

Dokumentation

Generation Vielfalt – Jugendkulturen und Migration
Achter Theorie-Praxis-Diskurs – interkultur.pro

Veranstaltung am 30. Juni 2010 in Düsseldorf

Einleitung

Grüne Haare, aber kein Punk? Nietengürtel, aber kein Rocker? Die Vielfalt gegenwärtiger Jugendkulturen ist faszinierend – und gleichzeitig verwirrend für Außenstehende. Marketingstudien haben zwischen 400 und 600 unterschiedliche Jugendszenen und -stile ausgemacht. Was sind besondere Merkmale der verschiedenen Szenen, wie lassen sie sich unterscheiden und welche wesentlichen Entwicklungen sind zu beobachten? Der achte Theorie-Praxis-Diskurs¹, der am 30. Juni 2010 in Düsseldorf stattfand, hatte zum Ziel, einen genaueren Blick auf diese Szenen werfen, denn eine potenzialorientierte Kulturarbeit setzt die differenzierte Kenntnis der Szenen voraus.

Ein Schwerpunkt der Veranstaltung im Tanzhaus NRW war die Situation von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In das Blickfeld der Medien und der öffentlichen Diskussion geraten sie vor allem, wenn es um spektakuläre Gewalttaten, Zwangsheiraten oder antisemitische Vorfälle geht. Die einzigartigen Beiträge von Jugendlichen mit Migrationshintergrund zur Entwicklung der Jugendkulturen bleiben dagegen oft unbemerkt.

Zum Beginn des Theorie-Praxis-Diskurses begrüßte Bertram Müller, Leiter des Tanzhauses NRW, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und stellte das Tanzhaus vor. Die Einrichtung besteht seit mehr als 35 Jahren und war von Anfang an auch eine „Heimat für fremde Kulturen“. Interkulturalität prägt das Tanzhaus NRW bis heute, denn „Tanz ist ein unglaublicher kultureller Vermittler“, so Bertram Müller.

Das erste Referat hielt Klaus Farin. Der Journalist und Autor ist einer der Gründer des Archivs der Jugendkulturen in Berlin. Es sammelt authentische Zeugnisse aus den Jugendkulturen, aber auch wissenschaftliche Arbeiten, Medienberichte usw. und stellt diese der Öffentlichkeit in einer Präsenzbibliothek zur Verfügung. Klaus Farin gab Hintergrundinformationen zum Thema Jugendkulturen und zu Aktivitäten im Bereich „Jugendliche mit Migrationshintergrund“, u.a. zum Projekt „Culture on the Road“.

Die beiden anderen Projekte, die präsentiert wurden, sind im Ruhrgebiet angesiedelt und widmen sich der künstlerischen Ausbildung von Jugendlichen. Omid Pouryousefi stellte „X-Vision“ vor, eine Talentschmiede für junge Musik- und Tanztalente, die er gemeinsam mit dem Profitänzer Denis Saliou aufbaute. Das 2008 in Bochum gegründete Projekt wurde als eines der „Zukunftshäuser“ in das Kulturhauptstadtprojekt „Next Generation“ aufgenommen.

Ebenfalls in Bochum entstand URBANATIX, über das der Initiator und Projektleiter Christian Eggert berichtete. In einer ehemaligen Kirche werden junge Leute, die ihre artistischen Fähigkeiten auf der Straße entdeckt und entwickelt haben, von Profis trainiert und gefördert. Entstanden ist dabei unter anderem eine spektakuläre Show, mit Bikern, Breakdancern, Beatboxern und anderen jungen Artisten.

Die Moderation des Theorie-Praxis-Diskurses übernahm Tina Jerman, die auch das Konzept der Veranstaltung entwickelte. Verantwortlich für die Organisation war Gabriela Schmitt. Beide gehören zum Leitungsteam des Projekts *interkultur.pro*.

In der vorliegenden Dokumentation sind die wesentlichen Inhalte der Referate und Diskussionen zusammengefasst.



¹ Wesentliche Zielsetzung der Veranstaltungsreihe „Theorie-Praxis-Diskurs“, einem Modul des NRW-Programms *interkultur.pro*, ist es, Theorie und Praxis zu verbinden und im Austausch zu neuen Erkenntnissen zu gelangen. Einen kurzen Überblick zu *interkultur.pro* finden Sie am Ende dieser Dokumentation.

Jugendkulturen und Migration

Klaus Farin, Archiv der Jugendkulturen, Berlin

Im folgenden Text sind wichtige Aussagen von Klaus Farin zusammengefasst, ein ausführliches Manuskript ist auf der Internetseite www.interkulturpro.de zu finden.

Jugendkulturen

1. Die Medien: Fast alles, was wir über „die Jugend“ und deren Jugendkulturen wissen, wissen wir aus den Medien. Sie präsentieren uns jedoch nur einen kleinen – meist negativen – Ausschnitt von „Jugend“ (zudem mit oft haarsträubend schlecht recherchierten „Fakten“), den wir pars pro toto nehmen.

2. Die einst jungen Alten: Seit Sokrates heißt es über jede Jugend, sie sei respektloser, konsumtrotteliger, unpolitischer, unengagierter als die letzte – sprich: wir selbst. Dies ist jedoch mehr einer idealisierenden Glorifizierung unserer eigenen Jugendphase geschuldet. Nehmen wir als Beispiel die berühmten „Achtundsechziger“, die nachfolgenden Generationen seitdem als leuchtendes Vorbild vorgehalten werden: scheinbar eine ganze Generation auf den Barrikaden, politisiert und engagiert, Aktivisten einer politischen, sexuellen und kulturellen Revolution. In der Realität jedoch gingen damals nur drei bis fünf Prozent der Studierenden demonstrierend auf die Straße, und die *Bravo*-Charts verzeichnen als den mit großem Abstand beliebtesten Künstler jener Jahre *Roy Black*.

3. Die angepassten Jungen: Selbstverständlich ist die Mehrzahl der Jugendlichen konsumtrottelig, unengagiert und angepasst – schon allein deshalb, weil sie ihren eigenen Alten – uns – viel ähnlicher sind, als sie es selbst wahrhaben wollen. Schließlich ist es auch die Erwachsenenengesellschaft, die die Jugendlichen lenkt und ihre Möglichkeiten und Lebensbedingungen determiniert.

- Eine Gesellschaft, die Millionen Arbeitslose erduldet und schon 12- bis 14-Jährige dazu nötigt, sich Sorgen um ihre berufliche Zukunft zu machen, kann wohl kaum erwarten, eine rebellische Jugend heranzuziehen. Rebellion braucht Freiräume. Unter den heutigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hätte der Aufbruch der „68er“-Jahre niemals stattgefunden.
- Eine Gesellschaft, die Jugendlichen langfristig planbare Rahmenbedingungen und sichere Zukunftsperspektiven verweigert, kann kaum erwarten, dass Jugendliche selbst langfristige Lebenspläne, Engagements, Utopien entwickeln. *Sei flexibel!* heißt das Motto der Erwachsenenengesellschaft. Wenn Menschen in einem zentralen Bereich ihres Lebens, dem Arbeitsmarkt, immer wieder unmissverständlich bedeutet wird, nur steter Wandel garantiere ihnen eine Zukunft, so ist es kaum verwunderlich, dass sie diese Lehre auch auf andere Bereiche ihres Lebensalltags übertragen.
- Eine Gesellschaft, in der nicht Stahl und Automobile, sondern die Freizeitindustrie den Großteil des Bruttosozialproduktes erarbeitet, darf sich nicht wundern, wenn Jugendliche in der Tat massenhaft der ihnen von Erwachsenen verabreichten Droge Konsumrausch unterliegen und auf die Frage nach dem Sinn des Lebens antworten: „Spaß haben“.

Es sind stets Minderheiten, die sich in Konsumgesellschaften engagieren, die durch ihr Engagement aber zugleich die gesamte Gesellschaft entscheidend prägen und evolutionär verändern können. Diese Engagierten, diese Kreativen gibt es auch heute, auch und vor allem unter Jugendlichen. Glaubt man aktuellen Studien, sogar mehr als je zuvor. Die Zahl ehrenamtlich engagierter Jugendlicher steigt. Noch niemals in der Geschichte der Bundesrepublik haben so viele Jugendliche an Demonstrationen teilgenommen und diese sogar selbst organisiert, wie seit den Golf-Kriegen der Bush-Family: Jede/r zehnte Jugendliche heute hat nach eigenen Angaben schon mehrfach an Demonstrationen teilgenommen – gut doppelt so viele wie 1968ff.

Für viele Jugendliche sind Jugendkulturen der selbst gewählte Ort für ihr Engagement. Noch keine Jugendkultur zuvor – weder die Wandervögel noch die Hippies noch die Jugendzentrumsbewegung der 70er Jahre – hat beispielsweise so viele Jugendliche aktiviert wie HipHop, die derzeit weltweit führende Jugendkultur.

4. Die Stämme: „Die Jugend“ gibt es nicht. Stattdessen gibt es in Deutschland rund 14 Millionen Individuen, die sich jedoch zwecks gemeinsamer Freizeitgestaltung häufig in konformen Gruppen zusammenschließen: zu Szenen, (Sub-) kulturen, Cliques und Kameradschaften. Über 400 solcher mehr oder weniger real existierenden *künstlichen Stämme* hat die Industrie, die aus ureigenstem Interesse genauestens über jugendliche Realitäten und Trends Bescheid wissen muss, inzwischen gezählt und in Schubladen sortiert.

Nur rund 20 Prozent der Jugendlichen gehören diesen Jugendkulturen wirklich mit ganzem Herzen an. Doch rund zwei Drittel aller Jugendlichen sympathisieren mit (einzelnen von) ihnen, lassen sich durch die von Jugendkulturen transportierten Sprachen, Rituale und Images (Mode, aber auch Wertorientierungen) unmittelbar beeinflussen – nicht nur in ihren Konsumgewohnheiten. Die Angehörigen von Jugendkulturen sind „opinion leader“ ihrer Generation – schon deshalb lohnt es sich, einen genauen Blick auf diese zu werfen: Wer sich mit Jugendkulturen beschäftigt, lernt viel über die Mehrheit der Gleichaltrigen und die Gesellschaft im Allgemeinen.

Jugendkulturen sind in der Regel Freizeit- und damit freiwillige Gesinnungs- und Geselligkeitsgemeinschaften. Ihr Sinn ist eine Identitätsstiftung im doppelten Sinne:

- nach innen: Sie ermöglichen das Auffinden von Gleichgesinnten (vor allem durch das Outfit, aber auch durch die Frequentierung bestimmter Treffs) zur gemeinsamen Freizeitgestaltung.
- nach außen: Sie setzen Grenzen zur übrigen Gesellschaft, signalisieren durch ihren *Stil* (Outfit, Gesten, bewusste Arroganz ...) Erwachsenen, aber auch ungeliebten Gleichaltrigen: Du gehörst nicht dazu.

Jugendkulturen sind so Rückzugsorte, in denen die alltäglichen Anforderungen und Normen der Gesellschaft zurückgedrängt werden können. Sie sind in der Regel keine Aussteiger- oder ganzheitlichen Alternativweltmodelle (mehr), sondern Aus-Zeiten mit Rückkehr-Anspruch. Das „Anders-Sein“, das oft enorm Provokatorische, spielt sich fast ausschließlich auf der äußeren Ebene ab, nicht auf der Werte-Ebene.

5. Die Musik: Musik ist für viele Jugendliche, vor allem denen in Szenen, ein bedeutender Teil der Identitätsfindung. Jugendkulturen sind deshalb fast immer (auch) Musikkulturen. Dabei geht es nie nur um Melodie und Rhythmus, sondern immer auch um Geschichte, Politik, grundlegende Einstellungen zur Gesellschaft, die nicht nur die Texte und Titel der Songs/Tracks vermitteln, sondern auch die Interviews, Kleidermarken, nonverbalen Gesten und Rituale der Künstlerinnen und Künstler.

6. Die alten Jungen: Die Vielfalt der heutigen Jugendkulturen entsteht vor allem durch zwei Prozesse. Zum einen dadurch, dass nichts mehr verschwindet: Alle Jugendkulturen, die es früher gab, existieren heute noch: Sie sind vielleicht nicht mehr so groß, so bedeutend, so medienwirksam, aber sie leben. Und wenn man sich die großen Szenen der Gegenwart ansieht, stellt man schnell fest, dass mitnichten alljährlich neue bedeutende Jugendkulturen entstehen. HipHop zum Beispiel wurde bereits Anfang der 70er Jahre in New York geboren.

Die zweite Ursache für die neue Vielfalt an Jugendkulturen liegt in einem Stilprinzip, das sich seit den 90er Jahren als dominant herausgebildet hat: Crossover. Der ständige Stilmix, die Freude am individuellen Collagieren eigentlich unpassender Stilelemente zu immer neuen, bunteren (oder düsteren) Neuschöpfungen. Dies gilt sowohl für die Mode als auch für die Musik

7. Die Industrie: Jugendkulturen sind grundsätzlich vor allem Konsumkulturen. Sie wollen nicht die gleichen Produkte konsumieren und ihre Produkte nicht in der gleichen Art wie der Rest der Welt. Das bedeutet: Wo Jugendkulturen sind, ist die Industrie nicht fern. Der Prozess der Kommerzialisierung hinterlässt jedoch Spuren in dieser Jugendkultur, verändert sie gravierend. Die Erschließung einer kleinen Subkultur für den großen Markt erfordert eine Entpolitisierung dieser Kultur, eine Verallgemeinerung und damit Verdünnung ihrer zentralen Aussagen. Will man ein neues Produkt auf dem Jugendmarkt platzieren, muss es zunächst einmal auffallen. Es muss scheinbar noch nie Dagewesenes präsentieren und bei Erwachsenen Unverständnis auslösen. So paradox es auch klingen mag: Je rebellischer eine Jugendkultur ausgerichtet ist, desto besser lässt sie sich vermarkten.

8. Die Kreativen: Trotz aller Kommerzialisierung sind zumindest für die Kernszene-Angehörigen Jugendkulturen vor allem ein Ort des eigenen kreativen Engagements. Die Jugendlichen organisieren Partys, Festivals, Conventions und andere Events, sie produzieren und vertreiben Musik, sie geben derzeit in Deutschland mehrere tausend scene-eigene, nicht-kommerzielle Zeitschriften – sog. *Fanzines* – mit einer Gesamtauflage von mehr als einer Million Exemplaren jährlich heraus. Auch die jugendkulturellen Musikszene boomen. Noch nie gab es so viele Punk-, Hardcore-, Metal-Bands wie heute. Tausende von Jugendlichen produzieren Woche für Woche an ihren PCs Sounds – der einzige Lohn, den sie alle dafür erwarten und bekommen, ist *Respekt*. Und das ist mehr, als ihnen ein Großteil der Erwachsenenwelt zu bieten hat. Viele Erwachsene, klagen Jugendliche, sehen Respekt als Einbahnstraße an. Sie verlangen von Jugendlichen, was sie selbst nicht zu gewähren bereit sind, und beharren eisern auf ihre Definitionshoheit, was anerkennungswürdig sei und was nicht.

Leider haben immer noch sehr viele Jugendliche nicht nur in der hierarchisch verkrusteten und hauptsächlich auf Auslese orientierten Regelschule wenig Anlass und Chancen, Selbstbewusstsein zu erwerben. Viele fühlen sich schon mit 13, 14 Jahren „überflüssig“ in dieser Gesellschaft. Deshalb sind ihnen ihre „Szenen“ so wichtig: Hier können Jugendliche erleben, dass in ihnen noch etwas steckt, dass sie kreative Fähigkeiten haben, die ihnen ihre Umwelt selten zutraut – bis sie sich selbst auch nichts mehr zutrauen.

Jugendliche mit Migrationshintergrund

Die meisten Jugendkulturen sind auf den ersten Blick männlich und deutsch dominiert. Dennoch gibt es dort zahlreiche Migrantenjugendliche beiderlei Geschlechts. Über sie und über Jugendliche mit Migrationshintergrund generell existiert so gut wie keine Forschung und kaum ausgereifte und in der Praxis bewährte Konzepte für die (jugendkulturell orientierte) Pädagogik und die politische Bildung. Zum Gegenstand öffentlicher Auseinandersetzung werden vor allem deutsch-türkische und deutsch-arabische Jugendliche immer dann, wenn über besonders spektakuläre Serientäter („Mehmet-Syndrom“), über gewalttätige Jugendszenen („Die Gangs von Neukölln“), antisemitische Vorfälle, das Phänomen der Zwangsheirat, das Kopftuch oder die Burka berichtet wird.

Um einen vielfältigeren Blick auf die Migrantenjugendlichen in Deutschland zu werfen, der sich nicht auf eingefahrene Wahrnehmungsmuster beschränkt, ist eine bundesweite Grundlagenarbeit notwendig, die sich mit den kulturellen Codes beschäftigt, die differenzierte Ausprägung der Jugendszenen in Ballungsgebieten, Kleinstädten und auf dem Land dechiffriert und politische, gesellschaftliche, religiöse und kulturelle Einflüsse auf die Jugendlichen und deren Orientierungsmuster auch für Außenstehende nachvollziehbar macht. Diese gibt es bis heute nicht.

Auch die Sinus-Studie „Lebenswelten und Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland und NRW“ hat hier blinde Flecken.² Dass quasi die einzigen jugendkulturellen Anmerkungen der Studie bei der Beschreibung des „hedonistisch-subkulturellen Milieus“ platziert werden, deutet darauf hin, dass Sinus, wie schon in seiner (katholischen) Jugendstudie zwei Jahre zuvor, Jugendkulturen pauschal diesem Milieu zuschlägt und damit die kulturelle wie soziale Ausdifferenzierung von Jugendkulturen schlicht ignoriert.

Das Archiv der Jugendkulturen führte bereits 2006 eine qualitative Umfrage unter rund 90 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in Deutschland durch, die im Bereich Migrationsforschung arbeiteten. Das Ergebnis war zunächst beeindruckend: Es wurde eine Fülle verschiedenster Forschungsprojekte zum Bereich Migration benannt.³ Die Migrationsforschung ist also inzwischen ein großes Feld, aber die Verschränkung mit der Jugendforschung, im Besonderen mit der Jugendkulturforschung, hat nur ganz kleinteilig begonnen. Der Fokus liegt auf Bildungsressourcen, Bildungsabschlüssen und der Eingliederung ins Berufsleben, auf Spracherwerb und -umgang. Unter den 31 Antwortenden war keine Person dabei, die sich ausdrücklich mit dem Thema Jugendkulturen und Migrantenkulturen beschäftigt.

Projekt „Migrantenjugendliche und Jugendkulturen“

Im Rahmen des Archiv-Projekts zu Migrantenjugendlichen wurden exemplarisch auch Daten erhoben in Bezug auf Jugendliche aus der Türkei, aus arabischen Ländern, aus Ex-Jugoslawien, aus Russland/der UdSSR und – stellvertretend für die vielen, bei soziologischen Erhebungen oft übergangenen kleinen Migrantengruppen – aus Vietnam.⁴ Die 52 Interviewten verteilten sich auf ost- und westdeutsche Bundesländer. Einige Schlussfolgerungen aus der Untersuchung sind: Um einen realistischen Blick auf die Jugendkulturen von Jugendlichen mit Migrationshintergrund entwickeln zu können, reicht eine grobe Kategorisierung nach Herkunftsländern und -regionen nicht aus. Ein Rapper oder B-Boy mit Migrationshintergrund und ein Rapper oder B-Boy aus der Mehrheitsgesellschaft stehen sich in ihrer Alltagswelt näher als jeweils zu einem karriereorientierten Studenten ohne jugendkulturelle Freizeitinteressen aus ihrer eigenen Herkunftsgruppe. Die Zukunftserwartungen und -pläne der Jugendlichen konnten im Rahmen dieser Vorstudie nur am Rande gestreift werden. Deutlich wurde jedoch, dass diese in Deutschland liegen. Das Herkunftsland ihrer Familien spielt dabei nur ausnahmsweise eine Rolle.

So wie ein Großteil der Probleme, die Jugendliche mit Migrationshintergrund machen und haben, nicht aus den Herkunftsländern importiert, sondern „hausgemacht“ sind, so entscheidet auch die Mehrheitsgesellschaft, wie es weitergehen wird. Wie der Migrationsforscher Klaus J. Bade es treffend auf den Punkt brachte: „Ein Einwanderungsland wider Willen darf sich über widerwillige Einwanderer nicht wundern.“⁵



² Die Studie wurde u.a. von der Landesregierung NRW in Auftrag gegeben; sie war ein zentrales Thema der Theorie-Praxis-Diskurse 1 und 4. Eine ausführliche Darstellung der Studie wurde 2010 von der Landesregierung NRW herausgegeben, s.u. Fußnote 5

³ mehr dazu in der Langversion des Textes von Klaus Farin

⁴ weitere Informationen in der Langversion

⁵ Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Von Kult bis Kultur. Von Lebenswelt bis Lebensart. Sinus-Studie 2009. Düsseldorf 2010, S. 32 (http://www.kultur.nrw.de/de/home/mediadatabase/sinus_studie_2009.pdf)

*Klaus Farin präsentierte außerdem einen Film zu einem weiteren Projekt des Archivs der Jugendkulturen: Culture on the road. Es setzt bei dem an, was Jugendliche interessiert, Musik, Mode, die Freizeitwelt. Nach diesem Konzept werden seit 2002 bundesweit in Schulen, Ausbildungsstätten und Jugendhäusern Projektstage veranstaltet. Politische Bildung zu Rechtsextremismus, Rassismus und anderen intoleranten Einstellungen – auch unter Jugendlichen und in Jugendkulturen – wird mit Informationen über die Geschichte und Wurzeln der Jugendkulturen verbunden. Szeneangehörige vermitteln Ideen und Hintergründe, Stile und Ausdrucksformen ihrer Kultur, und die Jugendlichen haben in Workshops die Gelegenheit, Elemente der verschiedenen Szenen auszuprobieren.*⁶

Kein Interesse an Jugendszenen? – Nachfragen zum Referat

„Ist es bei Ihrer Arbeit schwierig, einen Zugang zu den Jugendlichen zu bekommen, zumal wenn sie unterschiedliche Herkunftskulturen haben?“, fragte ein Teilnehmer. Meist sei das kein Problem, sagte Klaus Farin. Die Mitarbeiter des Archivs kämen aus verschiedenen Ländern und gehörten oft selber den Jugendszenen an, die bei den Schulprojekten behandelt werden. „Nach unserer Erfahrung kommt man praktisch an jeden heran, denn die Jugendlichen sind positiv überrascht, wenn sich jemand für sie interessiert, ohne sie ändern zu wollen.“

Ein anderer Teilnehmer wollte wissen, ob die Mitarbeitenden von „Culture on the Road“ für den Job geschult werden. Das Team sei seit 2001 relativ konstant besetzt, die meisten Mitarbeitenden des Projekts seien Ehramtliche, für die Projektstage würden sie aber bezahlt, erläuterte Klaus Farin. „Alle wurden vor ihrem Einsatz in Didaktik und Methodik geschult, hinzu kommt ein Argumentationstraining. Außerdem organisieren wir für sie pro Vierteljahr ein bis zwei Fortbildungen.“

„Werden die Eltern über das Projekt informiert und um Erlaubnis gefragt?“, lautete eine weitere Frage. Eine Erlaubnis sei nicht nötig, so Klaus Farin, da „Culture on the Road“ Bestandteil des Schulunterrichts sei. Teilweise würden die Eltern durch die Schule über den geplanten Projekttag informiert. Gute Erfahrungen hat das Archiv der Jugendkulturen mit speziellen Angeboten für Eltern und – noch mehr – für Großeltern gemacht: „Die Großeltern sind immer häufiger für die Betreuung der Kids zuständig. Oft sind sie toleranter und haben mehr Zeit. Wir bieten ihnen zum Beispiel Rap-Workshops an und haben da eine gute Resonanz.“

Eine Teilnehmerin wunderte sich, dass so wenig öffentliches und wissenschaftliches Interesse an Jugendszenen besteht. „Für die Werbung zum Beispiel könnten Szenen als Zielgruppe sehr attraktiv sein.“ „Es gibt durchaus ein großes Interesse“, meinte Klaus Farin, „aber zahlen will keiner. Jugendliche und Kultur sind die Bereiche, wo zuerst eingespart wird.“ Allmählich entwickle sich aber mehr Bereitschaft, Untersuchungen zur Jugendkultur zu fördern, etwa bei Stiftungen. Neben der Finanzierung gebe es allerdings ein zweites Hemmnis: „Die traditionelle Forschung ist in diesem Bereich nicht geeignet. Man muss in einer Szene verankert sein oder sie zumindest gut kennen. Das ist bei den wenigsten Wissenschaftlern der Fall.“ Sobald es um die Kommerzialisierung von Jugendszenen gehe, etwa ihrer Musik oder Kleidung, würde durchaus Geld fließen, meinte ein Teilnehmer. „Zum Beispiel setzt die Industrie Trendscouts in den verschiedenen Szenen ein, um neue Produkte zu entwickeln und zu vermarkten.“ Klaus Farin teilte diese Einschätzung: „Wenn damit Geld zu verdienen ist, wird investiert und geforscht. Die 'Bravo' weiß mehr über Jugendliche als jeder Professor in diesem Land.“

⁶ mehr Informationen im Internet unter: www.culture-on-the-road.de

Wenn Visionen zu konkreten Chancen werden

Omid Pouryousefi, X-Vision, Bochum

Talente sehen, fördern, ausbauen: So lautet das Motto von X-Vision. Das X steht für die Pluralität, denn „jeder hat seine eigene Vision“, so Omid Pouryousefi. Er initiierte 2008 das in Bochum angesiedelte Projekt. Der Ansatz von X-Vision ist potenzialorientierte Kulturarbeit: Jugendliche werden bei der Ausbildung ihrer musikalischen und tänzerischen Fähigkeiten gefördert. Die Idee dazu hatte der Musikproduzent und DJ Pouryousefi schon vor längerer Zeit. „Früher habe ich bei einer Plattenfirma gearbeitet. Wir haben damals sehr viele Demotapes von jungen Musikern bekommen, die auf einen Vertrag hofften. Ich habe dann im Unternehmen vorgeschlagen, Kurse anzubieten, in denen junge Talente gegen Bezahlung professionelle Unterstützung beim Karriereestieg bekommen.“ Daraus wurde nichts, aber Omid Pouryousefi, inzwischen selbstständig arbeitend, verfolgte seine Idee weiter. Gemeinsam mit Denis Saliov, einem Tänzer, beantragte er eine Projektförderung im Rahmen der Ruhr2010. „Nachdem sehr lange keine Antwort gekommen war, haben wir uns gesagt: Starten statt warten.“ Die Stadt Bochum stellte in Bochum-Wattenscheid Räume zur Verfügung, in denen zwei Tonstudios und ein Tanzsaal eingerichtet wurden. „Die Zusammenarbeit mit der Stadt war und ist sehr gut und unbürokratisch.“ Schließlich kam auch noch eine Reaktion durch Ruhr2010: X-Vision wurde als eins der zehn Zukunftshäuser im Rahmen des Projekts „Next Generation“ ausgewählt.

Starkes Engagement – große Anerkennung

Ein kurdischer Jugendlicher, der Reggae macht; eine Gymnasiastin mit polnisch-marokkanischer Herkunft, die selber Songs komponiert und singt; ein Libanese, der sich anfangs für Rap interessierte und jetzt Funk-Musik produziert: Sie sind einige Beispiele für das aus unterschiedlichen Schichten kommende, multikulturelle und musikalisch vielfältige Team von X-Vision.

Grundsätzlich kann sich jeder zur Teilnahme am Projekt bewerben. „Interessierte Jugendliche melden sich telefonisch oder per Mail an, manche schicken auch direkt eigene Musikstücke per Mail. Dann wird ein Vorstellungstermin vereinbart. Wer in Frage kommt, hat einen Monat Probezeit, danach entscheidet eine Jury über die feste Aufnahme ins Team“, erläuterte Omid Pouryousefi das Verfahren. Eine Bedingung für die langfristige Teilnahme: Die Chemie in der Gruppe muss stimmen. Genauso wichtig ist Engagement: „Wenn jemand im ersten Monat oder auch später mehrere Wochen nichts produziert, fragen wir nach. Die Jugendlichen müssen ja vor allem Ideen entwickeln, für alles weitere stehen ihnen kostenlos Produzenten zur Verfügung.“ Es gibt viele Bewerbungen, aber nicht alle sind bereit, wirklich an sich zu arbeiten. „Und ohne Disziplin, Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit, auch über einen langen Zeitraum, geht es nicht.“

Inzwischen beteiligen sich etwa 60 Jugendliche zwischen 14 und 20 Jahren an X-Vision, elf davon gehören zum „Dream-Team“: „Sie haben eine intensive Ausbildung absolviert, das kostet viel Zeit, und außerdem hat das Dream-Team durchschnittlich pro Woche einen Auftritt.“ Dafür wurden ihre Performances in einer 50-minütigen Show zusammengestellt, bestehend aus Songs, Texten und Tanzchoreografien, die sich mit der Frage nach ihrer eigenen Zukunft auseinandersetzen. Die Show präsentieren die Jugendlichen an verschiedensten Orten, auch bei großen Events wie Bochum Total, Kemnade oder Bochumer Musiksommer. Für solche Auftritte bekommen die Kids eine Gage – und viel Anerkennung, nicht nur vom allgemeinen Publikum, sondern auch im privaten Umfeld: „Außer den Freunden kommen oft auch die Eltern und Großeltern, und die sind meist sehr stolz auf die Leistungen ihrer Kinder“, hat Omid Pouryousefi beobachtet.

Bei der Arbeit von X-Vision spielt das Internet eine große Rolle. „Die Kids schicken uns ihre Texte per Mail oder bekommen auf dem gleichen Wege von uns Beats, die sie für ihre Songs nutzen können. Auch die Kommunikation der Kids untereinander erfolgt oft über Mails oder Social Networks.“⁷

Das muss besser werden – das politische Interesse steigt

Ein spezielles Programm von X-Vision war die „Schultour“, die Ende 2009 stattfand. Unter dem Motto „Das muss besser werden“ gab es Workshops, in denen Musik- und Tanzauftritte von Schülerinnen und Schülern zwischen 14 und 17 Jahren vorbereitet wurden. Zur Präsentation wurden auch Politiker eingeladen, mit denen die Jugendlichen darüber diskutierten, was sich aus ihrer Sicht ändern müsse.

„Bei unserem Projekt geht es zwar hauptsächlich um Musik, aber dabei entwickelt sich oft auch ein politisches Interesse“, so Omid Pouryousefi. Das beginnt bei den Liedtexten, die sich teilweise mit gesellschaftlichen Missständen auseinandersetzen, und reicht bis zum konkreten Engagement: „Einer unserer Jugendlichen setzt sich jetzt dafür ein, dass in Bochum ein Jugendparlament eingerichtet wird. Und die Kids sind inzwischen auch Ansprechpartner für Politiker, wenn es um die Situation und Interessen von Jugendlichen geht.“

X-Vision hat sich in den letzten zwei Jahren zu einem erfolgreichen und anerkannten Projekt entwickelt. Der einzige, aber große Wermutstropfen: Die öffentliche Förderung läuft Ende 2010 aus. „Die Jugendlichen wissen das, und sie befürchten, dass dann die Möglichkeit wegfällt, gemeinsam mit Profis und Gleichaltrigen an ihrem Talent und ihrer Karriere zu arbeiten.“ Aber es besteht Hoffnung, dass es nicht zum endgültigen Aus kommt, so Omid Pouryousefi: „Die Kids haben sich vorgenommen, die weitere Arbeit selber zu finanzieren, durch ihre Gagen für Auftritte oder andere Einnahmen aus ihrer Musik. Wenn das gelingt, hat sich X-Vision als wirklich nachhaltiges Projekt erwiesen.“

Junge Artisten: Von der Straße auf die große Bühne

Christian Eggert, URBANATIX, Bochum

„Wenn man sich auf den Straßen umsieht, findet man viele Kids mit einem unglaublichen Potenzial an Bewegung und Kreativität.“ Diese Beobachtung hat Christian Eggert gemacht und daraus ein Projekt entwickelt, das die Fähigkeiten von Jugendlichen aufgreift und ausbaut: URBANATIX – eine große Show, in der Streetartisten gemeinsam mit Profis auftreten. Beteiligt sind rund 40 Jugendliche im Alter von 16 bis 25 Jahren, meist Schüler, Studenten oder Azubis. Sie kommen aus 24 Ruhrgebietsstädten, sie selbst oder ihre Familien stammen aus 15 unterschiedlichen Nationen. So vielfältig wie die Jugendlichen sind auch ihre Fähigkeiten. Einige sind Biker, Skater oder Breakdancer, andere widmen sich Disziplinen, die – zumindest Szenefremden – wenig bekannt sind, zum Beispiel Tricking, das traditionelle Kampfkünste mit Kunstturnen und Breakdance kombiniert.

Für Christian Eggert selbst ist URBANATIX eine Gelegenheit, „meine unterschiedlichen beruflichen Erfahrungen in einem Job zu verbinden. Ich war lange Zeit in der Jugendarbeit tätig, unter anderem in einem Kulturzentrum. 1990 habe ich 'Da Capo' gegründet.“ Die Agentur organisiert kulturelle Events. Ein Schwerpunkt der Arbeit sind Varietéprogramme mit vielen artistischen Einlagen, ein Highlight war die Inszenierung „Blue Balance“, die 2006 vier Monate im Oberhausener Teatro Centro gezeigt wurde. Kurz danach entwickelte Christian Eggert das Konzept für URBANATIX. Das Projekt wird von der Stadt Bochum als stadteigener Beitrag zum Kulturhauptstadtjahr gefördert und wurde nach längerem Vorlauf auch zum offiziellen Ruhr2010-Projekt erklärt, allerdings ohne zusätzliche Förderung.

⁷ Einen kleinen Einblick dazu ermöglicht die Internetseite www.myspace.com/ihrseidxvision.

Training in der Kirche

Die konkrete Arbeit von URBANATIX begann 2009. Bei mehreren Castings – „Kids lieben Castings“ – stellten sich über 150 Jugendliche vor. In der Jury saßen Akteure aus den verschiedenen Streetartistik-Szenen. Sie wählten etwa 50 Jugendliche aus, genauer gesagt: 50 junge Männer. „Wir hätten gerne Frauen dabei gehabt, aber es gibt praktisch keine Streetartistinnen“, sagte Christian Eggert. „Auf tausend Jungen kommt ein Mädchen. Und wenn eine richtig gut ist, dann hat sie schon einen Werbevertrag.“

Nach der erfolgreichen Suche nach talentierten und motivierten Jungartisten galt es dann, einen geeigneten Ort für das Training zu finden. „Da haben wir richtig Glück gehabt. Von der Stadt wurde uns eine ehemalige Kirche angeboten, die Marienkirche. Sie ist ideal für uns. Wo früher Kirchenbänke waren, ist jetzt genug Platz für Trampoline, Tricking-Bahnen, Rampen und alles, was die Streetartisten brauchen.“ Ab Januar 2010 absolvierten die Jugendlichen in der Marienkirche mit professioneller Unterstützung ihre Trainingseinheiten, die meisten von ihnen kamen täglich. In den Osterferien fand außerdem ein zweiwöchiges Intensivtraining statt, an dem alle an der Show beteiligten Akteure teilnahmen, darunter auch acht international bekannte Artistinnen und Artisten. Pfingsten war es dann so weit: Auftritt in der Jahrhunderthalle in Bochum.

URBANATIX – Die Show

„Die ersten Auftrittsorte unserer Jugendlichen waren die Jahrhunderthalle und das Dortmunder Fußballstadion“, sagte Christian Eggert – und klang zufrieden. „Als die drei geplanten Shows in der Jahrhunderthalle ganz schnell ausverkauft waren, haben wir zwei zusätzliche Spätshows organisiert. Die endeten um halb zwei und wir haben in der Halle Feldbetten aufgestellt, damit die Kids nicht noch mitten in der Nacht nach Hause fahren mussten.“

Insgesamt sahen rund 5.000 Zuschauerinnen und Zuschauer die URBANATIX-Show in der Jahrhunderthalle, im BVB-Stadion waren es dann weitere 10.000 Menschen. Sie waren begeistert von 80 Minuten Artistik auf höchstem Niveau. „Die Zuschauer konnten nicht unterscheiden, wer Profi war und wer Streetartist.“ Musik, Lightshow und Videos komplettierten das Ganze zu einem beeindruckenden Erlebnis.⁸

„Die Auftritte waren wie die Vervollständigung eines Puzzles, zu dem sehr viele etwas beigetragen haben“, sagte Christian Eggert. „Natürlich vor allem die Jugendlichen, dann die Profi-Artisten, die Musiker und alle anderen, die direkt an der Show beteiligt waren. Aber es haben noch viele andere Menschen Geld oder ihr Know-how eingesetzt. Insgesamt war es ein Netzwerk aus etwa 250 Personen, die das Projekt unterstützt haben.“

Nächstes Ziel: eine Artistenschule

Nach einer Sommerpause wird URBANATIX die Arbeit fortsetzen. Die Jugendlichen trainieren dann für die nächsten Auftritte, unter anderem werden sie vom 10. bis 20. Dezember noch einmal in der Jahrhunderthalle gastieren. „Durch die prominenten Auftrittsmöglichkeiten findet die Streetartistik die verdiente Akzeptanz“, sagte Christian Eggert, „und damit kommen wir unserem großen Ziel näher, eine Schule für moderne Artistik im Ruhrgebiet aufzubauen.“ Zurzeit gibt es in Deutschland nur zwei Artistenschulen, die beide in Berlin angesiedelt sind. „In dem riesigen Ballungszentrum Ruhrgebiet plus Rhein-Main-Schiene gibt es keine Möglichkeit für junge Leute, sich als Artisten ausbilden zu lassen. Das ist schade für die Jugendlichen und auch für die Region, die ihre Potenziale nicht nutzt. Wir hoffen, dass sich diese Situation durch URBANATIX ändert.“

⁸ Fotos, Videos und Presseberichte zur Show sowie weitere Informationen zum Projekt finden sich im Internet unter www.urbanatix.de

„Die Inputs für Jugendszenen kommen aus der Peripherie“

Abschlussdiskussion

Komplimente für die gelungene URBANATIX-Vorstellung gab es von einer Teilnehmerin, die die Aufführung in der Jahrhunderthalle gesehen hatte: „Im Publikum habe ich nur strahlende Gesichter gesehen, es war richtig toll!“ Eine andere Teilnehmerin fragte, warum bei der Show überhaupt Profis dabei waren. Das habe zunächst einen pädagogischen Aspekt, sagte Christian Eggert: „Bei der Vorbereitung der Show sollten die Profis ihre Disziplin und Fähigkeiten einbringen. Außerdem brauchten wir bei dem Auftritt in der riesigen Halle einige Ankerpunkte – die Profis mit ihrer Erfahrung, ihrem Können. Vielleicht sind wir in zwei Jahren so weit, dass wir ausschließlich mit eigenen Streetartisten eine Show machen können.“ Die internationale Zusammenarbeit mit den Profis sei überdies sehr reizvoll gewesen, „obwohl es Sprachbarrieren gab, denn zum Beispiel sprachen die beiden Japaner weder Englisch noch Deutsch.“

Tina Jerman zeigte sich beeindruckt von den vielfältigen Ansätzen der Projekte. „Was würde Ihre Arbeit stützen?“, wollte sie von den Referenten wissen. Ein stärkeres Medienecho zur eigentlichen Projektarbeit wäre hilfreich, um mehr Akzeptanz für die Kunstaktionen von Jugendlichen zu bekommen, so die Erfahrung von Christian Eggert. „Der WDR hatte zugesagt, unser Projekt zu begleiten. Das haben sie dann doch nicht gemacht – und sich nach dem Erfolg in der Jahrhunderthalle darüber geärgert.“ Wichtig sei außerdem eine wissenschaftliche Begleitung. Dies bestätigte Omid Pouryousefi, bei X-Vision habe man dafür jemanden für sechs Stunden pro Woche eingestellt. Er wünschte sich außerdem, dass mehr erfahrene Freiberufler bei öffentlichen Projekten und in der Jugendarbeit eingesetzt werden. „Viele Künstler würden das gern machen und für Projekte ist es oft sinnvoll, dass Leute von außen kommen. Das zeigen auch die Erfahrungen bei Klaus Farins Projekt 'Culture on the Road'.“ Für Klaus Farin wäre es wichtig, dass Jugendprojekten in Schulen mehr Zeit eingeräumt wird und dass sich mehr Hauptschulen beteiligen. „An Gymnasien besteht für solche Projekte mehr Offenheit und auch in den Schulverwaltungen und Kommunen meint man, dass Gymnasien geeigneter für Jugendprojekte sind.“

Für ihn zeigte sich bei den Jugendszenen ein gewisses Paradoxon, meinte ein Teilnehmer. „Wir haben hier gleichzeitig Marginalität und Kreativität. Die Inputs für die Szenen kommen aus der Peripherie, nicht aus den sogenannten Bildungskreisen.“ Klaus Farin bestätigte, dass oft trotziger-rebellierende Jugendliche die stärksten Impulse geben. „Ein Grund dafür ist sicher, dass in diesen Jugendszenen die Einstiegsmöglichkeiten besser sind: Zum Rappen braucht man keinen Musiklehrer und auch keine große Soundanlage.“



„Sie wollen wahrgenommen werden“

„Die Kids bei uns trainieren jeden Tag fünf bis sechs Stunden, sie haben eine ungeheure Disziplin. Hier können sie zeigen, was sie können und wer sie sind“, sagte Christian Eggert. Ein schöner Nebeneffekt: Die Jugendlichen lernen sogar, andere zu unterrichten, denn sie zeigen sich gegenseitig ihre Tricks. Jeder ist gleichzeitig Schüler und Lehrer. Extrem wichtig sei es für die Jugendlichen, Anerkennung für ihre Leistungen zu finden: „Sie wollen wahrgenommen werden. Sie filmen alles, was sie tun und stellen es bei YouTube oder Facebook ein. Teilweise haben sich 200.000 Menschen diese Clips angeguckt.“

„Es ist schade, dass unser Ausbildungssystem die oft gemachte Erfahrung nicht nutzt, dass es besser ist, untereinander und voneinander zu lernen“, meinte ein Teilnehmer. Von den Referenten wollte er wissen, ob sich die Kommerzialisierung in den Jugendszenen stark auswirke. Es werde alles sofort kommerzialisiert, sagte Christian Eggert. „Scouts erkunden ständig, wie man Bestandteile oder Aktivitäten der Szenen kommerzialisieren kann. Aber die Jugendlichen betreiben das auch selber. Sie können und wollen sich selbst vermarkten.“

Ein aktuelles Beispiel sei „Schland“, die Parodie zum Oslo-Song „Satellite“. „Zunächst war es ein kleiner Gag zur Fußball-WM und jetzt hat eine Gruppe von Studenten damit ihre Bankkonten gut aufgefüllt.“

„Politisches Engagement läuft heute über andere Kanäle“

Ein Teilnehmer erkundigte sich, ob es bei den Projekten um „pure Kunst“ gehe oder ob auch die Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund gezielt gefördert werde. Es gehe bei X-Vision vor allem um die Förderung von Talenten, so Omid Pouryousefi. „Wir haben lange gebraucht, um zu realisieren, dass wir keine Sozial- oder Jugendarbeiter sind, in einem Haus der Offenen Tür. Wir sind Tontechniker, DJ, Musikproduzent oder Tänzer. Natürlich erzählen die Jugendlichen von ihren Problemen und ich beschäftige mich auch damit, aber es hat Grenzen.“

Ein Teilnehmer fragte nach dem politischen Engagement in den Jugendszenen. „Arbeiten junge Menschen heute lieber für den eigenen Erfolg, als sich politisch zu engagieren?“ Man müsse bei der Beantwortung dieser Frage die veränderten Bedingungen berücksichtigen, sagte Klaus Farin. „Heute sind viele engagiert, auch politisch, aber das läuft über andere Kanäle, zum Beispiel auf YouTube. Das wird von der Öffentlichkeit nicht wahrgenommen. Andere politisieren sich, wenn ihrer Jugendszene etwas verboten wird. Ich glaube, dass heute mehr Jugendliche politisch engagiert sind als früher, allerdings sind sie nicht an Parteien interessiert.“

„Die Arbeit gibt mir unheimlich viel“

„Was ist Ihre persönliche Motivation für Ihre Arbeit?, wollte eine Teilnehmerin von den Referenten wissen. „Ich habe mir irgendwann die Sinnfrage gestellt“, sagte Omid Pouryousefi. „Ich habe früher mit Musik viel Geld verdient, aber inzwischen ist mir eine nachhaltige Arbeit wichtig. Bei X-Vision erlebe ich, wie Jugendliche glücklich sind. Das macht für mich Sinn und hält mich jung.“

Klaus Farin begründete sein Engagement so: „Anlass für meine Arbeit ist oft, dass mich etwas ärgert. Das gilt für meine journalistischen Tätigkeiten genauso wie für unsere Projekte. Eine Vorverurteilung von Jugendlichen ärgert mich. Außerdem glaube ich daran, auch wenn das vielleicht naiv ist, dass man durch Engagement etwas bewirken kann.“

„Das Projekt URBANATIX passt mir wie ein maßgeschneiderter Anzug“, sagte Christian Eggert. „Vorher habe ich einerseits Jugendarbeit gemacht, andererseits auch große Shows. Jetzt fasziniert mich die Kombination: Hier finde ich alles und kann alles nutzen, was ich jemals gelernt habe. Die Arbeit gibt mir unheimlich viel, sie macht mich wieder jung und passt auch zu meiner familiären Situation mit zwei Kindern. Als nächstes reizt mich der Aufbau einer Artistenschule.“

Abschließend bedankte sich Tina Jerman bei den Referenten: „Sie haben uns wunderbare Projekte vorgestellt. Zwei wesentliche Erkenntnisse daraus sind: Kreativität und Engagement sind nicht vom kulturellen Hintergrund abhängig. Und: Als sehr sinnvoll erweisen sich Prozesse, in denen Lernen und Lehren sich abwechseln und auch untereinander, unter den Jugendlichen, erfolgen.“

Interkultur.pro – interkulturelles Kunst- und Kulturmanagement

Das Projekt *interkultur.pro* hat 2007 seine Arbeit aufgenommen und läuft bis 2010. Es richtet sich an folgende Zielgruppen in Nordrhein-Westfalen:

- Künstlerinnen und Künstler sowie das Projektmanagement interkulturell ausgerichteter Kunst- und Kulturprojekte
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Kulturverwaltungen
- Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker
- Journalistinnen und Journalisten.

In verschiedenen Modulen – wie Seminare, Multimedia-Präsentationen, Workshops und Beratungen vor Ort – bieten wir ein breites Spektrum zur Professionalisierung in diesem wichtigen gesellschaftlichen Feld an. Zur nachhaltigen Verankerung der interkulturellen Kunst- und Kulturarbeit in Nordrhein-Westfalen tragen außerdem wissenschaftliche Diskurse zu Fragen der Interkultur bei.

Interkulturelles Projektmanagement

Ein interkulturell ausgerichtetes Projekt vom Anfang bis zum Ende erfolgreich durchzuführen, bedarf einer planvollen und systematischen Herangehensweise. Methoden und Instrumente des Projektmanagements können hier eine hilfreiche Struktur bieten. Gleichzeitig ist es wichtig, alle am Projekt beteiligten Akteure „mit ins Boot zu holen“ und dafür Sorge zu tragen, dass die interkulturelle Kommunikation zwischen den Projektgruppenmitgliedern und mit Verantwortlichen/Entscheidern aus dem Projektumfeld möglichst reibungslos und zielführend verläuft. Dieser Aspekt wird vor dem Hintergrund eines kulturell vielfältig zusammengesetzten Projektteams bzw. eines interkulturellen Umfelds umso wichtiger.

Modul „Daten, Fakten, Lebenswelten“

Welche kulturellen Präferenzen und Gewohnheiten haben Zugewanderte? Welche Medien und Informationswege werden genutzt, um sich über kulturelle Angebote zu informieren? Genau hier setzt das Modul „Daten, Fakten, Lebenswelten“ an, in dem neueste empirische und kulturwissenschaftliche Ergebnisse – praxisorientiert aufbereitet – präsentiert und diskutiert werden. Zielsetzung ist es, Kulturverantwortliche für diese Zielgruppen zu sensibilisieren und notwendiges Wissen zur Verfügung zu stellen. So können Kulturangebote besser auf die Wünsche der zugewanderten Menschen abgestimmt werden.

Modul „Theorie-Praxis-Diskurs“

Ausreichende Grundlagen und fundierte Informationen über Theorien und Arbeitsansätze sowie ein guter Überblick über die Themen und Thesen in der aktuellen interkulturellen Debatte sind für eine kompetente Arbeit im interkulturellen Kunst- und Kulturmanagement unverzichtbar.

Deshalb bieten wir den Teilnehmenden im Theorie-Praxis-Diskurs die Möglichkeit, sich argumentativ, konzeptionell und im Diskurs zu orientieren, den eigenen Standpunkt zu finden und immer wieder zu überprüfen. Dazu gehören zum Beispiel Informationen zu Daten, Fakten, Lebenswelten, zu Kulturkonzepten und dahinterstehenden politischen Konzepten.

Modul „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“

Was gilt es zu beachten, wenn gerade Migrantinnen und Migranten als potenzielle Nutzer von Kulturangeboten angesprochen werden sollen? Was muss ich als Künstlerin oder Künstler mit Migrationshintergrund berücksichtigen, wenn ich mir eine professionelle Selbstdarstellung wünsche? Antworten auf diese und weitere Fragen werden in dem Modul „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ erarbeitet und erprobt.

Neben einer Einführung in die Grundlagen von Public Relation und Öffentlichkeitsarbeit werden Best-Practice-Beispiele der interkulturellen Public Relation besprochen und Konzepte mit konkreten Lösungsansätzen erarbeitet.

Modul „Finanzmanagement“

Die Hauptaufgabe professionellen Finanzmanagements besteht darin, Einnahmen und Ausgaben nach Möglichkeit so in Deckung zu bringen, dass auf den Einsatz von Fremdmitteln verzichtet werden kann. In dem Modul werden, aufbauend auf einer Analyse der Finanzierungssituation des jeweils eigenen oder eines eingebrachten Beispiels, Finanzierungsstrategien entwickelt und in eine konkrete Maßnahmenplanung umgesetzt. Das erarbeitete Know-how ist in den verschiedensten Sparten der Projektarbeit anwendbar.

Modul „Flying Workshops“

Mit den „Flying Workshops“ – einer Beratung vor Ort – möchten wir Projekten und Institutionen in interkulturellen Zusammenhängen in Phasen akuter Krisen helfen. Dabei kann es um Probleme im Umgang mit Entscheidungsstrukturen und Führungsstilen gehen, um interkulturelle Missverständnisse oder Spannungen zwischen haupt- und ehrenamtlichen Kräften. Behandelt werden können zum Beispiel auch Schnittstellenprobleme zwischen Auftraggebern und Auftragnehmern oder zwischen Kulturverwaltung und politischen Entscheidungsträgern.



Impressum

Herausgeber:
interkultur.pro
Mintropstraße 20
40215 Düsseldorf

Text/redaktionelle Überarbeitung: Christel Schwiederski; Redaktion: Tina Jerman, Gabriela Schmitt
Fotos: Thomas L. H. Schmidt
Layout: Anna Ziener

Düsseldorf, August 2010