungsfreiraum bieten, um Akteurinnen und Akteuren die Möglichkeit und Ressourcen zu geben, ihre Arbeiten präsentieren zu können.

Für Kunst- und Kulturschaffende ist es besonders in ländlicheren Gebieten schwierig, einen günstigen Raum zu bekommen, um ihre Arbeit präsentieren zu können, ein Projekt durchzuführen oder sich auszutauschen. Ein weiterer Aspekt ist die Schwierigkeit, die nötige Aufmerksamkeit zu



**Möglichkeitenräume
und Plattformen
schaffen** → S. 99

bekommen. Situative Kulturfestivals greifen diese Bedürfnisse auf, um speziell jungen DesignerInnen eine Plattform zu bieten. Diese Plattform beinhaltet zum einen den physischen Raum, der zur Verfügung gestellt wird, den »Frei-Raum«, der für die Arbeiten notwendig ist, die Bekanntheit des Festivals, die als Katalysator dient, sowie das notwendige Netzwerk, das für den Austausch förderlich ist. Derartige Möglichkeitenräume existieren viel zu selten und sind enorm wichtig, um das nicht-monetäre, humane Kapital der Region sowie darüber hinaus erfassen zu können.



Handlungsdosis
→ S. 102

45. Die richtige Handlungsdosis und -format für das jeweilige Ziel ist entscheidend.

Die richtige Handlungsdosis für das jeweilige Ziel ist wichtig. Die PERSPEKTIVEN begannen mit einer großflächigen Arbeit im öffentlichen Raum, die verschiedenste Akteursgruppen erreichte und den Leerstand thematisierte. Das Format »Festival« wiederum ermöglicht ihnen seit 2013 die nötige Programmdichte, die für die Erreichung ihrer mittlerweile umfangreicheren Ziele notwendig ist. Der Ausnahmezustand ist wichtig, um Aufmerksamkeit zu generieren und die Energien zu bündeln, damit sich die Netzwerke während des restlichen Jahres weiterentwickeln und setzen können.

46. Ein temporärer Raum, der programmatisch zwar begleitet wird, allerdings genug Platz für Handlungen lässt, stiftet zum Gebrauch an und aktiviert die Handlungsfähigkeiten Die räumliche Qualität kann nur durch die Aneignung und die Improvisation der Nutzerinnen und Nutzer entstehen.

Mit dem Saunawagen, dem Feldhotel oder dem Wanderkiosk hat die POTENTIALE Projekte nach Feldkirch geholt, die allesamt Orte der Begegnung schaffen und an Handlungen gebunden sind. Die Projekte sollen zum Gebrauch anstiften und deutlich machen, dass die räumliche Qualität nicht primär aus dem Gebauten selbst entsteht, sondern durch den Gebrauch der Nutzerinnen und Nutzer. Räumliche Strukturen werden sozusagen nur bereitgestellt; durch die Handlungen der Akteurinnen und Akteure wird der Raum letztendlich aber produziert. Die Qualität von Räumen kann sich erst aus der Aneignung und der Improvisation heraus ergeben. Viele Räume können diese Qualität nicht erreichen, da die Funktionen festgelegt und starr sind. Architektur wie das Feldhotel oder der Wanderkiosk zeigen mit ihrer Flexibilität, die vielfältigsten Standorte, Programmatiken und Nutzungskonzepte zulassen, wie räumliche Qualität mit geringsten Kosten und Ressourcen entstehen kann. Die Architektur ist gewissermaßen die Initialzündung, die verschiedenste Akteure zum Gebrauch und zur Aneignung einladen. Diese Auffassung von Raum manifestiert sich auch darin, dass alle Projekte mobil sind und somit nicht von einem bestimmten



**Wandernde
Architektur** → S. 189
**Räumliche Qualitäten
durch Improvisation**
→ S. 190

Standort abhängig sind. Das Feldhotel diente so z.B. in Feldkirch als Festivalzentrum, in dem musiziert und genächt wurde. In Lustenau bot es einen neutralen, temporären Raum für die Präsentation des Zwischenergebnisses im Ortsentwicklungsprozess.

46. Situative Kulturfestivals laden durch ihre über den Austragungsort verstreuten räumlichen Satelliten ein, die Stadt zu erkunden und verborgene Plätze und Potenziale zu entdecken.



Stadtspaziergang

→ S. 197

Die Festivals laden durch ihre in der Stadt verstreuten räumlichen Satelliten ein, den Austragungsort neu zu entdecken und zu erkunden. Installationen im öffentlichen Raum, Ausstellungen in ungenutzten Wohnungen und die Integration von verschiedenen Stadtteilen sollen Besucherinnen und Besucher an neue Plätze bringen, um dadurch die Wahrnehmung für die Gemeinde oder die Stadt zu schärfen. Meist bieten situative Kulturfestivals eigene Stadtpläne, die alle Programmstationen beinhalten und sogar spezielle Stadttouren vorschlagen, die eine bewusster Wahrnehmung der Stadt fördern. Die Stadt soll somit keine Bühne sein, sie ist selbst Teil des Festivals.

Anhang

Bibliothek

- Bouchsein, Benedikt. 2016. Situationen: Vom Sehen, Erleben und Verändern städtischer Räume. In: Die Stadt als Ressource: Texte und Projekte 2005–2014, herausgegeben von ETH Zürich, S.25–34, Berlin: Jovis Verlag.
- Overmeyer, Klaus et al. 2014. Räume kreativer Nutzungen: Potenziale für Wien, herausgegeben von Depature Wirtschaftsagentur Wien, Nürnberg: Verlag für moderne Kunst.
- Dell, Christopher. Die Performanz des Raumes. <http://www.corpusweb.net/cdo8-die-performanz-des-raums-2.html> (aufgerufen am 16.2.2016)
- Haydn, Florian und Temel, Robert (Hsg.). 2006. Temporäre Räume: Konzepte zur Stadtnutzung. Basel: Birkhäuser – Verlag für Architektur.
- Ipsen, Detelv. 2006. Ort und Landschaft. Wiesbaden: VS für Sozialwissenschaften.
- Kuhnert, Nikolaus et al. 2007. Situativer Urbanismus. archplus 183: Zeitschrift für Architektur und Städtebau: S. 18–19
- Ngo, Anh-Linh. 2007. Situativer Urbanismus. archplus 183: Zeitschrift für Architektur und Städtebau: S. 20–21
- Lange, Bastian, Gottfried Prasenc und Harald Saiko. 2013. Ortsentwürfe:Urbanität im 21. Jahrhundert. Berlin: Jovis Verlag.
- Läpple, Dieter. 1991. Essay über den Raum: Für ein gesellschaftswissenschaftliches Raumkonzept. In: Stadt und Raum: Soziologische Analysen, herausgegeben von Hartmut Häußermann et.al., S. 157–207, Pfaffenweiler: Centaurus Verlag.
- Lefebvre, Henri. 2016 [1968]. Das Recht auf die Stadt. Hamburg: Edition Nautilus Verlag Lutz Schulenburg.
- Leitner, Elisabeth. Stadtbaukultur durch Kulturhauptstadt: zur Rolle stadträumlicher und baukultureller Aspekte im Rahmen der Initiative Kulturhauptstadt Europas. Dissertation. Technische Universität Wien. 2012.
- Lewitzky, Uwe. 2005. Kunst für alle? Kunst im öffentlichen Raum zwischen Partizipation, Intervention und Neuer Urbanität. Bielefeld: transcript Verlag.
- Löw, Martina. 2001. Raumsoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.
- Mitscherlich, Alexander. 2008. Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.
- Oswald, Philipp, Klaus Overmeyer und Philipp Misselwitz. 2013. Urban Catalyst. Berlin: DOM Publishers.
- Rode, Philipp und Bettina Wanschura. 2009. Kunst macht Stadt: Vier Fallstudien zur Interaktion von Kunst und Stadtquartier. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH.
- Russo, Manfred. 2015. Geschichte der Urbanität Teil 46: Henri Lefebvre: Ein Wegbereiter der urbanen Performativität. Dérive Nr. 58: S.51–55

Schulze, Gerhard. 1992. Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main: Campus Verlag.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (Hsg.). 2007. Urban Pioneers: Stadtentwicklung durch Zwischennutzung. Berlin: Jovis Verlag.

Siebel, Walter (Hsg.). 1993. Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte. Wiesbaden: VS für Sozialwissenschaften.

Teissl, Verena. 2013. Kulturveranstaltung Festival: Formate, Entstehung und Potenziale. Bielefeld: Transcript Verlag

Zinggl, Wolfgang (Hsg.). 2001. WochenKlausur: Gesellschaftspolitische Aktionismus in der Kunst. Wien.

<http://www.european-spaces.eu/2007/06/10/certeau-michel-de-1980-praktiken-im-raum/> (18.3.2016)

Zweifel, Stefan. 2003. Guy Debord und die «Situationisten»: Gesellschaft des Spektakels. Neue Zürcher Zeitung, 3. Mai. <https://www.nzz.ch/article8jev-1.246993> (abgerufen am 12.4.2017)

Interviews

Interview

29.12.2015, 11:00–12:15

Notizen

Gesprächspartnerin

Ulrike Böker

Landtagsabgeordnete der Grünen OÖ, ehem.

Bürgermeisterin von Ottensheim, Beirat Verein

»Landluft«, Beirat »Festival der Regionen«

Ort

Café Casagrande, Ottensheim

Zusammensetzung eines kommunalen Budgets

einsehen; Kulturbudget in Ottensheim im Promillebereich – ein Großteil davon geht an die Musikschulen

Festival der Regionen

Philosophie: »Prozesse initiieren und Bürgerinnen und Bürger einbeziehen«

Katalog »FdR 2015 Ebensee« bei Barbara Mitterlehner (Geschäftsführerin) anfordern

Gesprächspartner

Lorenz Potocnik

Tobias Hagleitner

Roland Gnaiger

Gottfried Hattinger – »Kenner der Kunst- und Kulturszene«, künstl. Leiter FdR

Wolfgang Zinggl, Wochenklausur

Edith Maul-Röder, PERSPEKTIVEN ATTERSEE

Martin Fritz: Artikel in den Ottensheimer Gemeindenachrichten 2006

»Die zwei Gesichtsausdrücke Ottensheims – Ein Kommentar von Martin Fritz – Leiter des Festivals der Regionen«

Christian Thanhäuser: Bücher mit Geschichten aus Ottensheim (vgl. Dorfschreiber, Zukunftsorte)

»Man muss den Bürgerinnen und Bürger einen Anreiz geben, es ihnen schmackhaft machen, auf Kunst- und Kulturveranstaltungen zu gehen.«

(bzgl. Wichtigkeit eines Rahmenprogramms – kulinarische Events, Musik, etc.)

–

Interview

14.1.2016, 14:00–15:00

Notizen

Gesprächspartnerin

Mag.a Veronika Ratzenböck

Direktorin »österreichische kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen«

Ort

Büro der Kulturdokumentation, Wien

FARO Konvention

Räume kreativer nutzen (Studie): Leerstand, Zwischennutzung, hybride Orte

Klaus Overmeyer (Urbanistik)

Strategie 1:

großes Festival vs. kleines Festival anhand bestimmter Faktoren vergleichen
(Welche Themen kommen gut an? Was sind die Erfolgsfaktoren?)

OTELO

offenes Technologielabor, kleinräumige Besetzungen, gehen von der Ortsspezifik aus

Kreativwirtschaft und Kunstfestivals, verschiedene Ebenen analysieren, Was sind die Ziele der Region?

Woher kriege ich das Geld?

Sensibilisierung von Kunst und Kultur in Gemeinden anhand von Netzwerken (z.B. Haslach als textile Gemeinde kooperiert mit der Kunstuniversität Linz)

Strategie 2:

Bedarfserhebung einer Region und dann die Stärken definieren und ein Konzept ausarbeiten
(Bsp. Textilstandort Haslach – Webermarkt – Workshops – Kooperation Kunstuni – Webermuseum)

–

Interview

19.1.2016, 13:00–15:00

Notizen

Gesprächspartner

DI Klaus Hagenauer

Architekt, Vizebürgermeister Ottensheim

Ort

Gasthof zur Post, Ottensheim

70er/80er: Kulturstadtrat Hilmar Hoffmann, Frankfurt/Main »Kultur für alle«

Alf Kraulitz entwickelte Konzept für Stadtfest in Wien mit Bespielung öffentlicher Plätze Stadtfest Wien – Politik war dagegen, außer ÖVP-Stadtrat Erhard Busek. Dieser griff Hoffmann's These von »Stadtentwicklung durch Events« auf und ermöglichte das Stadtfest.

Reaktion in Ottensheim: Gemeindefest

Kunstfestivals

1. Generation Ende 70er– Anfang 90er

Kulturvereine (zB in Ottensheim: ARGE Granit) veranstalten Konzerte, Festivals etc. (Jazzfest Wiesen, Jazzfest Saalfelden, Festival der Regionen, etc.)

2. Generation

Festivals habe meist andere Ziele als früher (Ortskernbelebung etc.)

PERSPEKTIVEN ATTERSEE, etc.

»Kulturarbeit ist Politik.«

Wochenklausur als Teil des Festivals der Regionen in Ottensheim (u.a. mit Katharina Lenz)

FdR 1997: Büro war ausgebauter englischer Stockbus

Projekte, die nach Kulturinitiativen in Ottensheim entstanden sind:

Nähwerkstatt am Tabor (dr. Theater "Barbaren"),

Postsaal als Veranstaltungsort

Kulturbaden an der Donau: Wahrnehmung des Ufers und der Lage Ottensheims hat sich verändert

»Mehr am See«, Bregenz: Christof Skala

Strategie:

Orte definieren und an best. Faktoren messen, ob sich durch Festivals was verändert hat (Verdichtete, lebendige Gastronomie, Verkehrsausstattung, Leerstand, etc.)

Was hat sich entwickelt?

Bsp. Haslach: Webermarkt

–

Interview

19.1.2016, 15:00–16:00

Notizen

Gesprächspartner

Gottfried Hattinger

künstlerischer Leiter »Festival der Regionen«

Ort

Büro, Ottensheim

Festival der Regionen kooperiert mit Vereinen in den Orten

Bsp. Eferding: bäuerliches Mobiliar wird am Dorfplatz mit neuen Funktionen versehen und fungiert als neues Festivalzentrum

Bsp. Kunstpolizei Ebensee: Bürgerinnen und Bürger können Anzeige erstatten, wenn sie mit etwas im Ort unzufrieden sind

Bsp. Stiegenmuseum Ebensee: Künstler baute Museum, Anrainer fragte nach dem Grund und nahm sich anschließend 2 Wochen Urlaub, um beim Bau mitzuhelfen

»... zeitgenössische Kunst in abgelegene Orte bringen.«

–

Interview

20.1.2016, 13:00–14:00

Notizen

Gesprächspartner

Dr. Wolfgang Zinggl

Nationalratsabgeordneter der Grünen, Gründer Kunstgruppe »WochenKlausur«

Ort

Parlamentsklub »Die Grünen«, Wien

Wer will was wann? Haben sie das auch geschafft? Was sind die Resultate?
Wie sind diese messbar?

Was sind meine Ziele? Will ich als Gemeinde den Tourismus stärken?
Will ich als Gemeinde einen Mehrwert für meine Bürgerinnen und Bürger schaffen?

bzgl. Bewerbung als Kulturhauptstadt

Da sollte ich mich als Stadt/Region erst fragen ob ich so eine Strategie überhaupt verfolgen soll, ob sie vielleicht für wen anderen besser geeignet ist und ob ich meine Ziele durch andere Strategien vielleicht besser erreiche?

Viele Gemeinden haben Kulturschätze, Potenziale – aber kein Geld.

Bsp. Wörgl

War in den 30er-Jahren bekannt für seine Alternativwährung.

(Auszug Wikipedia: 1932 gibt Bürgermeister Unterguggenberger eine regionale Alternativwährung aus, um die Wirtschaft im Ort nach der Weltwirtschaftskrise wieder anzukurbeln. Die Überlegung: Geld soll nicht auf den Banken gehortet werden, um an den Zinsen zu verdienen – es soll ausgegeben werden, es soll investiert werden. Diese Strategie hat sich EZB-Chef Mario Draghi zum Vorbild genommen: Negativ-Zins für Einlagen auf dem EZB-Konto)
Hier könnte man ansetzen: Thema »Alternativwährung«, Symposien, Events, etc. Man könnte sich als Ort positionieren. Scheitert es am Geld? Eher daran, dass es niemand macht.

Bsp. Eisenerz

Der Ort hat eine über 200-jährige Bergbaugeschichte und macht nichts damit. Die Bürgermeisterin (Anmk: Christine Holzweber, SPÖ) meinte, es gibt öfters Ausstellungen mit regionalen Künstlern.

Das macht aber jeder. Man müsste Anreize schaffen: Künstlerstipendien vergeben, ein Mal Mittagessen pro Woche im Wirtshaus, leerstehende Räume als Ateliers nutzen, etc.

Dann positioniert man sich wenigstens und schafft einen Mehrwert für die Gemeinde. Z.B. sucht sich die Gemeinde nach Ausstellungsende 3 Werke aus und kauft sie an. Daraus entsteht eine Kunstsammlung.

In so ein Konzept sollte der Bund/das Land Geld reinbuttern.

Strategie:

Gemeinden/Initiativen anschreiben und fragen, welches Ziel sie mit den Events anstreben. Haben sie diese geschafft?

Als Gemeinde sollte man sich richtig positionieren und innerhalb dieses Themenfeldes versuchen, versch. Zielgruppen anzusprechen.

Stilfrage.

–

Interview

25.1.2016. 10:00–11:00

Notizen

Gesprächspartner

Christof Isopp

Vorstand »Landluft – Verein zur Förderung von Baukultur im ländlichen Raum«, Initiator »Zukunftsorte«

Ort

Awerner, Wien

Warum sind manche Gemeinden kreativer als andere?

Stadt Haag: Sommerfestival am Stadtplatz als Impuls zur Zentrumsbelebung;

Schauspieler wohnen während der Spielzeit dort, Umbau Stadtplatz und Bühnengestaltung von Nonconform

Zukunftsorte konzentriert sich auf die Stärken einer Gemeinde, nicht auf die Schwächen.

Zukunftsorte haben eine Themenführerschaft in gewissen Feldern und tauschen sich gegenseitig aus

Beitritt wird meist sehr kontrovers diskutiert, da man den Nutzen und die Auswirkungen des Beitritts – das Netzwerk – nicht »messen« kann.

Industrieorte, die zwar genug Arbeitsplätze, aber sonst nichts zu bieten haben, brauchen ein »Rahmenprogramm«, um die Fachkräfte zu halten.

Länder Sommer

Zwei versch. Interessen werden befriedigt: die urbane, kreative Schicht kann unentgeltlich die Veranstaltungshalle nutzen – die Hotels, Gastronomie, etc. profitiert von den Gästen.

Wie verändert sich das Bewusstsein der Bevölkerung? Interviews!

Moosburg (Kurt Hörbst), Munderfing, etc.

–

Interview

9.2.2016. 13:00–15:00

Notizen

Gesprächspartner

Martin Fritz

selbstständiger Kurator, Publizist, Berater, künstl.

Leiter Festival der Regionen (2003–2009), Programmdirektor P.S.1 Contemporary Art Center New York (1996–1998), Geschäftsführer Expo 2000 Hannover, Generalkoordinator Kunstbien-

nale Manifesta (2000–2002), Kassier Wiener Festwochen

Ort

Corbaci, Wien

Hat für FdR immer Festivalorte ausgewählt, in der es eine gewisse »Kulturbasis« gab (Vereine etc).

z.B. Kirchdorf/Krems

Freies Radio 2007 gegründet, Grundstein war FdR

<http://www.radio-b138.at>

Alle FdR-Austragungsorte miteinander vergleichen und die Auswirkungen des Festivals, die Ähnlichkeiten etc. analysieren;

INOK - Initiative Oberes Kremstal für Mensch und Umwelt

gegr. 1982, Veranstalter zahlreicher Feste, war beim FdR 2007 Mitveranstalter/Multiplikator

<https://inokblog.wordpress.com>

Kunstoffivals/-veranstaltungen können ein Anreiz sein, »Weggeher« kurz wieder in die Gemeinden

zurückzuholen, um den Kontakt nicht vollkommen abreißen zu lassen

"Wenn die Dosis (und auch das Bsp.) stark genug ist, bringt auch Temporäres."

ÖAR - Luis Fidlschuster

Regionalentwicklung, guter Gesprächspartner

evt. benötigt man etwas ganz Konträres, um richtig vergleichen zu können > zB einen Festivalort mit einem Nicht-Festivalort

Juliane Alton

Stadträtin Dornbirn, Landesgeschäftsführerin Vbg., IG Kultur Vbg.

Artikel "Kulturarbeit & Tourismus"

Phrasen und Schlagwörter ... "Nachhaltigkeit", "Erhöhung der Lebensqualität" etc... werden häufig als Argumente verwendet, sie werden allerdings nie definiert

2 Hauptdiskurse Kultur:

Kultur & Tourismus, Kultur & Regionalentwicklung

2 Hauptdiskurse Events:

Festivalisierung, "Allheilmittel"

Um die Arbeit Richtung Architektur lenken zu können:

Raumnutzungen ansehen, zB Kirchdorf/Krems Radio

Kohlebrecher Ampflwang: strategische Bündnisse zw. Gemeinde und Kulturschaffenden

→ Ziele, Kooperationen, Nachnutzungen?

Akteursebenen identifizieren & analysieren

> Konstellation? Wer hat welche Ziele?

gemeinsame Ziele könnte man vereinfacht so ausdrücken: "dass mehr los ist", Zukunft

Michael Zinganel

Architekt > hp; Backstage Tourismus: <http://www.backstage-tourismus.net>

Titel fürs Diplom könnte zB sein

Räumliche und mentale Akteurserinnerungen

– Spuren von Kunstfestivals

Leader-Regionen (Luis Fidelschuster) ansehen

Vorarlberg – Oberösterreich im Vergleich?

Quellen:

Buch: "Kunst und Dorf"

myvillage.org

KUPF

IG auf Bundesebene

Gidon Kremer – Kammermusikfest Lockenhaus

früher war Provokation die Standardwaffe

It. Julian Altron gab es 3 Trends in der Kultur: Provokation, Ästhetik und jetzt Kommunikation

–

TurnOn Architekturfestival

4.3.2016

Notizen

Ort

Radiokulturhaus, Wien

Diskussionsgäste

Edgar Eller, Roland Gruber: Stadtraum denken –
Begegnungen in urbanen Räumen

Moderation

Angelika Fitz

Angelika Fitz

Feldkirch: Positionierung mittels Kulturtourismus (regional und überregional) nicht nur durch Events und Veranstaltungen, auch durch hochwertige Architektur

Wie kann man öffentlichen Raum schaffen, der nicht nur „eventisiert“ wird, sondern auch im Alltagsleben genutzt und ein zum Verweilen einlädt?

Edgar Eller, Montforthaus, Stadtmarketing Feldkirch:

Montforthaus und Stadtmarketing agieren als Team + Altes Hallenbad

Frage nach der Identität der Stadt und der Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihre Stadt steht im Vordergrund;

Konferenz „Stadt, Land, Schluss“ : Wenn die großen Städte und Metropolen die Zukunft sind, was passiert dann mit der Provinz?

Gründer glaubt „Zukunft ist gestaltbar“, dh Stadtmarketing sieht sich als „Mitgestalter ihrer Stadt“

VBG

dezentrale Struktur im Rheintal, Feldkirch westlichste Stadt, Rheintal entwickelt sich mehr und mehr zur Stadt → Feldkirch bald nur Stadtteil?

Welches Narrativ hat Feldkirch als Teil des Ganzen (vgl. dazu Stadtteile, die alle unterschiedliche Charaktere haben, Eigenheiten etc.) und wie kann man die Bürger einbinden?

Wie kann die Stadt belebt werden? → Möglichkeitsräume schaffen und auch Interventionen/ Impulse setzen, damit etwas passieren kann, aktiv werden, damit andere aktiv werden

d.h. Räume werden gestaltet, aber nicht im baulichen, physikalischen Sinn, sondern im atmosphärischen Sinn

Stadtraumentwicklung = Stadtraumgestaltung; metaphysischer Raum, Raum gestalten/Raum halten

Bsp. Umsetzung

1. StadtRaum

Reichenfeld, Veranstaltungen zB Poolbar, altes Hallenbad, Widmung als Naherholungsgebiet → entwickelt sich mehr und mehr als Kulturraum, Frage nach der Infrastruktur/was braucht es, damit sich das Gebiet positiv entwickelt?

Studie mit „Büro für Zukunftsfragen“:

Was braucht man, um den kulturellen Aspekt zu fördern? > Areal wird nicht als Areal wahrgenommen, es braucht auch konsumfreie Zonen, Wegführung zu normiert

> kleines Haus am Areal als Feldhotel bei der Artdesign temporär bespielt; Backofen mit pensioniertem Bäcker, Suppe wurde ausgeschenkt; Leute wurde dazu eingeladen, irgendwas zu tun (essen, Vorträge halten, Konzerte geben ...), neue Wegachsen wurden erschlossen Haus wurde mittlerweile an andere Gemeinden „verliehen“, die auch Ortsentwicklungsprogramme durchführen, zB Lustenau, war auch schon Festivalzentrum des Festivals „Walserherbst“

> „lost spaces“ während der potentiale: leerstehende Flächen werden mit Künstlerkollektiven bespielt

> alternative Weihnachtsbeleuchtung

2. InnenRaum

Montforthaus in Feldkirch - lange Planungsphase aber „Was soll darin passieren?“ „Wie können wir das Ganze stärker kontextualisieren, damit die Besucher sich stärker mit den Haus identifizieren?“

> Montforter Zwischentöne: zB Speakdating mit Mark Riklin (hat auch schon viele Stadtraumprojekte entwickelt), Programm auch in privaten Häusern (Salon) → Gespräche werden angeregt, Identifikation, Künstler können sich bewerben, in ihrem Haushalt einen Salon zu veranstalten

> Bsp Vortrag von Kriegsberichterstatern: ursprgl. im kleinen Raum geplant, in den Vordiskussionen kam man drauf, dass so viel Leid in dem kleinen Raum erdrückend wäre, man hat also den hinter der kleinen Bühne liegenden großen Raum (für 1200Leute) geöffnet - als Resonanzraum sozusagen - um die „Energie“ nach hinten zu leiten

Roland Gruber, Nonconform

Herausforderungen: Landflucht: wie könne wir die Orte reaktivieren? oder lassen wir sie verfallen?

Potentiale erkennen, Energie pushen → Impulse setzen

Wie können Orts- und Stadtzentren wieder zu Orten für Begegnung werden? → gemeinschaftliches Entwickeln, nicht vom Büro aus, mit den Bürgern

gemeinsam Ideen entwickeln, Leute abholen und involvieren

nonconform als Dolmetscher für Raumfragen, richtige Arbeitsatmosphäre schaffen
direkt vor Ort „Ideenfestival“ - 3 Tage

gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern - Nähe zum Projekt schaffen, Leute mitmachen lassen
„ich hab beim Abriss mitgeholfen“ etc.

Stadt Haag

Ziel: Aktivitäten ins Zentrum bringen > Idee: durch Sommertheater, Bühne wurde mitten im Zentrum gebaut – war Auslöser für einen Stadtentwicklungsprozess!!

Plätze wurden seither neu gestaltet, Fassadenbeleuchtung, Schule hat erweitert, im Stadtraum finden private Veranstaltungen statt

Fließ

viel Leerstand, Gemeinde betreibt aktive Bodenpolitik und ist selbst Bauherr

Nahversorger ist zurück gekehrt, neuer Wohnraum mitten im Zentrum entstand, Dorfplatz neu mit Brunnen

Kleinstprojekte als Chance

Zeilern: altes, leeres Gasthaus für wohnen und öffentlicher Platz soll entstehen - „roter Platz“ - mit örtlichen Firmen gebaut und gestaltet

Akzeptanz!

AF: Wie kommt ein Touristiker/Kulturmanager darauf, sich als Stadtplaner zu betätigen?

EE: Stadtmarketing kein abgeschlossener Prozess, wir lernen in der Praxis was funktioniert und was nicht

AF: was soll damit passieren? Es geht mehr darum, was die Dinge können, nicht, was die Dinge sind? Aktivierung und Bespielung jenseits des Konsums...

wollen wir alle – nur wie soll das funktionieren? Von selber passiert gar nicht. im „besten“ Fall noch Schanigärten.

„Möglichkeitsräume“ gäbe es, die bespielen sich aber auch nicht von selbst.

EE: Dinge sind bei uns temporär, Impulse, eine neue Energie geben, dadurch werden neue Aspekte eines Areals gezeigt > Leute sehen, dass da was passiert, es ist nicht nur ein Raum, den ich passiere, da ist auch noch was anderes möglich „ein Raum, den ich passiere vs. ein Raum, in dem was passiert“

AF: eine Wahrnehmungsverschiebung sozusagen?

RG: wichtig ist aneignen, stimulieren, Edgar ist quasi ein „Stadtkernkoordinator“ - es geht nicht um Marketing, Show - es geht, um da sein, um sich kümmern. „Kümmerer“

AF: Erinnert mich fast an eine kuratorische Tätigkeit, nicht im Sinne der „ausgestellten Stadt“ - aber das Kümmeren, das Verschieben von Perspektiven, andere Wahrnehmungen und Zugänge eröffnen hat fast was mit Kuratieren zu tun.

-

Interview

18.3.2016. 16:00–18:00

Gesprächspartner

Edith Maul-Röder (EMR)
Fotografin, Initiatorin und
Intendantin der PERSPEKTIVEN

Anna Norz (AN)
Architektin,
Organisationsteam PERSPEKTIVEN

Ort

Büro Norz
St. Georgen/Attergau

Mich würde zu Beginn der Entstehungsprozess der PERSPEKTIVEN interessieren. Was war die ursprüngliche Projektidee und der Auslöser für das Festival?

EMR Um die Jahrhundertwende kamen viele Gäste aus dem Wiener Bürgertum auf Sommerfrische an den See. Attersee a. A. war kein »kaisertreuer« Ort und so fanden sich viele Opponenten und Intellektuelle ein und bildeten einen Gegenpol zu Bad Ischl und dem Ausseerland. Viele Künstler haben hier gelebt: Gustav Klimt, Gustav Mahler, Franz Lehár und viele andere. In den 1950er-Jahren war Attersee a. A. ein pulsierender Fremdenverkehrsort, der während der Sommermonate sehr gut besucht war. Die Gäste blieben im Durchschnitt drei Wochen und konsumierten bei den ortsansässigen Greisslereien und Bäckereien. Zu dieser Zeit gab es auf dem kurzen Stück der Hauptstraße ca. 30 Gewerbetreibende, darunter Blumen- und Obstgeschäfte, zwei große Fleischhauereien, zwei Bäckereien sowie Lebensmittel- und Textilfachgeschäfte. Dieser Boom war bis in die 1970er-Jahre spürbar.

In den 1970er-Jahren begann dann ein gesellschaftlicher Umbruch: Das Auto wurde leistbar und die ersten Einkaufszentren öffneten – das Kaufhaus Vöcklabruck wurde zum Beispiel zu dieser Zeit eröffnet. Die Leute aus dem Ort tätigten ihre Einkäufe plötzlich nicht mehr im Ort sondern fuhren mit dem Bus oder dem eigenen Auto nach Vöcklabruck. Im Ort wurde nur noch Kleinigkeiten gekauft. Die Kauffrequenz verschlechterte sich dadurch rapide – insbesondere außerhalb der Tourismussaison. Die Konsequenz war für viele Betriebe eine Verkleinerung des Geschäftes. Gleichzeitig bedeutete das auch, dass die Kinder der Geschäftstreibenden keine Zukunft im Ort sagen – sie orientierten sich weg von Attersee a. A. Ein weiterer negativer Einflussfaktor für den Ort war der aufkommende Billigtourismus, der vielen deutschen Touristen günstige Flugreisen in den Süden möglich und den Attersee somit uninteressant machte. Viele Atterseer vermieteten damals Gästezimmer. Auch das war nicht mehr rentabel, da entweder die Gäste ausblieben oder das Haus mittlerweile abbezahlt war.

Der Ort begann sich also immer mehr zu wandeln und das Zentrum fing an, auszusterben.

Im Erdgeschoß meines Elternhauses in der Kirchenstraße war damals ein Lebensmittel- und Textilgeschäft. Man konnte alles kaufen – vom Kaffee bis zu den Strapsen. Außerdem vermieteten wir während des Sommers 10 Zimmer mit 30 Betten. Das Geld, das wir damit verdienten, mussten wir allerdings sukzessive das ganze Jahr in das Geschäft stecken.

Die Kunden wurden immer weniger und 1981 waren wir dann die ersten, die zusperren mussten. Ich war damals schon in Linz verheiratet und hatte einen guten Job. Wenn man als junger Mensch daheim keine wirtschaftlichen Möglichkeiten hast, geht man auch nicht mehr zurück.

Nach und nach haben immer mehr Geschäfte geschlossen und wir haben unser Haus in Ferien- und Privatwohnungen umgebaut. Es gab kurze Überlegungen, im Erdgeschoß ein Café zu öffnen aber das sind Wunschträume.

Gibt es hier ein Zentrum, einen Ortskern?

EMR Es gibt den sogenannten »Landungsplatz«. Das war früher ein wunderschöner Platz mit Kastanienbäumen. Dann wurde die Bundesstraße mitten durch den Ort gebaut und ein Parkplatz gemacht. Früher war auch der Bahnhof im Zentrum. Jetzt ist er am Ortsrand. Von Wien ist man mit dem Zug immerhin in zweieinhalb Stunden in Attersee a. A.

Es gibt aber bereits die Überlegung, dass die Bahntrassen wieder in das Ortszentrum geführt werden. Man könnte dann wieder eine Verbindung mit den Schiffsverkehr herstellen.

Der Autoverkehr ist immer mehr und mehr geworden und somit war diese Hauptstraße nur noch ein Verkehrsweg und sonst nichts. Ein Überqueren der Straße war kaum möglich. Man ist dort auch nicht spazieren gegangen – weder Einheimische noch Touristen

Was war der Auslöser für die PERSPEKTIVEN?

EMR Wir haben lange in Linz gelebt und haben unseren Hauptwohnsitz sowie unser Architekturbüro seit 30 Jahren in Wels. Nachdem ich lange im wirtschaftlichen Bereich für das Büro beschäftigt war, fing ich vor 17 Jahren mit einer fotografischen Ausbildung und bin seither im künstlerischen Bereich als Fotografin tätig. Ich wurde von unserem Heimatvereinsobmann daher immer wieder gefragt, ob ich nicht in der kleinen Galerie im Ort ausstellen will. Für mich war damals die Zeit allerdings noch nicht reif.

Parallel gab es aber immer diese Unzufriedenheit mit der Verkehrssituation des Ortes. Durch die Bundesstraße leidet die Aufenthaltsqualität enorm für die Bewohnerinnen und Bewohner und Besucherinnen und Besucher. Auch die Bausubstanz der Häuser entlang der engsten Stelle des Straßendurchzugs wird immer schlechter. Durch den Autolärm und -verkehr sind die Häuser schwer zu bewohnen. Teilweise haben sich die Besitzerinnen und Besitzer, die großteils noch in den Häusern wohnen, deshalb auch von der Straße weg orientiert und auf die Straßenfront «vergessen».

Ihr habt die angesprochene Problematik ja intern in deiner Familie immer wieder thematisiert. Wie ging eure Konzeptfindung dann weiter?

EMR Auch wenn unser Hauptwohnsitz in Wels ist, sind wir immer Atterseer geblieben. Unsere Kinder sind im Sommer immer hier, wir sind in allen Ferien hier, an den Wochenenden. Ich bezeichne uns immer als «Wirtschaftswelser», die im Herzen immer hier geblieben sind. Diese Unzufriedenheit mit der Situation im Ort hat uns also keine Ruhe gelassen und wir haben oft überlegt, wie wir daran etwas ändern können. Eine kleine Fotoausstellung zu machen erschien uns nicht wirklich als sinnvoll. Das hätte uns nicht weitergebracht und schon gar keine Zukunftsperspektive geboten. Es braucht zwar eine großflächige, sehr aktive Arbeit die wachrüttelt; es muss dann aber möglich sein, diesen Impuls in eine positive Richtung zu lenken und die Leute mitzunehmen.

Horst Anleitner, der damalige Kulturreferent, hatte dann kurz vor der damaligen Wahl ein Gespräch mit meinem Mann Franz und bat ihn um eine Idee für eine Ausstellung. Wir wollten aber bewusst den Wahlausgang abwarten um zumindest eine Legislaturperiode aktiv sein zu können. Die Wahl wurde dann auch zu seinen Gunsten gewonnen und wir konnten unser Konzept auf Schiene bringen. Um uns nicht von der Gemeinde vereinnahmen zu lassen, suchten wir um eine LEADER-Förderung beim Land an. Wir waren dann insgesamt 3 Jahre – 2011 beginnend – ein LEADER-Förderprojekt.

Unser Konzept sah vor, die Schaufenster, die nicht mehr genutzt werden, fotografisch zu verhüllen. Franz fing dann an, das Konzept zu schärfen: Was tut der Fassade gut? Wie kann ich mich als Fotografin auf der Fassade bewegen, damit sie einen Mehrwert erfährt und nicht negativ beeinflusst wird.

Die erste Ausstellung 2011 war mein fotografisches Projekt und ich widmete mich ganz speziell der wirtschaftlichen Entstehung der Häuser.

Eine Art Drive-In-Galerie im öffentlichen Raum?

EMR Genau so etwas war das. Eine Galerie im öffentlichen Raum. Es war aber trotzdem so abstrahiert, dass man schauen muss und hinterfragen kann, wenn man stehenbleibt.

Das Motiv auf den Schaufenstern am Haus Baresch zeigt zum Beispiel eine große Treppe, die die Großzügigkeit des ehemaligen Kaufhauses widerspiegeln soll. In den 1970er-Jahren war ein zweigeschöbiger Verkaufsraum am Land sehr ungewöhnlich.

Im Haus Plank-Ramsl war früher links ein Frisör, rechts ein Bäcker. Das Motiv für die fotografische Arbeit war in diesem Fall eine Stiegenhausspirale von einem Hotel in Bilbao. Die Idee entstand aus der formellen Annäherung eines Gebäckes und einer Haarlocke.

Es gab also immer symbolischen Verbindungen zur damaligen wirtschaftlichen Nutzung oder zum Innenraum.

2011 war der Ort dann ein halbes Jahr mit diesen großformatigen Fotografien versehen.

Ihr habt die Zusage für die LEADER-Förderung 2010 bekommen, habt dann die Ausstellung 2011 mit dem Geld umgesetzt. Seid ihr von der Gemeinde auch finanziell unterstützt worden oder wolltet ihr das dezidiert nicht?

EMR Wir zogen die ersten drei Jahre die Gemeinde ganz bewusst komplett aus der Verantwortung. Wir machen die Arbeit selbstständig und ich lasse mich politisch nicht vereinnahmen.

Die ersten drei Jahre war die Organisation die Hauptarbeit von mir, mein Mann hat mich unterstützt. Erst seit 2014 sind wir ein Team mit mehreren Mitgliedern, Michaela Reisenberger war das erste Mitglied neben meinem Mann und mir.

Ich benötigte Hilfe, weil mir bewusst wurde, dass die Organisation allein nicht mehr bewältigbar war.

Die LEADER-Förderung war zum Beispiel ein irrer Aufwand. Alles musste bis in kleinste Detail dokumentiert, abgerechnet und belegt werden. Man musste mit allen Verträge machen und immer Gegenofferte einholen. Das ist ein Wahnsinn – und ein Full-Time-Job. Wenn ich gewusst

hätte, was auf mich zukommt, hätte ich das nie gemacht. Ich hätte mich schlichtweg nicht getraut.

Jedenfalls haben wir eine 65%-ige LEADER-Förderung bekommen, das heißt 35% mussten wir selber leisten. Private Sponsoren sind – speziell im ersten Jahr einer solchen Veranstaltung – nicht wirklich zu finden. Ich hatte damals einen Auftrag von einer großen Firma und arbeitete zwei Werke fotografisch auf. Die fehlenden 35 % sind dann also durch mein komplettes Honorar abgegolten worden.

Wahnsinn, welche Impulse einzelne Personen setzen können aber was da für finanzielle Herausforderungen und freiwilliges Engagement dahinter stecken.

EMR Das ist meine Art der Sozialhilfe, die ich für die Gesellschaft leiste. Andere engagieren sich bei der Caritas, in der Pfarre, im Musikverein. Wir haben einen ganz tollen, wegweisenden Musikverein hier im Ort. Mehr als die Hälfte der 60 Mitglieder sind unter 20.
Gibt es viele Vereine in Attersee?

EMR Es gibt den Sportverein, den Musikverein und den Heimatverein. Der nennt sich zwar Heimatverein, ist aber eigentlich der Ursprung der kulturellen Tätigkeit im Ort Attersee. Wir haben einen sehr tollen Herren namens Gottfried Neubacher im Ort. Der hat schon immer Ausstellungen organisiert, damals gemeinsam mit Peter Baum. Diese Ausstellungen waren in der Atterseehalle, ursprünglich im Heimathaus. Anlässlich des Geburtstages von Christian Ludwig Attersee ist die Volksschule adaptiert worden.

Es gab also in Attersee immer schon Querdenker und kulturell engagierte Bewohnerinnen und Bewohner?

EMR Genau, und da war auch immer mein Mann dabei.

Wie ging es dann weiter, nachdem ihr die LEADER-Förderungszusage hattet?

EMR Es mussten dann die Hausherren und -damen überzeugt werden, ihre Schaufenster herzugeben und das ist erstaunlich einfach gegangen. Es kennt uns aber auch jeder im Ort. Es wissen alle, dass man engagiert arbeitet und dass man sich nicht selbst bereichert sondern man ehrlich arbeitet.

Ihr habt also nicht viel Argumentationsarbeit leisten müssen?

EMR Eigentlich nicht. Die Hausbesitzer waren froh, dass endlich was passiert und sie nicht verantwortlich sind. Wir haben dann auch 3-Jahres-Verträge gemacht. Alles was wir an Ein- und Aufbauten machen werden wieder rückgebaut und die ursprünglichen Fassaden werden wieder hergestellt, die Sockelzone wurde auch saniert.

Wir haben bei den Schaufenstern außen dann ganz zarte Rahmen mit Folienbespannung gehabt. Man nennt das Matrix-Frame. Das war lichtdurchlässig aber blickdicht.

Die Bespannungen gibt es noch. Einige sind von Ursula Schlegel zerschnitten worden, die sind dann im nächsten Jahr als Taschen und Kappen verkauft worden.

Die Arbeiten waren schwarz-weiß – diese Abstraktion hat es schon gegeben.

Generell haben wir die Hausbesitzer immer stark eingebunden. Wir haben sie immer informiert, haben ihnen die Entwürfe von den Bildern gezeigt.

Alle Häuser befinden sich an der engsten Stelle der Bundesstraße B 151, die durch den Ort führt. Wie fandet ihr die Häuser 2010 vor?

EMR Die Schaufensterfassaden vom Haus Baresch waren mit einzelnen Relikten aus den 1970er-Jahren eher lieblos gestaltet. Auch die Erdgeschoß-Zone des Hauses Plank-Ramsl hatte ihre beste Zeit hinter sich. Früher war dort eine sehr nette Bäckerei.

Im Haus Huber-Punzet war ursprünglich eine Achsenfabrik untergebracht, bis 2005 dann einige Jahre die Kaktus-Bar. Anschließend waren die Rollos unten und die Fassade wurde durch den Autoverkehr immer schmutziger. Die Werkstätte und eine wunderschöne Fachwerk-Garage gibt es noch. Letztere durften wir 2013 für die Kunstimpulse verwenden.

Das Haus Bauer ist eine Bauruine, die aber sehr geschichtsträchtig ist. Ursprünglich war dort der Eiskeller der Brauerei Hager. Rechts neben dem Haus führen zwei Tunnel 50 m in den Kirchhügel. Man könnte eine wunderschöne, vertikale Verbindung zwischen Unter- und Oberdorf herstellen. Bis Mitte der 1980er-Jahre wurden die Stollen dann als Schlachtereie genutzt – man fuhr das Vieh mit den Lkws in die Tunnel, schlachtete, verarbeitete und kühlte es und verkaufte es anschließend in der Fleischhauerei im Haus. Dieses Geschäft war in ganz Oberösterreich bekannt und die Kunden mussten sich anstellen um etwas zu bekommen. Trotzdem ging der Betrieb 1986 in Konkurs. Seither ist nichts mehr mit dem Erdgeschoßlokal passiert. Als Schaufensterdekoration wurden alte Sautröge genutzt, die aber nur das Regenwasser auffangen, das

von der Terrasse durchrann. Das Haus ist mittlerweile nur noch bei Schönwetter im Sommer bewohnt. Hier mussten wir auch den größten Umbau machen, das war schon sehr baufällig. Die Brüstung haben wir entfernt und eine OSB-Holzplattenverbau davor gestellt. Den haben wir jetzt wiederum ausgeschnitten und Eingänge für die Designateliers geschaffen. Das fünfte Haus, das wir für unsere erste Fotoausstellung nutzen durften, war das Kaufhaus Miglbauer. Es steht sehr dicht an der Straße – an der engsten Stelle. Wenn der Schneepflug durchfährt, hat man den Dreck bis an der Decke.

Wie war die Reaktion der Hausbesitzer auf des Projekt? Haben sie das Konzept dahinter verstanden?

EMR Manche ja. Andere waren wieder sehr skeptisch, ob ihnen das auf ihrem Haus gefällt. Im ersten Jahr waren aber alle noch sehr euphorisch, dass «endlich was los ist».

Drei Häuser – Bauer, Miglbauer und Baresch – werden mittlerweile ganzjährig genutzt und ihr habt jetzt eine Kooperation mit der Kunstuniversität Linz geschlossen.

EMR Genau. Mir ist nach wie vor wichtig, dass wir keinen Hype generieren und »in« werden sondern das alles ganz langsam und vor allem mit der Region und für junge Leute wächst.

AN Es soll nicht nur zwei Sommer etwas los sein und danach interessiert es niemanden mehr.

EMR Das erste Jahr gab es bei der Eröffnung und der Finissage heiße Diskussionen: »Was soll das?«, »Was bewirkt das?«. Mehr offizielle Programmpunkte gab es im ersten Jahr nicht. Ich habe aber einmal pro Woche Führungen angeboten.

Was war das für ein Publikum?

EMR Das Publikum war sehr heterogen: Urlauber, Einheimische, Interessierte. Ich erinnere mich auch an einen Journalisten aus Frankreich, der zufällig durch den Ort gefahren ist, die Fotografiengesehen hat und spontan an der Führung teilgenommen und sich informiert hat.

Nach wie vor fahren Leute durch und entscheiden spontan zu einem Besuch stehenzubleiben. Im Sommer gibt es alle zwei Wochen einen Künstlerwechsel in den Ateliers. Die Leute merken das, sobald ein Künstler, den sie sehen wollten, nicht mehr anwesend ist. Somit werden sie erzogen, stehenzubleiben.

AN Es ist einfach schön, dass man am Weg zum Baden am See immer wieder ein neues Programm entdecken kann.

EMR Es hat natürlich auch negative Meldungen gegeben: »Was tun sie denn jetzt? Jetzt hängen sie Attersee ganz zu.« Es gab an der engen Straßenstelle ja nichts mehr, aber am Landungsplatz gibt es einen Bäcker und Gastronomie; den Seegasthof gibt es auch – im Winter sogar mit stark frequentiertem Eislaufplatz.

Gibt es im Zentrum auch einen Supermarkt?

EMR Nein, ein Billa ist am Ortsrand. Es ist aber zu Fuß nicht so weit.

Wie ging es nach dem ersten Jahr weiter mit den PERSPEKTIVEN?

EMR Das zweite Jahr gab es einen Wettbewerb. Der Fotohof Salzburg, Kurt Kaindl, das Medienkulturhaus Wels unter der Leitung von Günter Mayer und Franz und ich haben 10 international und national sehr aktive und auch junge Fotografen angeschrieben. Es war klar, dass es wieder eine fotografische Arbeit wird. Siegfried Fruhauf hat den Wettbewerb gewonnen. Er ist mittlerweile schon auf der Biennale nominiert worden. Wir haben also einige Künstler gehabt, die wirklich einen steilen Karriereweg machen.

Sein Projekt hat »Vide dans le Vide« – »die Leere in der Leere« – geheißen. Eine sehr starke Arbeit. Er hat den Innenraum einer Skulptur aus unterschiedlichen Perspektiven fotografiert. Das war eine Farbarbeit, die allerdings sehr monochrom war.

2012 hat es neben den großformatigen Fotografien im Außenraum erstmalig ein Artist-in-Residence-Programm gegeben. Im Haus Huber-Punzet gab es ein Geschäftslokal, das von außen zugänglich und ausgeweißelt war. Außerdem hatte es einen Boden. Wir haben gefragt, ob wir es für das Programm nutzen dürfen.

Da muss man jetzt kurz vorgreifen: Wir haben aufgrund des Freundeskreises von unserem älteren Sohn Philipp und dessen Industriedesign-Studium damals an der Universität für angewandte Kunst festgestellt, dass sehr viele Atterseer Kunst studieren, sowohl in Linz als auch in Wien. Diese Studenten wollten wir unterstützen indem wir ihnen eine Plattform bieten, um sich

präsentieren zu können und dem Ort und der Region zu zeigen, welches Kapital wir haben. Wir haben diese Leute also eingeladen, an unserem Programm teilzunehmen.

Das war eigentlich der Startschuss für das Festival. Wir haben also mehr oder weniger den Freundeskreis von Philipp nach Attersee geholt, ganz unkonventionell. Jeder hat sich in eine Liste eintragen, wann er den Raum bespielt. Jeder hatte die Möglichkeit, ein bis drei Tage in dem Raum zu präsentieren, zu musizieren, zu malen. Matthias Göttfert saß drei Tage in dem Raum und baute und faltete Papierschiffe bis am Schluss ein riesiger Berg entstand. Gregor Göttfert nahm die Geräusche auf.

Damit konnten wir auch die Eltern, Großeltern, Verwandten, Geschwister, Nachbarn der Studenten als Publikum gewinnen. Plötzlich war es interessant in den Ort zu gehen. Mit den Jungen zu reden, schauen was los ist, zu kommunizieren, sich zu treffen. Dann war die Wiener Modedesignerin Gudrun Wallenböck, die die Galerie Hinterland betreibt, drei Wochen lang in dem Atelier. Sie war ein Kommunikationstalent. Sie hat die gesamte Zeit über nur mit den Leuten über die Entwicklung des Ortes geredet.

Anschließend kam die Modedesignerin Birgit Rampula. Sie nahm ein paar Dinge von ihrem Wiener Atelier mit und glaubte, mit ihrem Freund drei Wochen Urlaub in Attersee zu machen. Ihre Teile kamen aber so gut an, dass sie sofort wieder nach Wien fuhr und mit ihrem gesamten Atelierinhalt wieder zurück kam. Sie hat alles verkauft und hat mit ihrer Nähmaschine ständig nachgenäht. Das war für uns ein überzeugender Moment. Mit dem übrigen Budget von der LEADER-Förderung wurde fortan nicht mehr in die fotografische Bespielung investiert. Diskussion wurde dadurch in die Gänge gebracht. Wir haben gesehen, es funktioniert wenn Leben da ist. Die Autos fahren langsamer wenn sich Fußgänger auf der Straße bewegen.

Wir wollten also die Besitzer der Häuser dafür gewinnen, dass wir nicht nur ihre Fassaden sondern auch ihre leeren Erdgeschoßlokale nutzen dürfen.

Wir haben also für 2013 mit sehr viel Engagement der jungen Studenten, die Teil des Artist-in-Residence-Programmes waren, und Freunden die Schauboxen im Haus Baresch gebaut. Alle mussten mithelfen, sonst hätten wir das nicht finanzieren können. Einen Teil musste zwar der Tischler machen, den Rest – zum Beispiel ausmalen, etc. – haben wir aber selbst gemacht.

Wie leicht waren die Hausbesitzer diesmal für euer Vorhaben zu gewinnen?

EMR Es war deutlich schwieriger als beim ersten Mal und wir konnten letztlich nur drei Hausbesitzer überzeugen. Im Haus Huber-Punzet hat es in der Zwischenzeit schon eine Anfrage für das 2012 von uns genutzte Atelier gegeben. Einer ortsansässigen Malerin wurde durch das Festival auf den Raum aufmerksam und ist sofort mit den Hausbesitzern in Kontakt getreten. Sie mietet also seit 2013 das gesamte Erdgeschoß als Atelier und Galerie. Wir durften stattdessen die Garage im Hof Huber-Punzet für die Kunstimpulse nutzen.

Beim Haus Baresch haben wir die Schaufenster für die Schauboxen nutzen dürfen. Wir hätten gerne den gesamten Raum gehabt – das wollten die Hausbesitzer aber nicht, da der Geschäftseingang gleichzeitig der Hauseingang ist. Wir hätten eine planerische Lösung gehabt – die Hausbesitzer waren davon aber nicht zu überzeugen. Wir hätten eine neue Eingangstüre gemacht. Wahrscheinlich wäre es eh zu teuer geworden. Es gibt eine Säulenformation, das hätten wir gut abtrennen können mit einer Doppeltüre. Eine links, eine rechts. Mittlerweile wären sie für den Umbau bereit, aber jetzt haben wir kein Geld mehr.

Beim Haus Bauer haben wir die Terrasse oben abgedichtet und haben dort einen Kiosk hineingebaut. Im hinteren Bereich gibt es jetzt Abstellflächen und zwei Umkleidekabinen für Modedesign.

Die Besitzer des Haus Miglbauer waren auch sehr kooperativ und wir konnten dort das Designatelier installieren.

Es gibt seither folglich die Schauboxen, das Design- und das Kunstatelier.

Diese drei Räume werden mittlerweile das ganze Jahr bespielt?

EMR Genau, wir nutzen sie das ganze Jahr. Im Herbst sind Künstler wie Matthias Göttfert vor Ort und nutzen diese Räume. Ab Dezember ist es dann allerdings zu kalt – wir haben keine Heizung, da das zu teuer wäre. Im Haus Miglbauer gibt es eine kleine Küche und ein WC. Der Verbrauch wird dann mit den Besitzern abgerechnet. Sie sind aber heilfroh, dass es das Atelier gibt. Mittlerweile gibt es Überlegungen, das Haus zu sanieren, das Dachgeschoß auszubauen und die Galerie zu belassen. Der junge Besitzer, Gerd Ratschmann ist um die 30 Jahre alt und wieder zurück in den Ort gezogen.

Unser Anliegen war und ist, eine Plattform für junge Künstler zu bieten. Sie soll Raum für Experimente und Diskussion bieten und nicht die »hohe Kunst« präsentieren, die schon zu oft durchdiskutiert wurde. Die jungen Menschen bekommen so die Chance, 14 Tage einen leeren Raum zu erfassen und zu bespielen. Alles was sie dazu benötigen, nehmen sie selbst mit. Der Raum sieht also alle zwei Wochen völlig anders aus.

Wie kommt ihr zu den Künstlern? Gibt es auch Open Calls?

EMR Heuer gibt es erstmalig einen Call. Davor haben wir verschiedenste Designer persönlich angeschrieben. Ich bin zum Beispiel zu Modemessen gefahren und habe Leute gesucht, deren Designs ich spannend fand. Unser Format hat sich dann rasch als Geheimtipp unter Modedesignern entwickelt, da die Umsätze während der Festivalzeit immer sehr gut waren. Es kommen viele Leute aus dem Ort oder der Region und kaufen dort Mode, die sonst nur in Wien erhältlich ist.

AN Du kannst alle 2 Wochen nach Attersee fahren und es ist immer etwas Neues los. Plötzlich werden völlig andere Produkte angeboten, die es sonst hier nicht gibt.

Wenn man nicht ständig nach Wien fährt, sieht man vor allem auch, was es modetech- nisch abseits von H&M sonst noch gibt.

EMR Genau. Ich hab auch ganz bewusst darauf geachtet, dass die Labels leistbar sind. Mittlerweile bewerben sich die Designer selbst. Wir suchen sie nicht mehr selbst, es gibt wie gesagt heuer erstmalig eine Ausschreibung auf unserer Homepage und auf Facebook. Es gab über 100 Bewerbungen.

AN Es waren diesmal wirklich tolle Bewerbungen dabei. Da macht die Auswahl wirklich Spass.

Und es gibt wieder einen zweiwöchigen Rhythmus?

AN Wir hatten heuer erstmalig einen Atelierfrühling. Die Ateliers waren immer an den verlängerten Wochenenden und an den normalen Wochenenden besetzt. Unter der Woche ist im Frühling nicht so viel los. Wenn allerdings das Wetter mitspielt, kommen ab Freitag immer viele Besucherinnen und Besucher an den See.

EMR Wir hatten also im Jahr 2013 das Design- und das Kunstatelier sowie die Schauboxen. Anstelle des Lokals im Haus Huber-Punzet konnten wir ihre Garagen im Hof für die Kunstimpulse nutzen. Während des Festivals gibt es jeden Donnerstag um 20.20 in den Fachwerk-Garagen 20 Minuten zeitgenössische Kunst – von Tanz über Musik, Literatur bis zu Schauspiel kann das alles dabei sein. Die Künstler haben wir wiederum gesucht und eingeladen.

2014 war das LEADER-Projekt zu Ende. Diese Förderungsvariante möchte ich noch kurz näher erläutern: Es ist nicht so, dass das Geld nach der Abrechnung überwiesen wird. Man muss am Anfang ca. 1,5 Jahre voraus finanzieren. Dazu braucht man Eigenkapital und eine Bank, die einen Kreditrahmen gewährt. Die Zinsen für den Kredit werden natürlich nicht refundiert – sie dürfen in der Abrechnung nicht aufscheinen.

Nach dem ersten Jahr musste ich die Abrechnung zur Prüfung nach Linz schicken, dann wurde überwiesen.

Im zweiten Jahr bekam ich die Abrechnung vom Land wegen eines Formfehlers zurück – die Heizkostenabrechnung war nur einmal statt zweimal unterschrieben. Diese Kleinigkeiten wurden dann von mir korrigiert, für gut befunden und alles wurde an die AMA geschickt. An einem Dienstag um 19.45 erhielt ich dann einen Anruf von einem Herren der Prüfstelle. Er komme am Donnerstag um 10 Uhr nach Attersee eine Prüfung durchzuführen. Ich fuhr dann von Wels nach Attersee. Um 9 stand der Herr vor der Tür. Nachdem ich alle Ordner ins Wohnzimmer gestellt habe, haben wir den gesamten Tag geprüft. Jede Rechnung, jeden Vertrag, die Originalfotos, die Rahmen – alles wurde analysiert und durchgesehen. Und was kam am Schluss raus? Einen Datenstick für 16 Euro, den ich für eine Präsentation am Land verwendete und dort in der Kulturableitung ließ wurde aus der Abrechnung genommen, weil ich ihn natürlich nicht mehr vorweisen konnte. Für mich war das eine schöne Bestätigung, da ich alleine für die Förderung verantwortlich war. Diese Expertise habe ich auch von meinem Beruf als Buchhalterin. Ich wurde dann immer wieder von der Kulturabteilung angerufen, ob ich nicht diesem und jenem Kulturverein bei der Abrechnung für die Förderung helfen kann.

Jedenfalls haben wir nach drei Jahren das LEADER-Förderprojekt abgeschlossen und standen dann vor der Entscheidung wie wir uns weiter finanzieren. Ich habe bei der Gemeinde, beim Bund und beim Land um Förderung angesucht. Wir haben uns sehr gefreut, dass wir bei der Gemeinde sofort das gesamte Budget, das wir uns wünschten bekommen haben. Anschließend bin ich nach Wien gefahren und versucht, auch vom Bund einen Anteil zu bekommen. Der Bund hat gesagt, die Gemeinde muss fördern. Und das Land hat auch gesagt, dass die Gemeinde fördern muss. Wenn die Gemeinde fördert, fördern Land und Bund auch.

Wie viel Prozent vom Gesamtbudget habt ihr bei der Gemeinde eingereicht?

EMR 10 %. Dann haben wir gehofft, dass wir 20 % vom Bund bekommen und 20 % vom Land und den Rest von Sponsoren. Dem ist aber nicht so.

Vom Land bekommst du 10 %, vom Bund haben wir nicht einmal 5 % bekommen. Das kam vom Topf der Mode, vom Topf der Bildenden kam nichts – das ist Landessache.

Wir haben dann erfahren, dass das Budget, das wir von der Gemeinde bekommen, das gesamte Kulturbudget des Ortes ist. Bedingung war, dass wir die jährlich in der Atterseehalle stattfin-

dende Sommerausstellung mitorganisieren. Wir haben das Budget mit dem Fotohof Salzburg geteilt und gefragt, ob sie für 4000 Euro eine Ausstellung in der Atterseehalle auf die Beine stellen können, damit wir das weiterführen können. Die Fachwerks-Garagen im Haus Huber-Punzet konnten wir nicht mehr nutzen, also haben wir auch die Kunstimpulse in die Atterseehalle verlegt. Also ist die Halle seit 2014 auch Teil der PERSPEKTIVEN.

Einen Teil vom Budget zweigen wir für das Artist-in-Residence-Programm ab, damit wir das finanzieren können. Zusätzlich muss ich bei Sponsoren betteln gehen. Das ist ganz schwierig. Es ist kein Selbstläufer. Von Jahr zu Jahr fallen wieder Firmen weg, speziell auch ortsansässige Firmen. »Das ist ja ein Fass ohne Boden« hat eine Firma einmal wegen 1000 Euro zu mir gesagt.

Der Tourismusverband nutzt die PERSPEKTIVEN für Werbezwecke, trägt aber finanziell nichts dazu bei?

EMR Nein, nein. Wir werden von ihnen unterstützt, indem sie unsere Presseaussendungen an die APA weitergeleiten usw.

Und der Verschönerungsverein Attersee – also der Tourismusverband – ist offiziell der Veranstalter?

EMR Franz und ich sind kein Verein, das war aber Bedingung für die LEADER-Förderung. Wir haben uns dann gefragt, über welchen Verein im Ort wir das abwickeln können. Der Obman des Verschönerungsvereins, Michael Ryba, hat damals auch für unseren Kreditrahmen unterschrieben, hat also eine persönliche Haftung für 50.000 Euro übernommen.

Der Idealismus treibt euch an?

EMR Es ist der Idealismus. Das Feine ist, dass sich jetzt eine Community gebildet hat in der Region aus den jungen Leuten, die 2012 erstmalig dabei waren. Sie schätzen das alles sehr und sind sehr aktiv.

AN Für mich war 2014 das erste Jahr nach dem Studium in Wien. Ich bin wieder zurück an den Attersee gezogen und habe davor schon die Ateliers besucht. Für mich war das damals schon eine extrem wertvolle Plattform. Ich fühle mich dort aufgehoben, kann mich mit anderen austauschen, es gibt Räume wo immer wieder was lost ist, wo du verschiedenste Leute aus unterschiedlichen Branchen und Szenen kennenlernen kannst. Es gibt viele, die mit Kunst gar nichts zu tun haben und die wiederum Freunde mitbringen. Es ist total kunterbunt. Es ist immer wieder spannend zu sehen, wen wir mit dem Programm ansprechen.

Wie ist der Zuspruch von denen, die nichts mit Kunst zu tun haben?

AN Ich glaube, dass auch diese Besucherinnen und Besucher das Programm sehr schätzen. Es ist was los, man hat die Möglichkeit, Neues kennenzulernen ohne explizit in eine Ausstellung fahren zu müssen. Man kann die Ateliers besuchen, kann sich umschaun, kann sich ein wenig unterhalten und geht wieder weiter. Es ist total ungezwungen. Wenn einem was gefällt, kauft man es.

EMR Wir haben auch sehr viele überregionale Gäste. Man darf die Menge an kunst- und kulturinteressierten Menschen hier am See nicht unterschätzen. Diese Menschen freuen sich natürlich über ein kulturelles Programm.

Ihr seht euch aber nicht nur als jemand, der ein Programm für Touristen gestaltet. Um was geht es euch?

EMR Es geht darum, dass alle die weggezogen sind oder wegziehen sehen, dass, wenn ich was mache und ich mich selber dafür einsetze, dann kann ich das hier genauso machen wie in Wien.

AN Und man schafft sich hier gleich ein großes Netzwerk, das einem sehr viel ermöglicht. Man hat mit wem gesprochen und stellt plötzlich fest, was der oder die alles macht und kennt. Es erleichtert einem sehr viel weil man sich ständig selbst hilft.

Wie bist du, Anna, dann dazu gekommen, dass du aktiv im Team mithilfst?

AN Ich hab 2014 ausgestellt und hab gemerkt, dass mir das persönlich sehr viel bringt. So ein Projekt unterstützt man dann gern mit Zeit und Aufwand. Man kann sich auch selber damit bereichern – es ist also keine reine »Good Will«-Aktion.

EMR Das ist dann die Belohnung dafür – wenn sie auch nicht monetär ist. Dieser Input und

diese Freude am Tun ist für mich – ich bin eine Generation älter als ihr – der Lohn. Das find ich sehr schön und bereichernd. Man investiert zwar eine Menge Zeit, es kommt aber auch sehr viel zurück. Es ist so eine positive Stimmung, auch wenn man sich zu Beginn nicht kennt. Es entsteht so viel. Matthias Göttfert ist vor einem Jahr ganz zurück gekommen und arbeitet hier. Anton Granzner ist zurückgekommen. Da waren die PERSPEKTIVEN schon ein Impuls dafür.

Hat sich der Ort verändert, seit dem die Ateliers das ganze Jahr über bespielt werden?

EMR Dadurch, dass dieser Teil der Hauptstraße »gepflegter« ist, entsteht eine Kettenreaktion. Da und dort wird auf einmal was gebaut oder saniert.

AN Wenn meine Umgebung aktiv wird, werde ich selbst auch aktiv. Eine Kettenreaktion also.

EMR Wirtschaftlich ist es allerdings nach wie vor nicht. Das ist der schwierige Part, der uns vielleicht irgendwann noch gelingen muss.

Sehr häufig begegne ich Fragen wie »Wieso machst du das?« oder »Was hast du da davon? Den ganzen Sommer sitzt du und arbeitest und kannst nichts tun.« So sehe ich das nicht – das ist mein Beitrag für die Gesellschaft.

.. und an dich selbst.

EMR Natürlich. Ich würde viele nicht kennen. Wir würden uns auch nicht kennen. Und das ist eine generationsübergreifende Bereicherung. Franz und ich sind beide im Team akzeptiert – nicht als Eltern, sondern als eine Art »Rückenfront«.

AN Ja, ihr gebt Sicherheit.

EMR Also eine Art Rückenstütze und nach vorne hin können die Jungen arbeiten. Das ist das Schöne.

Welche Spuren hat das Festival seither hinterlassen? Gibt es Projekte, die durch das Festival entstanden sind?

EMR Es gibt zum Beispiel die Künstlerin im Haus Huber-Punzet, die jetzt das Erdgeschoß gemietet hat. Sie ist auf den Raum durch die PERSPEKTIVEN aufmerksam geworden. 2020 werden wir die Landesausstellung im Ort haben. Die Region ist Weltkulturerbe der Pfahlbauten. Aus en Kernpersonen der PERSPEKTIVEN ist die Bewerbung ausgegangen. Mein Mann hat zum Beispiel intensiv mitgearbeitet.

Was war die Intention, die Landesausstellung in den Ort zu bringen?

EMR Schon auch Geld zu lukrieren. Es wird bei den Landesausstellungen so viel Geld ausgegeben; Gebäude saniert, Zentren geschaffen. Seit 20 Jahren liegen Pläne für die Neugestaltung des Dorfplatzes auf der Gemeinde.

Also schon ein Mittel zum Zweck?

EMR Ja – man muss den Ort wieder attraktiver gestalten. Die große Idee ist immer, aus diesem Trichter eine Stadt zu machen – also Nussdorf, Attersee, St. Georgen zu einer Stadt zusammenschließen. Mit Erholungsbereich, Industrie, kulturellem Zentrum. Das ist eine Vision, aber wenn man keine Visionen hat, entsteht nichts.

Gibt es seitens der Gemeinde ein raumplanerisches Umdenken?

EMR Nicht wirklich, die Landesausstellung könnte aber eine Initialzündung sein. Manche Sachen gehen aber auch einfach nicht. Wir würden uns zum Beispiel eine Begegnungszone im Bereich der Ateliers wünschen. Es ist aber eine Bundesstraße und deshalb unmöglich. Grundsätzlich geht es uns aber um die Region. Auch unser Projekt ist ein regional kein lokal zu denkendes Projekt.

Wie sollen die PERSPEKTIVEN weiter wachsen?

EMR Bis zur Landesausstellung sollen die PERSPEKTIVEN eigentlich eine fixe Einrichtung werden und sich weg vom Festivalformat entwickeln. Die Community soll sich hier ansiedeln.

AN Auch die regionale Verbindung soll weiter wachsen. Derzeit spürt man eine Art Grenze zwischen St. Georgen i.A. und dem Attersee. Ich hoffe, das wird sich in Zukunft ändern.

Wieso habt ihr das Format »Festival« gewählt?

EMR Das Festival dauert 8 Wochen im Sommer, der Rest ist das Jahresprogramm. Das Format erlaubt eine zeitliche und inhaltliche Dichte.

–

Interview

2.9.2016, 10:00-12:00

Aufnahme

Gesprächspartnerin

Johanna Bernkopf (JB)

Initiatorin und Festivalleitung

POTENTIALe Feldkirch

Ort

Büro Stadtmarketing Feldkirch

Schlossergasse 1, 3. Stock

Was ist die Vorgeschichte zur POTENTIALe?

JB Vor über 30 Jahren gründete Traugott Schneidtinger die Kunst- und Antiquitätenmesse Bregenz freiberuflich. Damals nahmen heimische, aber auch nationale und internationale Aussteller teil. 2002 kam die Messe dann als neues Format namens »KAMart« nach Feldkirch. 2007 wurde daraus wiederum die »ArtDesign Feldkirch« mit dem neuen Bereich Design und Mode, die Antiquitäten fielen weg. Am Anfang waren immer zwei Personen von Mai bis kurz nach der Messe auf Honorarbasis für die Durchführung verantwortlich. Der Auftraggeber war das Stadtmarketing. Dann kam der Einwand von Edgar Eller, dem Stadtmarketingchef, dass deren Expertenwissen viel mehr in das Stadtmarketing eingebunden werden soll, damit alle davon profitieren können. Das ist war natürlich schwierig, wenn die Messeleitung von daheim aus arbeitet.

Gab es damals schon die Idee einer Positionierung der Stadt Feldkirch als „Kultur- und Bildungsstandort“?

JB Auf jeden Fall. Es ging sehr stark darum, die „Creative Industries“ in Feldkirch zu verankern. Die ArtDesign fällt genau in diese Schiene. DesignerInnen und KünstlerInnen kommen von überall her und können sich mit den regionalen AkteurInnen vernetzen. Bis 2012 war die Messe im alten Montforthaus, das dann abgerissen wurde. Aus diesem Grund zog die ArtDesign dann ins Reichenfeld-Areal. Die Messe wollte eigentlich schon immer dort hin – dort ist quasi der »Kulturcampus« von Feldkirch mit dem Landeskonservatorium, dem alten Pförtnerhaus, der Musikschule und dem alten Hallenbad.

Wurde das Reichenfeld-Areal damals schon bespielt?

JB Ja, meistens fanden dort Konzerte oder ein Theater statt. Im alten Hallenbad findet seit über 20 Jahren auch das Poolbar Festival statt. Das Poolbar-Festival und die ArtDesign sind eigentlich die größten Veranstalter, die das Areal verändert und geprägt haben.

Ihr führt das Reichenfeld-Areal im aktuellen Festivalprogrammheft extra an und bietet Zusatzinformationen zu den Gebäuden. Was ist früher auf dem Areal passiert?

JB Das Gebiet war früher als Naherholungsgebiet gewidmet und es gab sehr viele Regeln, was man dort alles nicht tun darf. Durch die kulturellen Veranstaltungen, hat sich das Areal immer mehr in Richtung Kulturquartier entwickelt. Im Rahmen der ArtDesign 2013 war erstmalig das Feldhotel vom Architekturduo »Kompott« zu Gast auf diesem Areal. Davor wurde von Kompott eine Feldstudie über einen Zeitraum von einer Woche durchgeführt und Menschen vor Ort interviewt. Wie sehen Leute das Reichenfeld-Areal, was machen diese Menschen dort überhaupt? Sie stellten dann fest, dass die Leute immer die gleichen, bekümmerten Wege gehen, sie wissen eigentlich nicht, was man sonst dort machen darf. Dieses Wissen hatte die Folge, dass das Feldhotel mit Stegen mitten auf die Wiese gestellt wurde. Es gibt auch eine Diplomarbeit über das Feldhotel.

Wer hat das Feldhotel finanziert?

JB Für solche Projekte ist es meist sehr schwer, von der Stadt eine Förderung zu bekommen. Wenn wir »Sonderprojekte« haben – wie eben diese Feldstudie – kann man sehr gut auf Landesstellen zurückgreifen, da es um die nachhaltige Nutzung eines Areals geht. Seit das Feld-

hotel 2013 im Reichenfeld-Areal zu Besuch war, kann man beobachten, dass Leute den Raum auf einmal anders wahrnehmen. Sie sitzen in der Wiese, andere Veranstalter kommen auch auf die Idee, mitten in der Wiese was zu machen. Das Poolbar Festival hat auch gerade Stege mitten durch die Wiese gemacht. Es entsteht auf einmal ein Dominoeffekt. Man weiß auf einmal: Es geht, ich darf den Raum nutzen! Man muss natürlich zum Teil bei den Behörden und Eigentümern anfragen, z.B. bei dem Tiefgaragenbesitzer.

Die ArtDesign ist also nach dem Montforthaus im Reichenfeld-Areal angekommen und hat sich dort ausgebreitet.

JB Am Anfang wurden tatsächlich alle 4 Gebäude bespielt: Das alte Hallenbad, das Pfortnerhaus, das Landeskonservatorium und die Musikschule. In der Musikschule gab es ein künstlerisches Kinderprogramm, in den anderen 3 Gebäuden fand die Messe statt. Damals noch mit den Bereichen: Bildende Kunst, Angewandte Kunst und Design. Dann gibt es noch die Waldbühne und einen kleine Pavillon, den wir auch einmal mit einem Seniorencafé bespielt haben. Die Messe machte mit dem Umzug einen extremen Entwicklungsschritt. Ausmisten, ausbrechen, den Staub wegwischen. Die Besucher, die immer zur alten Antiquitätenmesse gekommen waren, fragten nach dem ersten Standortwechsel in das Montforthaus immer: »Wieso ist jetzt alles anders? Wieso gibt es keine Antiquitäten mehr?«. Mit dem Umzug in das Reichenfeld-Areal wurden diese Dinge auf einmal nicht mehr hinterfragt.

Die ArtDesign wurde immer größer, es passierte immer mehr im Außenbereich. Zum Teil gingen die Themen auch in die Stadt rein. Anfang 2015 stellten wir dann fest: Die ArtDesign ist mittlerweile so groß geworden und das, was früher unter Rahmenprogramm gelaufen ist, – das Feldhotel z.B., das mittlerweile sogar auf Reisen geht, weil es so viel Anklang gefunden hat – wird immer wichtiger, durch die Kategorisierung als »Rahmenprogramm« verliert sie aber enorm an Wertigkeit. Wir müssen diesen Dingen somit eine neue Plattform bieten. Man darf auch nicht vergessen, dass die ArtDesign eine Verkaufsausstellung ist. Das heißt, die Aussteller müssen verkaufen und mit diesem ganzen Programm, das rundherum stattfindet, lenkt man die Besucherinnen und Besucher vom Kaufen ab. Wir müssen uns also darauf konzentrieren, dass die ArtDesign als Messe funktioniert. Die Entwicklung dieser klassischen Verkaufsmessen ist momentan sehr kritisch und sie werden vielleicht in ein paar Jahren nicht mehr in dieser Form existieren. Wir mussten also dieses Wissen, das wir uns angeeignet hatten, nutzen und ein geeigneteres Format ins Leben rufen. Die ArtDesign wurde dann also ein Teil des Festivals und alles was bisher unter »Rahmenprogramm« lag, bekam eine eigene Plattform, z.B. die POTENTIAL Talente.

Die Konzeptionierung des Festivals war damals unglaublich herausfordernd und brachte meine Kollegin und mich an unsere Grenzen. Unterschiedliche Ansätze und Vorstellungen führten dann teilweise auch zu großen Meinungsverschiedenheiten, wir waren anfänglich auch einfach überfordert. Viele hinterfragten das neue Format: »Wieso ändert man etwas an der ArtDesign? Die Messe hat jetzt endlich einen Namen, endlich kennt man sie.« Es reagierten natürlich auch viele sehr positiv auf das neue Konzept. Die meisten haben aber nicht verstanden, dass das Messeformat alleine nicht zukunftsfähig ist. Funktioniert das nicht mehr, haben wir gar nichts mehr. Wir merkten 2015 erstmals einen Besucherrückgang. Das war auch das erste Jahr, in dem die Genussmesse »Gustav« in Dornbirn stattfand. Das ist eine reine Massenabfertigungs-Veranstaltung, die auch Modedesign und Schmuck anbietet. Das sind lauter Zeichen, auf die wir reagieren mussten und müssen. Wir konnten die bisherige Schiene nicht in dieser Art weiterführen und merkten, dass das Rahmenprogramm sehr gut bei den Besuchern ankommt. Wir müssen also auf dieses Potenzial konzentrieren. So entstand auch der Name.

Gab es Vorbilder, Inspirationen, Ideen von anderen Festivals, die ihr aufgegriffen habt?

JB Wir sahen uns die Festivals in Österreich an und analysierten sie. Es gibt z.B. ein Festival für bildende Kunst, deshalb haben wir die bildende Kunst bei uns gestrichen. Die Gustav deckt das ganze Kommerz-Programm ab. Möbelhändler können bei der ArtDesign nicht mehr ausstellen. Der junge Möbeldesigner aus Berlin passt nicht neben den großen Möbelhändler aus Vorarlberg, thematisch nicht und auch preislich nicht. Musik ist auch kein Thema für uns – das Feld wird durch das Poolbar Festival komplett abgedeckt. Theater ist auch nicht unser Thema. Meine Kollegin und ich haben uns also in das Buddhistische Kloster in Feldkirch zurückgezogen und sind auf Klausur gegangen, um das Chaos zu ordnen. Design, Fotografie und Medienkunst sind letztlich für die ArtDesign übrig geblieben, die Stadtraumentwicklung ist das übergeordnete Thema.

Stadtraumentwicklung sozusagen als Klammer für das Festival.

JB Ja, aber Stadtraumgestaltung- und entwicklung war bisher nie unser erklärtes Ziel. Wir merkten das durch Projekte wie das Feldhotel oder die Bespielung von ungenutztem Raum. Durch die ArtDesign kamen Menschen ins Konservatorium, die vorher noch nie dort waren. Jeder war so begeistert von den tollen Räumen. Oder das alte Hallenbad. Das wird eher als ranzige Location

wahrgenommen, in der Saufparties stattfinden. Und dann geht man plötzlich auf eine Messe dorthin. Es ist geputzt, es riecht gut, es ist hell. Keine Clubatmosphäre. Dieses „etwas anders wahrnehmen“ macht sehr viel aus für eine Stadt. Auf einmal werden auch andere Menschen aktiv und machen sich Gedanken über ihre Stadt und wie ich mich beteiligen kann. Das verstehen wir unter Stadtraumentwicklung, die Spuren hinterlässt.

Das ist auch euer Hauptziel, dass etwas zurückbleibt in der Stadt, sich durch Impulse etwas neu entwickeln kann.

JB Genau, es soll etwas zurückbleiben. Unser Budget stellt sich aus Steuergeldern zusammen und ich finde, man hat daher eine Verantwortung den Leuten gegenüber, die hier leben.

Wird das Festival komplett von der Stadt finanziert?

JB Wir bekommen jedes Jahr ein Budget von der Stadt Feldkirch. Wir bekamen immer den gleichen Betrag für die ArtDesign. 2015 wurde das Budget dann komplett gesprengt, da erstmalig die POTENTIALe durchgeführt wurden und wir trotzdem davor nicht mehr Budget bekommen hatten. Es gab dann einen ziemlichen Wirbel im Rathaus. Wir hätten uns aber selbst belogen, wenn wir das neue Format mit dem alten Budget durchgeführt hätten. Die Folge war, dass wir seit 2016 das doppelte Budget bekommen.

Es war aber sehr schwer. Wir wurden nach der POTENTIALe 2015 zum Bürgermeister zitiert um unser Budget rechtfertigen. Wir erklärten dann, dass wir die Veranstaltung in Zukunft nur machen können, wenn wir das doppelte Budget bekommen. Argumentiert haben wir mit den üblichen wirtschaftlichen Zahlen wie Übernachtungen und was es der Stadt bringt. Wir hatten natürlich keine aktuellen Statistiken aber wir haben gut argumentiert. Wir hatten eine Statistik von 2013 die wir einmal ausgewertet haben. Anhand dieser Ergebnisse haben wir dann hochgerechnet. Es gibt seither keine Zahlen mehr. Heuer wird allerdings von der FH Kufstein wieder eine Studie gemacht, wo Besucher und Aussteller befragt werden und die Ergebnisse dann ausgewertet werden. Leute wie der Bürgermeister wollen natürlich alles in Zahlen, in grünen Zahlen nämlich, vorgelegt bekommen. So sehr uns aber der Bürgermeister für verrückt erklärt – »diese kreativen Mädels, die immer Dinge machen, die ich nicht verstehe« – er ist ein extrem intelligenter Mensch, kennt sich aber in diesem Bereich einfach nicht aus. Im Endeffekt haben wir gewusst, dass uns nichts passieren kann, weil der Bürgermeister weiß, wie sehr Feldkirch die ArtDesign braucht. Er versteht dann eben schon, dass gewisse Veranstaltungen Besucherinnen und Besucher von außen nach Feldkirch bringen, auch vom Dreiländereck. Andere Veranstaltungen wie das Weinfest oder das Gauklerfest sind wiederum eher was für die Einheimischen. Ihm ist es aber ganz wichtig, dass wir auch die Einheimischen abholen. Es gibt Besucherinnen und Besucher, die aus Feldkirch oder Vorarlberg kommen, die uns mittlerweile als elitär, abgehoben, zu avantgardistisch sehen. Wir sind der Meinung, dass diese Leute einfach nicht mehr unser Zielpublikum sind weil sich die Messe einfach weiterentwickelt hat. Es ist keine Kunst- und Antiquitätenmesse mehr bei der man immer alle Aussteller kennt. Wir versuchen, dass primär die jungen, kreativen AusstellerInnen eine Plattform bekommen. Du kannst nie alle Leute abholen. Die Gustav z.B., die würde mich nie abholen. Aber das muss sie auch nicht. Ich will kein Brathendl essen und mir dann ein Designerkleid mitnehmen. Die haben massig Besucher, von außen und von hier. Will ich die Masse kurzfristig mit einem Konzept abholen, das ein Ablaufdatum hat oder will ich aktiv und langfristig was im Stadtraum verändern?

Euer Konzept beinhaltet, dass das Festival nicht nur im Reichenfeld-Areal stattfindet, sondern dass es auch Satelliten in der Stadt gibt?

JB Genau. Wir haben uns entschlossen, dass die ArtDesign im Reichenfeld-Areal bleibt. Das hat immer sehr gut funktioniert. Wir fahren seit Jahren zur Möbelmesse nach Mailand und dort haben sich diese Satelliten auch mit der Zeit entwickelt. 3 Stadtviertel werden schon bespielt während der Messe. Die italienischen DesignerInnen haben sich irgendwann die Standmieten nicht mehr leisten können, da diese immer höher geworden sind. Sie haben dann angefangen, in ihren Garagen, Werkstätten oder Innenhöfen auszustellen. Immer mehr Designer haben diese Variante für sich entdeckt und auch Leerstände gesucht, um dort auszustellen. Mittlerweile gibt es eigene Organisationsteams, pro Stadtviertel eines. Der Messebeirat, Traugott Schneidtinger, fährt da ja schon sehr lang hin und hat diese Entwicklung aktiv mitbekommen. Da gab es ein extrem heruntergekommenes Industrieviertel, das mittlerweile DER Designdistrikt in Mailand ist. Klassische Gentrifizierung. Mieten sind unleistbar. Es gibt nur noch große Labels. Der ursprüngliche Charakter ist vollkommen verloren gegangen. Das sind für uns wichtige Themen gewesen. Alle Veranstaltungen in diesem Bereich, die funktionieren, die gehen in den Stadtraum rein. Wir waren mit der Messe zwar auch im Stadtraum, weil wir nicht irgendeine Halle am Rand bespielt haben, sondern das Reichenfeld-Areal. Aber wir mussten da noch mehr andocken, noch mehr in die Stadt reingehen und die Potenziale von Feldkirch aufzeigen.

Es gab auch ein Brainstorming – dabei hat sich jeder unabhängig voneinander überlegt, wie er

die Veranstaltung in 5 und 10 Jahren sieht.

Meine Kollegin, der technische Leiter und ich. Unsere Vorstellungen waren einander ziemlich ähnlich. Wir stellen uns vor, dass Leerstände in der Stadt Feldkirch bespielt werden und wir den Raum zur Verfügung stellen wollen. Wir stellen uns vor, dass es an verschiedenen Plätzen in Feldkirch, die sonst nicht genutzt werden, Installationen gibt. In diese Richtung ging das. Dann haben wir angefangen, diese Dinge zu formulieren und zu recherchieren, Leerstand zum Beispiel.

Ist Leerstand ein Thema in Feldkirch?

JB Wenn du jetzt bei der Stadt Feldkirch anfragst, werden sie dir sagen, dass es keinen Leerstand gibt. Du brauchst dann nur bei drei Personen weiterfragen und es gibt plötzlich einiges an Leerstand. Die Stadt besitzt auch selbst viele Räume, die leerstehen. Natürlich wollen sie das nicht kommunizieren.

Ich habe gerade einen Artikel über Leerstand in Vorarlberg gelesen. In dem steht, dass Feldkirch im Österreichvergleich sehr gut abschneidet.

JB Im Vergleich sicher. Aber die Stadt ist so winzig. Geh' mal durch die Neustadt, durch die Marktstraße – da ist überall Leerstand. In jedem Viertel.

Aber es gibt keine Aufzeichnungen darüber?

JB Nein. Wir hatten früher beim Stadtmarketing einen Mitarbeiter, der für das Standortmanagement zuständig war. Der hatte einen Überblick, weil er alle kennt. Sonst fühlt sich sonst niemand verantwortlich.

Ihr aber schon ein wenig...

JB Genau. Mein beruflicher Fokus war immer Stadtraumentwicklung und -gestaltung. Es gibt in Städten oft Büros oder Vereine, die sich mit Leerstand und Zwischennutzung beschäftigen. Dort kann man Leerstand melden. Ich finde das ist die Aufgabe einer Stadt, dass sie so etwas tun! Mein Chef Edgar Eller hat mir erzählt, dass die Stadt es nicht als ihre Aufgabe sieht, die Leerstände, die sie als etwas Negatives ansehen, zu promoten.

Es ist aber immer eine Frage der Auslegung. Wird der Leerstand als etwas Negatives, als „Unort“ gesehen oder kann es ein Potenzial für die Stadt sein, ein Möglichkeitsraum.

JB Mir war wichtig, dass wir den Leerstand thematisieren – egal wie. Wir haben ja hier in Vorarlberg auch eine extreme Vorreiterrolle, was dieses Thema betrifft. Somit sehen wir uns immer an, was es an Leerstand gibt. Unsere Veranstaltung kennt man, es ist eine hochwertige Veranstaltung. Deshalb hat auch jeder Vertrauen zu uns. Wenn KünstlerInnen oder DesignerInnen anfragen, haben die Eigentümer erst ein mal Angst, dass etwas kaputt wird, dass nicht aufgeräumt wird, dass Kosten entstehen. Wir sind da sozusagen gute Mittelsfrauen.

Ihr geht also selbst auf die Suche nach leerstehenden Räumen und fragt dann bei den Eigentümern wegen einer Nutzung an?

JB Genau, wir geht durch die Stadt und versucht dann die Besitzer herauszufinden. Zum Teil ist es aber auch so, dass Leute über einen Leerstand Bescheid wissen und zu uns kommen. Was die städtischen Leerstände betrifft, gibt es eine Vermögensverwalterin von der Stadt, die man kontaktieren kann. Anfänglich war auch das schwierig. Sie gibt aber mittlerweile Auskunft. Sie sahen letztes Jahr, dass es keinen Nachteil mit sich brachte – sie haben danach auch sofort Mietanfragen für die Objekte bekommen. In der Schlossergasse 3 gibt es 3 leerstehende Wohnungen. Ganz oben wohnt wer. Das gesamte Haus gehört der Stadt. Extrem schöne Altbauwohnungen. Wir durften dann 2 Wohnungen nutzen. In einer Wohnung ist mittlerweile ein Kreativverein drinnen. Die anderen 2 Wohnungen bekamen wir heuer wieder zur Verfügung gestellt. Am Bahnhof gab es auch eine Location, in der früher ein Admiral Sportwetten-Café drin war. Das stand auch leer und ist in städtischem Besitz. Das bekommen wir heuer auch nicht mehr, weil anscheinend wer reinkommt. Sie wollen das komplette Bahnhofsareal erneuern und im Zuge dessen kommt es der Stadt sehr entgegen, dass es da einen neuen Mieter gibt. Das ist allerdings nicht Sinn der Sache. Wir sehen es nicht als unsere Aufgabe, das Mietgeschäft anzukurbeln. Unsere Aufgabe ist primär aufzuzeigen, dass es die Räume gibt, wir brauchen nur die Nutzer dafür. Es gibt keine Uni in Vorarlberg – es gibt also den studentischen Markt nicht. Es gibt nur die Fachhochschule und das ist ein völlig anderer Markt. Die meisten FH-Studenten wohnen während der Studienzeit zuhause, weil sie sich keine Wohnung leisten können. Das heißt es gibt keinen Bedarf an leistbaren Gastronomieangeboten und Wohnraum. In jeder Stadt, in der es eine Uni gibt, wird dieses Angebot gefordert und dann

kann dahingehend etwas entwickelt werden. Das heißt, unsere Aufgabe ist, dass wir die Creative Industries in Vorarlberg ansiedeln. Entweder zurückholen, wenn sie weggezogen sind oder wenn sie da sind, ihnen Möglichkeiten aufzeigen, damit sie endlich aktiv werden und sich vor allem untereinander vernetzen. Es gibt im Bregenzer Wald eine extrem kreative Szene, die sehr aktiv sind. Aber die sind halt hinter dem Berg und man kriegt es weniger mit.

Du kannst in Vorarlberg Leute fragen und sie kennen die ArtDesign nicht. Wie kann das sein? Die POTENTIALe bietet verschiedene Plattformen und kooperiert mit vielen Programmpartnern. Sebastian zum Beispiel. Er hat den Elternbetrieb geerbt: Das war früher eine Gärtnerei, die Glashäuser stehen noch. Er stellt jetzt in Frastanz mit dem Kollektiv »Glashus« diese Häuser zur Verfügung und veranstaltet dort Konzerte, Flohmärkte, etc. Man kann den Raum aber auch mieten. Wenn so wer Programmpartner der POTENTIALe ist, entsteht automatisch ein ganz anderes Netzwerk. Das ist auf jede Fall ein Grund, wieso wir das machen.

Wie findet ihr diese Projektpartner?

JB Beim Glashus war es z.B. so, dass Sebastian letztes Jahr bei der POTENTIALe war und uns gefragt hat, ob wir Interesse haben, mit ihm zu kooperieren. Er brauchte damals auch wen, der ihm bei seinem neuen Konzept unterstützt.

Letztes Jahr kam durch diese ganzen Programmpartner sehr viel neues, junges Publikum, das wir mit der Messe alleine nie erreicht hätten. Viele waren erstaunt, was die POTENTIALe bietet. Die ArtDesign hat also von der POTENTIALe profitiert und umgekehrt – weil ohne ArtDesign gäbe es keine POTENTIALe.

Wir entstand die Dauer von 3 Wochen – 21 Tage?

JB 21 Tage im Endeffekt dann, weil es sich gut anhört. Zu lang darf es nicht sein weil sonst das Interesse abreißt. Man kann das gut beim Designmonat Graz sehen. Es gibt eine Eröffnung und dann kann man während der 4 Wochen immer jederzeit zu der Veranstaltung gehen. Dann reißt die Energie ab. Wir dürfen es aber auch nicht zu kurz machen, weil dann ist es kein Festival. 3 Wochenenden sind also perfekt. Man kann es ab dem Eröffnungswochenende gut aufbauen bis zum Abschlusswochenende, an dem auch die ArtDesign stattfindet. Letztes Jahr war die ArtDesign mitten drin. Mit unserem Wissen vom Vorjahr konnten wir uns besser auf alles einstellen. Es kommt auch darauf an, wann die Programmpartner ihre Projekte machen.

Heuer gibt es das Stummfilmkino am Reichenfeld-Areal. Ein große, begehbar Kugel wird auf der Wiese installiert, in der es einmal in der Woche einen Film mit Live-Musik geben wird. Die Eröffnung des Stummfilmkinos wird die Eröffnung der POTENTIALe sein. Man braucht am Beginn ein Highlight.

Es ist erstaunlich, dass es nur einer einzigen Person bedarf, solche Dinge zu initiieren und damit andere Menschen zu aktivieren. Es gibt ja die These (im Buch „temporäre Räume“), dass temporäre Nutzungen primär aus einer Mangelsituation heraus entstehen.

JB Ich traue mich zu sagen, dass das in Vorarlberg nicht der Fall ist. Es gibt hier keinen Mangel an Räumen. Aber es benötigt die Menschen, die diese Möglichkeitsräume sehen. Im Kulturbereich ist hier so viel Geld vorhanden im Vergleich zum Rest von Österreich. Wo gibt es das, dass eine Person das ganze Jahr über 40 Stunden für ein Festival angestellt ist. Auch das Budget, das wir zur Verfügung bekommen ist unglaublich gut. Mir fällt in Vorarlberg auf: Wenn man Räume benötigt, wird nicht zuerst geschaut, welche existierenden Räumlichkeiten benutzbar wären, es wird gleich mal neu gebaut. Es gibt alle 2 Jahre die Vereinsmesse, auf der sich alle Vereine präsentieren. Die gehen nicht in vorhandene Räume, sondern stellen mitten am Reichenfeld-Areal ein Zelt um 40.000 Euro auf und stellen darin aus. Klassische Veranstalter kommen nicht darauf, Räume anders zu nutzen. Das machen tendenziell Leute, die solche Konzepte woanders gesehen haben.

Veranstalter gehen in Räumlichkeiten, die für Veranstaltungen konzipiert wurden. Wie auch Schüler in Schulen lernen und man in der Werkstatt Handwerk betreibt. Für viele ist es undenkbar, Räume zweckzuentfremden. Das ist auch eine Stärke der situativen Kunstfestivals.

JB Genau. Beispiel Bezau: die alte Säge oder die Remise des Wälder Bähnles. Da werden Konzerte veranstaltet, Vorträge finden statt. Da geht es aber eher drum: Ich habe eine geile Veranstaltung und bin auf der Suche nach einem speziellen Ort, weil das gut ankommt. Da gibt es einfach keinen Mangel. Ich könnte ja auch ins Festspielhaus in den Festsaal gehen. Sebastian z.B. vom Glashus ist vor Kurzem wieder nach Vorarlberg zurückgezogen und will das mit den Glashäusern machen und diese zur Verfügung stellen weil er sagt: In Frastanz ist nichts los, es gibt keine jungen Leute mehr, alle ziehen weg. Und die, die hierbleiben, bauen Häuser und kriegen Kinder.

Er sagt, dem muss man entgegen wirken und das geht nur, wenn man Räume zur Verfügung

stellt. Es geht wirklich darum: Es gibt diese Räume und die muss man aufzeigen, damit die Nutzer aktiv werden! In der Stadt ist es umgekehrt: Da gäbe es Millionen Nutzer und zu wenig Räume.

In der Stadt gibt es auch diese enorme Sättigung an Veranstaltungen. Im suburbanen/ruralen Raum hingegen ist es umgekehrt.

JB Aber das ist auch so ein Phänomen in Vorarlberg: Jeder kocht ein bisschen sein eigenes Süppchen. Da gibt es dann an einem Wochenende 5 Veranstaltungen und an den nächsten 3 Wochenenden keine. Es gibt aber eine neue Plattform: Wandeltreppe. Da kann man seine Veranstaltungen eintragen. In letzter Zeit wird die Vernetzung und die Kommunikation eh immer besser. Als ich damals nach Vorarlberg kam, hatte ich das Gefühl, das manche Leute glauben, ich nehme ihnen was weg. Mittlerweile kommen aber die Leute auf uns zu und wollen mit uns gemeinsam was machen. Man muss ihnen einfach die Angst nehmen und klarmachen, dass man sich gegenseitig befruchten kann und keiner keinem etwas wegnimmt. Der Gedanke, dass man gemeinsam mehr erreichen kann, ist auch so ein Leitthema der POTENTIALe.

Welche Hemmnisse gab es? Wie das Budget zum Beispiel.

JB Ich bin seit 2012 dabei. Und das größte Hemmnis ist paradoxerweise immer die Stadt. Sie sind einerseits unsere Auftraggeber, andererseits passt ihnen sehr viel nicht. Z.B. sollen wir alle Einheimischen abholen. Das ist für mich so ein ländliches Phänomen. Da kennt jeder jeden und die Filzschuheausstellerin geht dann zum Bürgermeister und sagt: »Die Jury hat mich nicht genommen, kannst du da nicht was machen?«. Wir bekommen dann einen Anruf vom Bürgermeister: »Die musst du schon nehmen, das ist ja meine Wählerin.« Das sind arge Hemmnisse. Man kann nie frei agieren, es muss immer dem Bürgermeister, dem Finanzstadtrat, dem ganzen Gremium passen. Es geht um parteipolitische Themen. Die Grünen stehen hinter der Veranstaltung, die Blauen glauben, wir werfen nur Geld aus dem Fenster und es kommt keiner. Die Schwarzen sehen immer den wirtschaftlichen Faktor. Aber trotzdem weiß der Bürgermeister ganz genau, was die ArtDesign der Stadt bringt und deswegen können wir uns dann doch sehr weit aus dem Fenster lehnen.

Er kennt sich aber einfach nicht im Kunst- und Kulturbereich aus und hat ein Problem damit, Experten zu vertrauen. Außerdem hat er ein extremes Augenmerk auf seine Wähler. Egal wer zu ihm kommt und irgend etwas beanstandet – wir müssen das ausbaden. Wir versuchen dann immer zu erklären: „Das waren zwei Leute von insgesamt 8.000-10.000 Besucher.“ Wir müssen uns dann rechtfertigen, wieso wir so arbeiten und wie wir arbeiten. Wir können nicht wegen zwei Menschen unser Konzept überdenken. Wir müssen hinter unserem Konzept stehen, sonst können wir unsere Arbeit nicht machen.

Letztes Jahr war es tatsächlich so, dass wir zum Bürgermeister zitiert wurden und er uns gefragt hat, was wir denn da eigentlich machen. Wir brauchen nicht glauben, dass wir unsere Visionen verwirklichen dürfen und sie sind der städtische Förderverein sondern wir machen das im Auftrag der Stadt. Ab jetzt müssen wir alle Inhalte vorher an ihn kommunizieren und er segnet dann alles ab und entscheidet, ob wir das machen dürfen oder nicht.

Ich habe dann Anfang dieses Jahres meinen ersten Aktenvermerk schreiben müssen, wo drinnen steht, was wir dieses Jahr alles vorhaben. Ich habe ihm das dann geschickt und nie eine Antwort bekommen. Ich weiß nur von meinem Chef Edgar Eller, dass eh alles passt.

Ich schicke ihm seither einfach immer alle Infos, damit er weiß was wir machen und uns nichts vorwerfen kann. Aber ich weiß genau, dass wir am Tag nach der Veranstaltung – manchmal auch am gleichen Tag – wieder ins Büro zitiert und kritisiert werde. Letztes Jahr war es sehr schlimm für mich, dieses Jahr weiß ich, was auf mich zukommt.

Der Finanzstadtrat schaut immer auf die Zahlen – wenn es rote Zahlen gibt, hat er was gegen uns in der Hand. Letztes Jahr gab es natürlich rote Zahlen, weil wir für das Festival das selbe Budget hatten wie davor nur für die Messe. Aber ein Problem war auch, dass wir letztes Jahr bis Juli keine Werbung machen durften, weil der Finanzstadtrat gemeint hat, dass gar nichts geschehen darf, solange er die Veranstaltung nicht genehmigt hat. Deshalb konnten wir auch nicht um Förderungen ansuchen. Und aufgrund der Kurzfristigkeit braucht man auch immer mehr Geld. Je langfristiger du planen kannst, desto besser kannst du strukturieren und Dinge günstiger bekommen.

Heuer bekommen wir eben das doppelte Budget von letztem Jahr, soviel eben mehr, wie wir damals über dem Budget waren. Ich lege dann Edgar das Budget vor, er sieht sich das an und schickt es an den Bürgermeister weiter. Meistens muss ich dann nochmal hin. Ich hab ihm dann erklärt: Wenn ihr das Budget nicht vergrößert, dann gibt es folgende Dinge nicht mehr. (Aufzählung). Dann ist man darauf eingegangen.

Sonst noch Hindernisse?

JB Anfänglich die Gustav-Messe. Das haben wir dann aber sehr schnell als Bereicherung gesehen. Aufgrund der Gustav haben wir anfangen müssen, unsere Inhalte und Formate zu hinterfragen. Sind wir noch am Puls der Zeit?

Was auch sehr schwierig ist, ist das Thema Kommunikation. Das ist nach wie vor eines unserer größten Hindernisse. Es geht noch nicht ganz auf.

Inwiefern?

JB Wenn man sich die Formate und die Drucksorten so ansieht, müsste man doch meinen, dass jeder kommen will. Sowas gibt es sonst nicht hier. Wir haben aber eine sehr schlechte Kommunikationsabteilung hier im Stadtmarketing und die Inhalte werden sehr schlecht nach außen kommuniziert. Es gibt Bregenzer, die die ArtDesign nicht kennen, die POTENTIALe schon gar nicht. Zum Teil verstehen es die Leute auch nicht. Ist die POTENTIALe die neue ArtDesign oder gehört das zusammen. Es ist extrem schwer, dass das bei Einzelnen ankommt. Jeder, der sich neu über uns informiert, versteht das Konzept. Aber Leute, die die ArtDesign von früher kennen und seither nie mehr dort waren, weil es langweilig geworden ist, die die noch gar nichts von uns mitbekommen haben und Leute aus z.B. der Schweiz sind ganz schwer zu erreichen.

Wir arbeiten jetzt mit einer Agentur aus St. Gallen, die uns massig viel Geld kostet. Wir investieren weil das genau unser Zielpublikum für die Messe ist. Sie interessieren sich für Kunst- und Kultur, sie sind kaufkräftig – das ist wichtig für die AusstellerInnen. In Vorarlberg arbeiten wir mit Medien zusammen, von denen wir wissen, dass sie unser Zielpublikum treffen. Ländle Magazin, Original, Vlow, FAQ im Bregenzerwald. Das alles ist extrem viel Zeitaufwand, wir sind aber Vollzeit mit der Organisation beschäftigt.

Aber ihr habt jetzt eine PR-Frau von September bis November?

JB Genau, aber sowas bräuchte es das ganze Jahr über. Es ist wichtig, das ganze Jahre immer wieder kleine Impulse zu streuen, damit man nicht in Vergessenheit gerät. Es funktioniert nicht mehr so wie früher, als du 14 Tage vor der Veranstaltung Folder aufgelegt hast. Man ist ja komplett reizüberflutet und sieht jeden Tag hunderte Plakate. Du musst die Leute abholen, die sich die POTENTIALe nicht gleich in den Kalender eintragen, weil sie kommen wollen. Natürlich gibt es viele Kurzentschlossene.

Was ist die genaue Aufgabe der Agentur in der Schweiz?

JB Wir machen heuer mit ihnen gemeinsame eine Sonderausstellung über einen sehr bekannten ostschweizer Textildesigner – Martin Leuthold. Wir könnten auch einfach Folder auflegen in der Schweiz aber es wird nichts bringen. Die Grenzen sind zu stark. Man fährt nach Vorarlberg um einzukaufen. Aber man konsumiert keine Kultur hier.

Die Agentur wirbt jetzt also über diese Ausstellung für uns. Sie machen eine eigene Plakat-kampagne, arbeiten mit verschiedensten Medien und Pressestellen zusammen und gehen davon aus, dass – weil jeder diesen Künstler kennt – das fruchtet.

Bei Facebook z.B. da musst du ständig dran bleiben, aber man schafft es selbst einfach nicht. Ich komme aus dem Urlaub zurück und muss erstmal 150 Emails beantworten. Für einen kreativen Facebook-Post brauchst du einen kreativen Kopf. Wenn das Festival klein ist, kannst du das alles selber machen. Aber ab einer bestimmten Größe geht das nicht mehr. Es geht darum, Geschichten zu vermitteln. Ich könnte jetzt z.B. posten, dass du hier bist und die POTENTIALe gerade interviewt werden, weil wir ein gutes Beispiel sind für Kulturfestivals im ländlichen Raum. Wäre ein super Post, ich hab aber einfach keine Zeit dazu. Und 4 Vollzeitan-gestellte lässt das Budget nicht zu.

Deshalb gibt es jetzt den Plan, da steht auch Edgar dahinter, dass wir – es gibt mehrere Veranstaltungen, bei denen die Kommunikation nicht wirklich funktioniert – ein Kommunikationsteam aufbauen, das das ganze Jahr über diese Geschichten vermitteln.

Die Kommunikation ist also wirklich eines unserer größten Mankos. Der Inhalt kann noch so gut sein, wenn es keiner mitkriegt.

Ein Hemmnis am Anfang war dann noch – wie du erzählt hast – die Entwicklung des Konzept, weil es vorher noch nichts Vergleichbares gab und man die eigenen Vorstellungen einmal ordnen muss.

JB Entwicklung im Live-Betrieb ist sehr, sehr schwierig. Wir haben vorgeschlagen, dass wir 2015 pausieren und erst 2016 starten, aber das wurde uns untersagt. Es würde dann so wirken, als wenn wir das Festival nicht hinbekommen hätten.

Das Budget ist natürlich auch immer ein Hindernis. Auf der anderen Seite sehe ich das mittlerweile auch entspannter. Man ist dadurch viel kreativer und auf Netzwerke angewiesen und auf Tauschen. Das ist eh die Zukunftsmusik. Es kann immer vorkommen, dass dir die Stadt das Budget kürzt oder streicht. Dann muss man Alternativen haben. Wenn du dann aber ein

gutes Netzwerk hast, dann kannst du trotzdem was auf die Beine stellen. Dann kriegt der etwas von dir und umgekehrt.

Es gibt 2 Vollzeitarbeitsstellen. Wer arbeitet sonst alles am Festival mit?

JB 2012, als ich angefangen habe, war ich 80% angestellt. 2013 hat man mich dann 100% angestellt und meine Kollegin 70%. Seit 2016 gibt es 2 100% Stellen das ganze Jahr. Letztes Jahr gab es noch 2 Praktikantinnen das ganze Jahr. 2016 wird es eine Praktikantin und eine PR-Frau September bis November geben. Es ändert sich jedes Jahr. Früher gab es Messeleitung, Messebeirat plus ein Mitarbeiter. Ab Sommer kam dann immer ein technischer Leiter dazu. Dann ging der Messebeirat in Pension und hat einen technischen Leiter gesucht, der auch den Beirat mitmacht. Dann waren wir das ganze Jahr über zu Dritt. 2015 gab es dann ganzjährig Messeleitung, Messebeirat, mich als Mitarbeiterin, 1 Praktikantin durchgehend und 1 Praktikantin zusätzlich ab Mai. Diese Jahre sind wir mit 2 Vollzeitstellen sehr gut besetzt. Das ist aber gut, weil ich nach dem Festival immer massig Überstunden habe, die ich unterm Jahr abbauen muss. Das ist dann super, wenn wer da ist. Wir haben beide im Sommer 4 Wochen frei. Eine Kollegin, die früher ein Praktikum bei uns gemacht hat, hat uns vertreten.

Es gibt außerdem 2 Texterinnen für das Magazin über den Sommer, auf geringfügiger Basis angestellt, die die Texte von den Ausstellern und Künstlern vorbereiten. Magdalena Türschter macht Grafik bei uns, ist angestellt beim Stadtmarketing. Presse war früher extern, jetzt intern. Technik: Der technische Beirat ist vom Messeleiter aufgebaut worden und hat das noch 2 Jahre gemacht. Letztes Jahr hat das aber schon nicht mehr gut funktioniert, da er zu viele andere Baustellen hatte. Anfang letzten Jahres stand ich dann ohne technischen Support da und hab mir überlegt, wie man das angeht. Den technischen Leiter braucht man nicht das gesamte Jahr über, da gibt es nur einzelne Fragen. Danach braucht es den für 200%. Extern kannst du dir so jemanden nicht leisten. Deshalb steht uns heuer ein technischer Leiter vom Montforthaus zur Verfügung. Der ist dort angestellt und steht uns das ganze Jahr über für Fragen zur Verfügung. In der heißen Phase – Standpläne zeichnen, Aufbauteams zusammenstellen, Licht-/Stromplanung – ist er dann primär für uns verantwortlich und delegiert alles an die Zuständigen weiter. Eine Person zeichnet die Pläne, eine Person hat sich um den Auf- und Abbau gekümmert bzw. hat das mit einer externen Firma geregelt. Das sind nochmal ca. 7 Leute, die die Meseswände aufbauen usw.

Die Leerstände werden nur gereinigt und das Licht muss funktionieren. Um alles andere müssen sich die Aussteller selbst kümmern.

Für das Stummfilmkino braucht es auch eine Betreuung, die sind alle extern und werden bezahlt. Es haben sich viele beworben, wir haben das ausgeschrieben. Dann benötigt man überall Einlasskontrollen, Infopersonal, Personal für die Mediacorner.

Programmpartner machen alles selbst und müssen selbst Personal stellen.

Gibt es ein Orientierungssystem?

JB Ja. Es gab letztes Jahr eine Zusammenarbeit mit einer externen Agentur. Der Entwurf sah dann die großen Ps vor, die in der Nacht leuchten. Dann sind wir aber draufgekommen, dass das nur in der Nacht funktioniert und nicht tagsüber.

Heuer gibt es wieder die Ps. Außerdem haben wir uns überlegt, dass es Fahnen gibt. Alte Textilien werden mit Siebdruck bedruckt. Wir schauen, dass wir das alles intern regeln weil ein externer Entwurf wieder so teuer wäre – obwohl es sehr notwendig wäre. Die Idee ist dann, dass eine StreetArt-Künstlerin Bodenmarkierungen macht. Es gibt auch einen Orientierungsplan, einen Stadtplan sozusagen, mit allen Terminen und Orten. Das wurde letztes Jahr auch extern gemacht. Dieses Jahr macht das die Grafiker selber, weil ich gerne einen handgezeichneten Stadtplan hätte.

Die Festivalzentrale ist dieses Jahr im Montforthaus und wird groß kommuniziert. Da sollen die Besucher dann hingehen und sich erst einmal gut informieren.

Ihr arbeitet auch mit der Uni Liechtenstein beim Format „Lost Places“ zusammen?

JB Genau, wir stellen den Studenten Raum für ihre Projekte zur Verfügung. Die Uni Liechtenstein hat eine Studie über Feldkirch und den öffentlich Raum gemacht. Die stellen das Projekt über Feldkirch heuer aus. Es gibt wieder 2 Wohnungen und das EG im Palais Liechtenstein.

Heuer gibt es auch noch die Turnhalle. Die gehörte früher der Stadt. Jetzt entsteht ein neues Stadtviertel. Die Turnhalle ist denkmalgeschützt. Im Turm gibt es eine Wohneinheit und dann gibt es noch einen Raum. Insgesamt ca. 200m².

Es gibt dort ein Nähcafé, Studenten stellen aus, einen Garten gibt es, wir möchten gerne gemeinsam mit Flüchtlingen was machen. Danach wird es umgebaut. Ein Fotograf macht eine Sonderausstellung über Leerstände in Feldkirch. Der fotografiert seit 2007 Leerstände und stellt sie ihm Rahmen der POTENTIALe aus.

Habt ihr eigentlich auch Sponsoren bzw. andere Fördergeber als die Stadt?

JB Haben wir. Wir haben ein zu geringes Budget für das was wir vorhaben. Projekte wie das Feldhotel wären so nicht möglich. Die Feldstudie hat dann das Büro für Zukunftsfragen gesponsert. Bei der Kulturabteilung des Landes Vorarlberg haben wir die Förderung für das Feldhotel bekommen. Seit zwei Jahren bekommen wir außerdem eine Förderung der Wirtschaftsabteilung des Landes Vorarlberg. Wir kooperieren mit dem Land Vorarlberg beim LAVA-Award, der Gestaltungspreis bei der ArtDesign. Die Sparkasse Feldkirch ist historischer Hauptsponsor obwohl sie nur 2000Euro sponsern, plus 1000Euro für Bankomatleihgeräte. Hauptsponsor ist normalerweise minimum 10.000Euro. Von den Stadtwerken bekommen wir ein bisschen was. Sponsoren sind im Magazin. Firmen übernehmen oft Patenschaften für Aussteller, die einen ähnlichen Kontext haben. Wir versuchen dann auch, Aussteller und Firmen zu vernetzen. Für das Stummfilmkino gibt es einen Holzsponsor. Das Stummfilmkino ist auch nicht im Budget. Da zahlt einen Teil die Filmförderung vom Land. Ein Teil wird aus Alu gebaut, diese Teile sponsert eine Firma aus Nenzing, das Holz bekommen wir auch und die Raiffeisen will auch einsteigen. Was mir gerade noch einfällt: Ich bin seit diesem Jahr zuständig für den Bereich Quartiersentwicklung in Feldkirch. Weil wir mit der POTENTIALe dieses Thema aufgreifen und uns damit beschäftigen. Mit dem Projekt Feldhotel ist das Thema Quartiersentwicklung im Stadtmarketing aufgekommen.

Das macht wirklich das Stadtmarketing?

JB Ich sage schon lang, dass das Stadtmarketing einen anderen Namen brauchen würde. Es geht uns nicht darum, Blumenkästen aufzustellen und Trinkevents zu veranstalten. Es geht uns wirklich um die Quartiersentwicklung. Z.B. kommt man selten in die Vorstadt oder die Neustadt, man geht immer gleich in die Marktgasse. Wenn dann dort Veranstaltungen sind, dann läuft das unter Quartiersentwicklung und die bekommen von uns ein kleines Budget oder auch Infrastruktur. Durch diesen neuen Aufgabenbereich bekomme ich in der Stadt viel mit – was gefördert wird, wer wo anfragt und kann das wieder für die Potentiale nutzen und umgekehrt. Z.B. gibt es den Aktionsraum »Neustadt N25«, der über die Quartiersentwicklung um Förderung ansucht.

Gibt es konkrete Pläne, wie die Quartiersentwicklung weitergehen soll?

JB Es ist im Entstehen. Das könnte eine 80%-Anstellung sein. Dieses Thema Quartiersentwicklung ist wirklich nur aufgrund des Festivals entstanden und aufgrund des Feldhotels.

Gibt es ein aktuelles Leitbild von Feldkirch, in dem es um Stadtentwicklungsthemen geht?

JB Gibt es nicht. Das haben wir uns als Aufgabe gemacht. Ich habe mit Edgar schon sehr oft darüber diskutiert, dass es die Aufgabe der Stadt sein muss, diese Bereiche anzukurbeln. Aktuell machen wir das eben mit und es ist sehr schwierig, der Stadt zu vermitteln, wie wichtig das ist. Edgar Eller wäre zu dem Thema ein sehr interessanter Gesprächspartner.

Gibt es die Idee, das Format irgendwann auszubauen?

JB Das ist noch zu früh. Es findet ja erst zum zweiten Mal statt. Es ist noch alles im Wachsen. Mehr als 3 Wochen macht keinen Sinn. Was ich mir schon lange vorstellen kann ist, dass man das Format auf Vorarlberg ausweitet. Deshalb heißt es auch POTENTIALe, wir wollen uns das offen lassen. Frastanz ist dieses Jahr Projektpartner. Die Druckwerkstatt in Lustenau möchte gern Projektpartner werden. Vielleicht heißt es irgendwann POTENTIALe Vorarlberg – mit Programmpartnern. Man erreicht auf einmal ein ganz großes Publikum. Der Fokus soll aber bei den Themen und Inhalten bleiben, sonst verzettelt man sich und wird unglaubwürdig. Alle teilnehmenden KünstlerInnen, AusstellerInnen werden von einer anonymen Jury ausgewählt. Programmpartner kommen meist auf uns zu und wir entscheiden, ob es passt. Teilweise gehen auch wir auf sie zu.

Auch ein gutes Beispiel für Spuren ist der Aktionsraum N25 vom studio kollektiv, einem Architektenpärchen. Die haben den Raum privat von einem Pärchen aus Liechtenstein zur Verfügung bekommen. Sie wollten den Raum für Veranstaltungen öffnen, mit dem Ziel, auszuprobieren, was dort in den Raum am besten reinpassen würde. Sie wollten den Besitzer davon überzeugen, dass dort nicht einfach ein Büro reinkommt, sondern man zuerst auslotet, was das Neustadt-Viertel braucht. Durch die Bespielung und Nutzung des Raumes soll ausprobiert werden, was dort möglich ist. Eine Kunstaussstellung gab es, ein Schmuck Pop-Up-Shop. Wenn wer eine Ausstellung machen will, kann man das dort machen. Sie helfen auch mit. Die Drucksorten zahlt das Stadtmarketing im Zuge der Veranstaltungsförderung. Bei der Kommunikation helfen wir auch. Die Infrastruktur (Tische, Stühle, usw.) kommt auch von uns. Sie wollten dieses Projekt schon vor einiger Zeit machen und sind dann auf uns zugekommen, ob sie etwas im Rahmen der POTENTIALe machen können. Der Aktionsraum ist dann letztes Jahr mit dem Festival eröffnet worden. Vom Besitzer kam die Erlaubnis, dass sie den Raum bis Juni 2016 nutzen können und dann startet er mit dem Umbau. Es hat ihm aber so gefallen, was dort passiert, dass er bis Ende

2016 verlängert hat und deshalb ist der Aktionsraum dieses Jahr wieder Programmpartner. Da war sicher auch das Festival wichtig, damit die Leute von dem Projekt erfahren. Die Wexelstube in Feldkirch, auch ein Verein, ist auch heuer Programmpartner. Da wurde ein Raum angemietet und man kann ihn für verschiedene Zwecke anmieten. Der Verein wollte letztes Jahr schon Programmpartner werden, sie waren allerdings zu spät dran. Das sind Momente in denen wir feststellen, dass wir Spuren hinterlassen. Wenn Leute auf uns zukommen und sich beim Festival beteiligen wollen.

–

Interview

12.11.2016, 11:00–11:45

Aufnahme

Gesprächspartner

Mag. Edgar Eller

Geschäftsführer Stadtmarketing Feldkirch und Montforthaus

Ort

Montforthaus, Feldkirch

Ich schreibe meine Diplomarbeit über situative Kunst- und Kulturfestivals. Das ist eine spezielle Form des Formats „Festival“, die ich theoretisch definiere und mittels Fallbeispielen aufarbeite. Die POTENTIALe fallen in diese Kategorie. Merkmale sind zB: Leerstand nutzen, programmatische und räumliche Ausbreitung in der ganzen Stadt. Sie verlieren sich nicht in einer Art Fremddarstellung, sondern nutzen die räumlichen Ressourcen und Potenziale vor Ort. Diese sollen dann für unterschiedlichste Bevölkerungsgruppen durch das niederschwellige Format „Festival“ zugänglich gemacht werden. Situationen sollen geschafft werden, die den Alltag „verfremden“ um den Alltagsstrott zu unterbrechen.

EE Darf ich fragen, welche anderen Festivals noch in diese Kategorie fallen, damit ich weiß, wo Sie uns einordnen?

Es gibt zwei verschiedene Arten: privat initiiert oder von der Stadt initiiert. Beispiele wären die PERSPEKTIVEN ATTERSEE, das Rostfest in Eisenerz oder sommer.frische.kunst in Bad Gastein.

Mein Ziel ist, die Spuren dieser Festivals sichtbar zu machen und in weiterer Folge eine Argumentationsbasis zu schaffen, um zB politische Entscheidungsträgerinnen und -träger von den positiven Impulsen zu überzeugen ohne die Nüchternungszahlen an erste Stelle zu stellen. Oftmals sind die Spuren qualitativer Natur, Atmosphären, Mikro-Interventionen. Sowas kann man nicht messen – jeder nimmt diese anders wahr. Aber dieses Wahrnehmen ändert die Wahrnehmung der Stadt schon mal. Es war ja auch bei euch schwierig, das Messeformat „ArtDesign“ zum Festivalformat „POTENTIALe“ weiterzuentwickeln und damit das doppelte Budget zu benötigen.

Wie kann man solche Prozesse im Vorhinein so strukturieren, dass man sie von Beginn an sichtbar macht?

EE Wir sind eine Stadtmarketing-GmbH als Träger. Diese Tatsache war früher schon speziell für ein Messeformat. Es gibt sicherlich städtische Organisationen, die Messen machen. Das sind dann eher klassische Konsummessen. Es gibt bei uns zwei solche Messen: die Weinmesse „Vinobile“ – eine klassische Endverbrauchermesse – und die ArtDesign. Diese war früher eine klassische Kunst- und Antiquitätenmesse und als wir sie damals übernommen haben waren unsere Überlegungen: „Wenn das Stadtmarketing eine Messe macht, muss das etwas mit dem Thema Stadt zu tun haben“. Sonst gibt es keinen Legitimationsgrund, öffentliches Geld dafür zu investieren. Es sei denn es gibt so hohe Nüchternungszahlen, eine so hohe Umwegrentabilität damit man das mit den Besucherzahlen argumentieren kann. Es geht also sehr stark um Kreativwirtschaft, um Netzwerke bei der ArtDesign. Wir haben zwei Dinge gelernt: Das eine war, dass es nicht verstanden wird, wenn das Stadtmarketing so eine Messe macht, die sich für Kunst- und Kultur interessiert. Das ist vermutlich ein strukturelles Problem. Und das zweite war dann: Alles, was neben der Messe in Form des Rahmenprogramms passierte, irgendwann eine sehr große Dimension annahm. Außerdem wollten viele mitmachen, für sie passte aber das Messeformat nicht. Dann kam der klassische Wittgenstein'sche Satz: „Was keinen Namen hat, kann man nicht denken“. Hat es dann einen Namen, „explodiert“ es. Das Thema Stadtmarketing und Kreativwirtschaft, Kunst und Design und die Frage „Warum nimmt man uns das nicht ab?“ beschäftigt mich, seitdem ich die Verantwortung für Feldkirch habe seit 9 Jahren. Wenn man dann schaut, was Stadtmarketing in der Regel bedeutet, geht es in die Richtung „Halloween-Dekoration“ usw. Das heißt, man darf den anderen nicht vorwerfen, dass sie uns nicht ernst nehmen – es ist unsere eigene Zunft. Wir kommen aber aus einem anderen Auftrag heraus und das ist der Unterschied.

Wenn es also um die Frage geht, wie man Argumentationshilfe bieten kann, hat das für mich sehr viel mit der Frage zu tun: „Was bedeutet Stadtmarketing eigentlich oder was bedeutet es, eine Stadt zu entwickeln?“

→ *Bsp. Matrix*

Feldkirch gehört zu den kleinen Städten, die eher weniger bekannt sind und nicht extrem attraktiv. Aber solange die Infrastruktur funktioniert und die Städte genügsam sind ist das kein Problem. Man muss Städte nicht als Produkte vermarkten. Städte sind gesellschaftliche Produkte und solange sie nicht expandieren wollen könnte es halbwegs stabil funktionieren. Es gibt viele andere Rahmenbedingungen, die wir nicht beeinflussen können: Wie hoch sind die Mieten? Gibt es genug Wohnraum? Wenn aber diese Rahmenbedingungen halbwegs gut funktionieren, funktioniert auch die Stadt halbwegs gut.

Aber natürlich geht es in Wirtschaftsräumen wie den unseren dann darum, die Situation zu verbessern. Deshalb werden die meisten Stadtmarketing-Organisationen aus einem Mangel heraus gegründet – zu viel Leerstand, kein Tourismus etc. Es braucht jemanden, der uns vermarktet. Was würde aber passieren, wenn eine Stadt, die auf -/- steht, versucht, bekannt zu werden? (1) Sie wandert Richtung -/+. Das ist keine Verbesserung: Vorher war ich unattraktiv und keiner wusste es, weil mich keiner kannte. Nun bin ich noch immer unattraktiv aber jeder kennt mich jetzt und weiß, dass ich unattraktiv bin. Sehr vereinfacht skizziert natürlich. Der eigentliche Weg für Städte wie unsere muss dieser hier sein (2). Ich bin für eine kleine Gruppe, die mich kennt, hochattraktiv. Attraktivität ist hier nicht wie bei einem Kaufprodukt gemeint. Relevanz im Sinne von Anpassung. In den gesättigten Märkten, in denen wir sind, geht es viel mehr darum, dass ich mich selbst bestätige mit den Produkten, die ich kaufe. Wenn ich in eine Stadt gehe, geht es viel darum, mich selbst zu bestätigen. Ich gehe in Geschäfte oder Viertel, bei denen ich annehme, dass sie so wie ich ticken, dass sie mich verstehen. Es geht also um die Relevanz für mein Leben – für eine gewisse Gruppe. Würde Feldkirch Richtung (3) streben, wäre das unser Tod. Hier muss man die Massen bedienen und das ist budgetär gar nicht machbar.

Es gibt ja gerade das Thema „Bewerbung für die Kulturhauptstadt 2024“. Bedeutet das dann, dass die Städte, die sich dafür bewerben, Richtung (3) streben (müssen)?

EE Das ist natürlich der Traum der Touristiker. Natürlich erhofft man sich in diesem Jahr, dass die ganze Welt auf die Stadt sieht. Das ist aber das große Problem von Städten, die sich auf (3) fokussieren, bzw. die sich auf +/+ fokussieren. Die schaffen das dann in diesem Jahr vielleicht, weil sie das ganze Geld nur darauf aufwenden. Eigentlich ist der Verlauf - / - zu + / + der Prototyp einer schlechten Kulturhauptstadt. Das heißt sie gehen in diesem einen Jahr die gesamte Kurve nach oben. Dann bleibt aber am Ende nicht, weil der Wahrheitsbeweis fehlt. Also kann ich mich als kleine oder mittelgroße Stadt eigentlich nur in dem Feld (4) bewegen. Das ist natürlich ein Weg. Manchmal muss ich mich von etwas befreien, dass ich wieder Kraft bekomme. Es ist dynamisch. Aber diesen Quadrant kann ich bedienen. Hier kann ich die Wahrheitsbeweise liefern, egal wann ich in die Stadt komme.

Darum ist unser Ansatz für die Österreichische Kulturhauptstadt – sie wissen ja sicher bereits, dass sich das Rheintal bewirbt - ein kulturpolitischer Entwicklungsprozess. Wenn 2024 käme, wäre jetzt von unserer Haltung her die eigentliche Herausforderung 2025–2035.

Abschließend zur Grafik: Ich arbeite also an dem Produkt Stadt, an der Attraktivität Stadt. Dann kommt die Erhöhung der Bekanntheit automatisch. Wenn ich allerdings nur in die Kommunikation investiere, gilt der Spruch „Nichts macht ein schlechtes Produkt so schnell kaputt wie gutes Marketing“. Jeder wird darauf aufmerksam und merkt danach schnell, wie schlecht es eigentlich ist.

Das Problem am Begriff Marketing ist ja, dass dieses Feld immer auf Performance, auf Wachstum aus ist. Die situativen Festivals wachsen allerdings nur langsam, dafür qualitativ und langfristig.

EE Sie wachsen nicht kurzfristig, aber nachhaltig - um diesen Begriff wieder einmal zu strapazieren.

Das ist auch das Interessante bei solchen Festivals. Die PERSPEKTIVEN ATTERSEE wurden privat initiiert, haben aber gleiche Ziele und Konzepte wie Festivals, die eben z.B. vom Stadtmarketing initiiert wurden. Der primäre Unterschied ist das Budget, das bei privat initiierten Festivals quasi nicht vorhanden ist und bei öffentlich initiierten schon. Der Tourismusverein in Attersee bewirbt den Ort natürlich mit dem Festival, finanzielle Zuschüsse gibt es aber nicht.

EE Dadurch, dass unser Festival sicherlich die Genese hat, aber wir auch diese Haltung vertreten, sind wir in der glücklichen Lage, dass wir diese Möglichkeiten haben. Das kennen wir aus Kulturhauptstadt-Diskussionen. Das ist ein grundsätzlichen kulturpolitisches Dilemma seit

dem es das Kulturbudget gibt. Die öffentliche Kultur ist immer besser dotiert als die freie Szene. Feldkirch achtet da schon sehr lange drauf, dass diese Gelder gut verteilt werden. Feldkirch war so gut wie nie selber als Veranstalter aktiv sondern hat immer versucht, die freien Institutionen unterstützt. Wir haben immer gesagt, dass das die Experten sind, die haben das Herzblut und das was da ist, soll man unterstützen. Das ist eine Grundhaltung von Feldkirch. Deshalb tun wir uns leicht das aufzugreifen, weil diese Haltung da ist.

Ich erfahre immer öfters, dass solche Dinge funktionieren, wenn es einzelne, initiative Personen mit der richtigen Haltung gibt. Insofern ist auch schwer, eine Argumentation für politische Entscheidungsträgerinnen und -träger zu schaffen. Wenn jemand keinen Bezug zu solchen Dingen hat, keine ähnliche Haltung, wird er nur anhand von Zahlen zu überzeugen sein. Wenn wer im Gemeinderat z.B. selbst schon kulturell tätig ist, wird er wahrscheinlich schneller von so einem Format überzeugt sein.

EE Definitiv. Aber wenn es jetzt nur darum geht, was ich dem Bürgermeister empfehlen kann, ist das genau das, was Sie gerade skizziert haben. Ich brauche eine Haltung, ich brauche die passende Person dazu, ich brauche eine Liebe zur Stadt – die Stadt muss mir etwas wert sein – und Demut – nicht alles besser zu wissen. Dann ist nicht die erste Aufgabe zu sagen: „Mach ein Festival!“ sondern „Such dir so eine Person!“. „Schau in deiner Stadt, wem so einen Thema unter den Nägeln brennt!“. Es funktioniert einfach nur über die persönlichen Netzwerke. Wir mussten uns das Vertrauen der Kulturschaffenden wirklich hart erarbeiten. Das Manko liegt auf unserer Seite! Die Kulturschaffenden müssen uns vertrauen, dass wir sie nicht nur instrumentalisieren, sondern dass wir wirklich mit ihnen arbeiten wollen. Gleichzeitig müssen natürlich auch die Regeln definiert werden. Nur weil eine öffentliche Hand im Hintergrund ist, ist jetzt auch nicht der große Geldsegen da.

Messt, analysiert, bewertet ihr hier in Feldkirch die Effekte und Spuren des Festivals? Und wenn ja, wie? Geht es im Endeffekt wieder nur um Zahlen?

EE Also es gibt natürlich Kennzahlen. Wenn wir jetzt zum Beispiel merken würden, dass die Besucherkennzahlen jedes Jahr weniger werden, hätten wir trotzdem was falsch gemacht – bei aller Liebe zur Stadt. Die Anzahl der Netzwerkpartner müssten eigentlich kontinuierlich wachsen, ohne dass wir sagen, sie müssen jedes Jahr um 5% steigen. Dann müssten wir krampfhaft noch 2 Vereine suchen damit ich meine Kennzahlen erreiche. Aber wenn das Netzwerk stabil ist, knüpfen sich neue Initiativen an. Dann gibt es in diesem Bereich natürlich viele weiche Faktoren, bei denen ich ein großer Gegner bin, diese in Kennzahlen zu messen. Ich vergleiche das gerne mit der Musik. Die Qualität des Musikunterrichts misst sich sicherlich nicht an der Anzahl von Teilnahmen an Prima La Musica Wettbewerben. Das misst nicht die Liebe des Spielenden zu seinem Instrument. Aber gewisse Kennzahlen, die nur die Performance angehen, Ausstellerbefragungen. Weil wenn die kein Geschäft machen, fehlt uns die Budgetierung und dann können wir unsere Netzwerkpartner auch nicht mehr bedienen. Natürlich geht es auch ums Geld.

Ein Thema wäre noch die Quartiersentwicklung in Feldkirch. Die wurde ja erst durch das Rahmenprogramm der ArtDesign mit Feldhotel usw. thematisiert. Da hat man gesehen, dass man im Stadtraum etwas verändern kann. Und ihr als Stadtmarketing schafft jetzt eine Stelle dafür?

EE Erstmal geht es um die Kompetenzen. Da kommen wir wieder auf die Frage zurück „Was ist modernes Stadtmarketing?“. Wir sind vernetzt mit anderen Stadtmarketing-Organisationen in Österreich. Es gibt einen Dachverband, bei dem ich auch im Vorstand bin. Es gibt hier einen sehr engen Austausch mit den anderen und entwickeln uns so gegenseitig. Mittlerweile sind wir beim Stadtmarketing der 3. Ordnung angekommen – wir beginnen, an der Oberfläche zu kratzen. Die ersten Stadtmarketing-Organisationen sind aus dieser Bewerbung heraus gegründet worden. Dann kam die große Welle der „Events“. Feldkirch ist eine der ältesten Stadtmarketing-Organisationen in Österreich und wurde Mitte der 1990er-Jahre als GmbH gegründet. Wir haben also alle Wellen mitgemacht und haben so ein relativ breites Feld, das wir abdecken müssen. Man darf sich auch von nichts mehr trennen. Wir haben somit unseren Mittelalter-Markt, unser Gaukler-Fest, das Weinfest, den Weihnachtsmarkt. Man hat dann gemerkt, dass Events kein Allheilmittel sind weil sie ersten nur singular sind und die Stadt ganz oft nur als Kulisse nutzen. Ich habe dann aber primär Leute zu Gast, die auf diese Events kommen. Das auch ganz normal. Das Mind-Script der Besucher sagt: „Ich gehe auf diese Veranstaltung“. Sie fahren also in die Stadt, tauchen in den Mittelaltermarkt ein, konsumieren ihn und fahren wieder nach Hause. Bei Wochenmärkten ist das Mind-Script „Ich fahre in die Stadt einkaufen“. Es ist also ganz wichtig, mit welcher Intention jemand in eine Stadt kommt. Ist die Stadt nur Kulisse, bleibt nach dem Tag, dem Wochenende nichts mehr übrig. Das hat man also auch gelernt. Jetzt gehts es also mehr in Richtung „Lebensgefühl“ und um die Frage, was Stadt überhaupt noch ist, wenn durch die Digitalisierung die Dinge, die früher einfach zwangsläufig in der Stadt getan werden mussten, nicht mehr in der Stadt getan werden müssen. Die Digitalisierung wirft uns zurück zu der Frage, was

bleibt, wenn ich die Dinge, die ich früher tun musste, nicht mehr tun muss. Ich glaube nicht, dass gar nichts mehr übrig bleibt. Die Digitalisierung fordert uns nur heraus, uns auf unsere Kernaufgaben zu konzentrieren. Die gesellschaftliche Vergemeinschaftlichung, Kunst- und Kultur, der öffentliche Diskurs - Polis im klassischen Sinn letztendlich.

Jetzt gehts darum zu sagen, welche Werkzeuge man dafür benötigt. Wie kann eine Institution wie das Stadtmarketing im Zuge so einer Stadtentwicklung zu einem „Identitätsverhandler“ werden? Hier sehen wir uns. Wir beschäftigen uns sehr stark und seit Jahren mit dieser Frage. Kompetenz können wir in so einer Veranstaltung wie der POTENTIALe üben und das Netzwerk aufbauen und es im Laufe des Jahres weiterspielen und das auch mit dem baulichen Inventar zusammenzubringen.

Macht ihr einen Unterschied zwischen Menschen, die von außen kommen und Menschen, die hier wohnen? Das wirkt beim Format der POTENTIALe nämlich nicht so. Bei anderen Format merkt man es stärker. Es geht ja primär darum, die AnwohnerInnen einzubinden, damit sie sich nicht mehr in ihren Wohnungen isolieren sondern wieder aktiv am Stadtleben teilnehmen und ihre Alltagskultur pflegen.

EE Erstmal ist eine Stadt immer für die Menschen da, die eine Stadt ausmachen – ihre Bürgerinnen und Bürger. Eine Stadt ohne Bewohnerinnen und Bewohner ist keine Stadt, maximal ein Museum. Die Menschen machen auch den öffentlichen Raum, den Platz zwischen den Gebäuden. Der ist erstmal nur betoniert und erst die Menschen machen diesen (atmosphärischen) Raum. Was wir nicht machen: Wir haben bei uns in den letzten Jahren das Thema Tourismus im klassischen Sinn insofern umgedeutet, als dass es nicht mehr den „Tourist“ gibt. Es gibt Themen mit einer unterschiedlichen Relevanz und Reichweite. Manche sind so speziell, dass sie auch Leute von außen interessieren können. Ich habe eine unterschiedliche Reichweite meiner Kommunikation. Aber das Themenspektrum bezieht sich immer auf meine Stadt. Dann gibt es vielleicht auch Veranstaltungen, die auch für Außentstehende so attraktiv sind, dass es sich lohnt, nach Feldkirch zu fahren und sich zu fragen, was das Thema für mich und mein Leben zu bedeuten hat. Und dann gibt es Veranstaltungen, wo es eh nett ist, wenn wer von außen kommt. Aber so etwas Ähnliches gibt es wo anders auch. Der Mittelaltermarkt zB. ist total schön. Aber da gibt es zB kein Reiterturnier. Wenn ein Tourist, der 200 km weit weg wohnt, mit einem Zirkel einen Radius von 200 km um sich zieht, würde er vermutlich andere größere Mittelaltermärkte finden. Er denkt sich natürlich: „Wenn ich schon einmal auf einen Mittelaltermarkt fahre, nehme den größten mit Reitterturnier.“ Das heißt, ich muss die Relevanz des Themas darauf ausrichten, ob es sich lohnt, weit in eine Stadt zu fahren. Da sind wir wieder bei Fremdbild und Eigenbild. Es gibt Städte unserer Größe, die bezeichnen sich selbst als „Einkaufsstadt“. Erzähl mal einem Wiener, dass Feldkirch eine Einkaufsstadt ist. Das mag vielleicht für einen Frastanzer stimmen, der zum Einkaufen nach Feldkirch fährt. Aber ich bin keine Einkaufsstadt.

Das Festival bzw. davor die ArtDesign sind ja langsam gewachsen. Aber ist die Veranstaltung auch in ein langfristiges Entwicklungskonzept eingebettet? Es gibt den STEP 2007, der ist aber auch sehr oberflächlich.

EE Der letzte STEP war sehr baulich orientiert. Man hat natürlich auch das Kulturleitbild mit eingeklinkt. Generell ging aber eher um die Handelbarkeit „Was bedeutet es für meinen Straßenbau, wenn ...“. Die Stadt Feldkirch ist gerade in diesen Tagen dran, einen neuen Stadtentwicklungsplan zu starten. Letzte Woche gab es ein Hearing mit den Agenturen bzgl. Begleitprozess. Dieses Mal ist ganz stark der inhaltliche, gesellschaftliche Fokus im Vordergrund. Das ist zum einen dem wachsenden Wissen geschuldet, aber den Fragen, die wir gerade skizziert haben, „Was ist denn Stadt eigentlich?“. Wir als Stadtmarketing haben 2012 einen Workshop initiiert. Es ging um die Frage nach der Identität der Stadt. Eines der großen Themen in Feldkirch war der Humanismus. Diese Strenge konnten wir ausarbeiten. Es gab zum einen die Epoche. Feldkirch war im Mittelalter eine ganz wichtige Stadt und hat ganz viele Gelehrte hervorgebracht, Rheticus kam zB aus Feldkirch. Diese Haltung war enorm wichtig. Danach kam das Jesuitenkloster Stella Matutina, das ein Elitelymnasium war. Man spürt also das Bürgertum und die Frage des Humanismus nach einem gelingenden Leben. Was momentan in einer anderen Formulierung stark im Kommen ist Hartmut Rosa mit seinem Buch „Resonanz“. Er schreibt über Weltbeziehungen in einer beschleunigten Gesellschaft. Ihm gehts um Resonanz. Darauf baut eigentlich ganz viel in einer Stadt. Man kann ganz viele Dinge, die hier passieren, von einer Haltung heraus. Deshalb ist vieles hier möglich, das anderswo nicht möglich wäre. Das ist einer der Gründe, wieso man den STEP sehr inhaltlich aufbauen will. Es ist auch klar, dass wir mit unserem Thema und unserer Kompetenz stark mitwirken. Erstmals wird man das 2018 ausprobieren können, wenn Feldkirch 800 Jahre wird. Da geht es darum, ob man ein großes Fest macht, auf dem es um die Vergangenheit geht. Feiern wir uns selbst? Oder schauen wir auch ein wenig in die Zukunft und fragen sie, was die Themen sind, die auf uns zukommen. Dort werden wir Formate wie die Montforter Zwischentöne, die ja eine ähnliche Grundhaltung haben wie die POTENTIALe, und eben auch die POTENTIALe mit dem Thema Stadtentwicklung eingliedern.

Macht es also Sinn für die Stadt, diese Formate in einen längerfristigen Entwicklungsplan einzugliedern?

EE Die Legitimation unserer Arbeit können wir ja nur dadurch erlangen, indem wir in die Stadt eingegliedert sind. Wenn wir jetzt behaupten, dass Feldkirch so ist, wie wir das mit den Montforter Zwischentönen oder der POTENTIALe kommunizieren, und die Stadt würde etwas ganz anderes tun, wäre das Ganze ja nicht tragfähig. Es muss also mit der Haltung der Stadt zusammenpassen und umgekehrt. Ein Wochenende kann als singuläres Ereignis natürlich trotzdem funktionieren. Wir sagen aber, wir machen diese Formate, weil Feldkirch so ist. Dann muss das verwoben sein.

Die POTENTIALe dauern ja 3 Wochen. Ist es ein Ziel, dass man solche temporäre Projekte in etwas Dauerhaftes weiterentwickelt? Oder braucht es diesen Ausnahmezustand?

EE So eine Festival ist natürlich ein Ausnahmezustand. Früher gab es ein ganz klassisches Musikfestival, bei dem man davor durch die Stadt ging und Baustellen extra abgeräumt hat. Es braucht die Energie, die entsteht, wenn ganz viele Leute – auch von außen – zusammenkommen. Aber das, was wir als Netzwerk und Kompetenz aufbauen, das können wir über das ganze Jahr nutzen. Wenn zB ein Vermieter zu uns kommt und uns fragt, was er damit tun kann, können wir ihm durch einen Call helfen und in unserem Netzwerk fragen, wer den Raum zB für 2 Monate nutzen möchte. Deshalb baue ich solche Netzwerke und Kompetenzen auf. Nicht nur deshalb, damit ich während dem Festival eine tolle Zeit habe. Wenn dann diese Bespielung über einen längeren Zeitraum hinweg geht, hat das natürlich nicht dieselbe Strahlkraft.

Kommuniziert ihr auch, dass man mit nicht genutzten Räumen zu euch kommen kann?

EE Es gibt 2 leerstehende Häuser. In der Neustadt ist das N25 und die Wechselstube. Die sind während der POTENTIALe entstanden, weil sie gemerkt haben, dass das die Zeit ist, wo so etwas funktionieren kann. Den Plan gab es schon länger, die machen das nicht uns zuliebe. Aber sie nutzen den Rahmen als Katalysator und bleiben dann aber.

