

**made in...**

**1. – 17.4.2011**

## Die Kultur- und Kreativlandschaft Nürnberg Fürth Erlangen Schwabach

### >> Das Konzept

Was haben der Taxifahrer und die Grafikerin mit der Verdi-Oper zu tun und Industriebranchen mit Künstlern auf Ateliersuche? Welche Bedeutung haben die Kultur- und Kreativorte für die kulturelle Identität von Städten und ihren Menschen, wer definiert, was „kreativ“ ist und warum begegnet man im Alltag mehr Kunst und Kultur als man denkt? Wie wirkt sich Stadtplanung auf das kreative Potenzial einer Stadt aus, wo findet man die „Kreative Klasse“ in unserer Region und wer zählt dazu? Dies sind nur einige Fragestellungen von vielen, denen sich das Projekt *made in...* der Arbeitsgemeinschaft „Kultur im Großraum Nürnberg, Fürth, Erlangen, Schwabach“ im April 2011 widmen wird. \_

Die Kultur- und Kreativwirtschaft erfährt in Deutschland derzeit eine hohe öffentliche Aufmerksamkeit. Das verstärkte Interesse der Wirtschaftspolitik an der sogenannten „Kreativen Klasse“ manifestiert sich nicht zuletzt in auf Bundes- und Landesebene in Auftrag gegebenen Kultur- und Kreativwirtschaftsberichten: Kultur und Kreativität sind treibende Kräfte wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Innovationen. Um kreative Prozesse ermöglichen und ihre gesellschaftliche Funktion erfüllen zu können, benötigen Kunst und Kultur adäquate Rahmenbedingungen. In Zeiten schwindender Kulturbudgets soll der Frage nach der Bedeutung und dem Wert von Kunst und Kultur für die Entwicklung unserer Gesellschaft – ideell und materiell – nachgegangen werden. Dabei soll auch der notwendige öffentliche Diskurs angestoßen und begleitet werden. Ziel ist es, die kreativen Köpfe, kreativen Orte und kreativen Prozesse im Städtegroßraum sichtbar zu machen.

Wirtschaftliche Zusammenhänge sollen thematisiert und die starke Durchdringung von Kultur, Kreativität und Alltag erlebbar werden. Darüber hinaus soll die Zusammenarbeit von Kunst- und Kulturschaffenden auf der einen Seite und dem Bereich der Kreativwirtschaft auf der anderen Seite angeregt und verbessert werden, um in neuen Netzwerken Chancen zu ergreifen und für beide Bereiche Nutzen zu bringen. \_

Die kulturelle Identität, die „Kreativlandschaft“ des Städtegroßraums Nürnberg, Fürth, Erlangen, Schwabach, wird geprägt durch eine Vielzahl von Künstlerinnen und Künstlern sowie Kunst- und Kultureinrichtungen und eine bis heute noch nicht vollständig bekannte und erfasste Zahl von Kultur- und Kreativ-(Kleinst-)Unternehmern aus den Bereichen Musik, Journalismus, Tanz, Bildende Kunst, Film, Games, Design, Architektur, Schauspiel, Fotografie, Text, Illustration u.v.m. Tagtäglich setzen sie hier Trends, schaffen neue „Kunstwerke“ und entwickeln innovative Ideen.

*made in...* wird sich auf die Suche nach der bekannten aber vor allem auch der eher unbekannteren kreativen Szene und ihren Akteuren begeben, sie aufspüren und präsentieren. Die Bevölkerung wird dabei eine aktive Rolle einnehmen und auf teils ungewöhnliche Weise mit den Kreativen in Kontakt treten. Ob Moving-Conference, Performance, Ausstellung, Blind Date, Tanztheater, Interaktion oder Installation – das Großraumprojekt stellt die kreativen Menschen in Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach in den Mittelpunkt. \_

Das Konzept basiert auf drei Säulen:

**Städteübergreifende Veranstaltungen und Projekte** lassen den Großraum als Kultur- und Kreativitätsraum zusammenwachsen und werden dazu anregen, das kreative Potenzial auch jenseits der jeweiligen Stadtgrenze zu erkunden. \_

**Städteeigene Veranstaltungen und Projekte** werden die unterschiedlichen Facetten, Sichtweisen und Definitionen von Kreativität in unterschiedlichen Kontexten zum Thema machen und sich dabei auf die jeweils eigenen urbanen Besonderheiten, wie sie für die vier Städte jeweils identitätsstiftend sind, konzentrieren. \_

Eine Internet-Plattform zur Präsentation und Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft des Großraums unterstreicht als **nachhaltiges gemeinsames Modellprojekt** nicht nur den innovativen Ansatz des Großraumprojekts, sondern wird auch über den Projektzeitraum hinaus einen Akzent in der Kultur- und Kreativlandschaft des Städtegroßraums setzen.

## >> Das (geplante) Programm in Fürth

Fürth geht in seinen Projekten und Veranstaltungen vorrangig zwei Aspekten nach. Gefragt wird, wie Orte durch Kunst und Kultur umdefiniert werden können. In einem leer stehenden Gebäude entsteht ein temporäres Kultur- und Kreativ-Kontor, in dem sich die lokale Kreativszene mit unterschiedlichen Programmformaten präsentiert. Darüber hinaus werden in der Stadt Un-Orte durch Kunst mit neuer Bedeutung aufgeladen. Der zweite Schwerpunkt beschäftigt sich mit den zahlreichen Bezugspunkten und Wechselbeziehungen von Wirtschaft und Kultur. Mit künstlerischen Mitteln rücken diejenigen Akteure ins Scheinwerferlicht, die zum Gelingen von Kunst und Kultur beitragen, üblicherweise aber nicht in diesem Zusammenhang wahrgenommen werden.

**„Let’s talk about money“ (Arbeitstitel)**

**Tanztheater**

***Do, 7. / Fr, 8. / Sa, 9. April 2011 // Ort: Kulturforum Fürth***

Geld: das letzte Tabu – Thomas K. Kopp (tanzspeicher würzburg) untersucht in der Auftragsarbeit „Let’s talk about money“ die ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft im Kulturbetrieb und thematisiert die vielfältigen Verflechtungen von Kunst und Geld. An einer künstlerischen Produktion sind jeweils zahlreiche Personen beteiligt, ohne deren Zutun eine Realisierung der künstlerischen Arbeit nicht möglich wäre. Die in diesen Prozess eingebundenen Menschen und Firmen (vom Schauspieler über den Hotelier bis zum Gastronomen oder dem Taxiunternehmen) werden in einer repräsentativen Auswahl vorgestellt; sie kommen in „individuellen Finanztalks“ mit dem Publikum ins Gespräch. Kopp visualisiert das komplexe Geflecht von Abhängigkeiten und Verbindungen. Im Mittelpunkt steht die Persönlichkeit eines jeden Beteiligten, sein Leben und finanzielles Überleben im und mit dem Kulturbetrieb. Das gesamte Kulturforum wird zur Bühne: Büroräume, Lager, Hallen, Putzkammern und Garderoben werden bespielt. Der Zuschauer kann frei wählen, welchem Akteur er folgt. Er wird hier von der Position des „Bespielten“ in den Mittelpunkt des Abends gestellt – auf äußerst reizvolle Art wird ihm ein Mitspracherecht bei der Gestaltung seines Theaterabends eingeräumt.

**„Kreativzonen“ (Arbeitstitel)**

***2-3 Termine im Veranstaltungszeitraum // Ort: in Fürther Unternehmen***

Die Veranstaltungsreihe „Kreativzonen“ bringt Künstler und Kreative direkt in Fürther Wirtschaftsunternehmen. Die Vielfältigkeit der Vernetzung und des wechselseitigen Profitierens

von Wirtschaft und Kultur wird mit „Kreativzonen“ einmal mehr deutlich. Die Räumlichkeiten der indirekt an kulturellen Veranstaltungen beteiligten Unternehmen (angedacht sind z.B. Druckerei, Reinigungsfirma, Florist) werden so selbst einmal zur (temporären) Bühne für Konzerte, Lesungen oder Performances. So leistet diese Veranstaltungsreihe auch einen Beitrag zur kulturellen Bildung, indem sie Hemmschwellen und/oder Barrieren abbauen bzw. einreißt. Angestellte der gastgebenden Firma kommen so unmittelbar mit dem Kunden „Kultur“ in Kontakt.

**Kreativ-Kontor Fürth (Arbeitstitel)**

***Samstag, 2. – Sonntag, 17. April 2011 // Ort: N. N.***

Ein auf seine Umnutzung wartender Ort oder leer stehendes Gebäude wird für den Zeitraum des Großraumprojekts zum temporären Kreativ-Kontor und zugleich Fürther Festival-Zentrum. Eine beauftragte Projektgruppe (aus Angehörigen der Fürther Kreativbranche) entwickelt ein künstlerisches Gesamtkonzept für diesen Ort. Aktionen und Veranstaltungen im Kreativ-Kontor beleuchten das Festivalthema in unterschiedlichen Programmformaten. Die Projektgruppe präsentiert die Kultur- und Kreativwirtschaft in Ausstellungen und Veranstaltungen

Außerdem im KKF:

**„Kulturauflauf“ (Arbeitstitel)**

***(Samstag, 2. April 2011 // Ort: öffentlicher Raum, KKF)***

In einem großen „Kulturauflauf“ wird das Kreativ-Kontor Fürth eröffnet und eingeweiht. Im „Freien Spiel der kreativen Kräfte“ begegnen sich Fürther Kulturschaffende und Kreativkräfte zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort, um das kreative und künstlerische Potenzial der Stadt buchstäblich vor Augen zu führen. Denkbar ist auch eine Art „Parade“ von diesem Ort bis zum KKF. Angesprochen werden nicht nur freiberuflich Tätige und Beschäftigte in der Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern auch kulturelle Vereine und ehrenamtlich in diesem Bereich Tätige, sowie städtische Kulturinstitutionen.

**„Sammlung Mathildenstraße – Mit freundlicher Leihgabe“ (Arbeitstitel)**

***Samstag, 2. – Sonntag, 17. April (Ort: KKF)***

Die Künstlerin Anja Schoeller wird im Kreativ-Kontor „Lieblingskunststücke“ der Fürther ausstellen.

Hintergrund des Projekts ist die Diskussion um den Kunstbegriff: Wodurch definiert sich Kunst? Was macht ein Werk zu einem Kunstwerk? Wie kann man zeigen, dass uns Kunst und Kultur (fast) überall umgeben? Das Projekt thematisiert den subjektiven Wert von Kunst und Kultur für Alle – in Zeiten, in denen oft vom „Kaputtsparen der Kultur“ die Rede ist.

**„Kultur ohne Ende“ (Arbeitstitel)**

**(Samstag, 16. bis Sonntag, 17. April 2011, Ort: KKF)**

„Kultur ohne Ende“ bietet 24 Stunden Kultur non Stopp: Ähnlich einer Kulturbörse treten zahlreiche Kreative und Kulturschaffende, Kulturbetriebe und Vereine auf und präsentieren auf mehreren Bühnen ein 24-Stunden-Programm.

**„Orte aus dem Leben“ (Arbeitstitel)**

**Freitag, 1. – Sonntag, 17. April 2011 // Ort: Öffentlicher Raum**

Der Kulturpreisträger **Oliver Boberg** rückt diejenigen Aspekte der Stadt ins Visier, die oft aus der bewussten Wahrnehmung verdrängt werden. Die Aktion ästhetisiert subtil, aber schlagend und hinterfragt unsere persönlichen Kriterien für „schön“ und „hässlich“.

Durch die Wahl eines gerahmten Ausschnitts aus der Wirklichkeit wird Alltag zum Bild; die geschickte Platzierung eines weißen Rahmens in der städtischen Umgebung hebt die Bildhaftigkeit und die malerischen / kompositorischen Aspekte der ausgeschnittenen Wirklichkeit hervor. Diese Ästhetisierung abstrahiert den konkreten Ort. Am Abend steigert die filmkulissenartige Inszenierung diese Irritation; ein ansonsten vielleicht nur im Unterbewussten gespeicherter Ort erscheint durch die Beleuchtung neu, künstlich und atmosphärisch stark aufgeladen. Bei der Platzierung wird einer der Orte an einer gut frequentierten Stelle als werbewirksamer Eye-catcher aufgestellt. Die anderen „Bilder“ befinden sich im Bereich der Innenstadt in erlaubbarer Entfernung zueinander.