Studio Audience.

Für mehr Diversität und Begeisterung in der Kultur

Am Anfang war ArtAsyl

- Gründung 2015 in Köln
- Träger für Kulturelle Bildungsprojekte
- Beratung bei Orientierung, Anträgen und Aufnahme professioneller künstlerischer Tätigkeit für geflüchtete und migrierte Künstler*innen
- Netzwerk, Plattform, Atelier, Ausstellungraum, Tandemprogramm
- Kooperationspartner bei Diversifizierung?

Förderkonzept Kulturelle Teilhabe

2018: Gründung des Referats Kulturelle Teilhabe

Anlass: Kölner Kunst- und Kultur (Produktion und Rezipient*innen) bilden nicht die Vielfalt der Stadtgesellschaft ab

Neuer Förderpartner für interkulturell und inklusiv agierende Akteur*innen wie ArtAsyl

Partizipative Entwicklung eines Förderkonzepts Kulturelle Teilhabe

Förderschwerpunkte: u.a. Verbesserung der Ansprache und Information im Vorfeld von Kulturveranstaltungen, Stärkung eines gleichmäßig über die Stadt verteilten Kulturangebotes, Formate zur Stärkung der Interaktion mit bestehendem und neuem Publikum

Förderkonzept Kulturelle Teilhabe

turelle Teilhabe

Vorfeld von

Kulturveranstaltungen, Stärkung eines gleichmäßig über die Stadt verteilten Kulturangebotes, Formate zur Stärkung der Interaktion mit bestehendem und neuem Publikum

Aber was ist eigentlich Audience Development?

Vorkenntnisse?

Aber was ist eigentlich Audience Development?

Neue, bisher nicht erreichte Besucher*innen erreichen und nachhaltig binden

„Audience Developments“ bezeichnet die Generierung und Bindung neuen Publikums für Kultureinrichtungen in der strategischen Kombination von Kulturnutzerforschung, Marketing, PR und Kulturvermittlung (vgl. Arts Council England 2004)

a) Audience Development aus einer rein marketingorientierten, wirtschaftlichen Perspektive versucht die am leichtesten, weil bereits potentiell interessierten Zielgruppen zu adressieren, um mit möglichst geringem Aufwand eine ausreichende und nachhaltige Auslastung der Kapazitäten zu erreichen. (Fokus Fastbesucher*innen)

b) Audience Development mit dem Anspruch, bislang unterrepräsentierte soziale Gruppen als Besucher*innen zu gewinnen, bedarf deutlich größere Anstrengungen, die von Outreach-Formaten über Programmveränderungen bis zur Neuausrichtung der Leitziele einer Einrichtung reichen. (Fokus Nicht-Besucher*innen)

(a und b, vgl. Mandel 2016)

Vorläufer: Kultur für Alle!

1969: Regierungserklärung Willy Brandt „Wir wollen mehr Demokratie wagen“

„Das Ziel ist die Erziehung eines kritischen, urteilsfähigen Bürgers, der imstande ist, durch einen permanenten Lernprozeß die Bedingungen seiner sozialen Existenz zu erkennen und sich ihnen entsprechend zu verhalten“

1970: Hilmar Hoffmann wird Dezernent in Frankfurt (zuvor Oberhausen)

1979: Verkündung einer Kultur für Alle! Im Mittelpunkt steht nicht mehr das Bildungsbürgertum als Zielgruppe, sondern Alle. Alle?

-> Mit „Kultur für alle“ sollte verhindert werden, dass relevante Teile der Bevölkerung von dem Kontakt mit dem kulturellen Leben und dem Erbe ausgeschlossen blieben

-> Folge: Entstehung einer Freien Szene, Förderung auch von Stadtteilkultur und Vereinen, Aufstieg der Soziokultur, Entstehung von Museumspädagogik

-> Gleichzeitig: Versuch einer Legitimierung (Rechtfertigungskonsens), keine Revolution

Und dann kam Audience Development

- Entstehung in USA und Großbritannien als Notwendigkeit. Wer kein diverses Publikum erreicht, erhält weniger Förderung. Folge: Gründung der Audience Agencys
- Zielsetzung: (Stärker) Besucher*innenorientierte Kulturinstitution
- Aber auch: Strategische Ausgestaltung der Beziehung zwischen Kulturinstitutionen und ihren (potenziellen) Besucher*innen
- Motivation: Sowohl wirtschaftlich, als auch sozial-politisch

Argumente für Audience Development

Die kulturellen Interessen der 14 bis 24-Jährigen sind im Vergleich zu den kulturellen Interessen der ab 50-Jährigen deutlich stärker auf die massenkulturellen Angebote wie Filme und Popmusik ausgerichtet und deutlich schwächer auf die klassischen Hochkultursparten

Im Zeitverlauf zeigt sich ein abnehmendes Interesse junger Menschen an traditionellen Kulturangeboten.

Es gibt Anzeichen dafür, dass die Nachfrage nach Hochkultureinrichtungen in Zukunft weiter abnehmen wird, da die Kulturnachfrage eher kohorten- als altersabhängig ist.

Theaterprogramme werden von jungen Menschen nicht als relevant für ihre alltägliche Lebenswelt erachtet.

Das Image von Theatern als Ort der Hochkultur gilt als nicht passend für die eigene peer group.

Seit den 70er Jahren hat sich die Zahl der öffentlich geförderten Theater in Deutschland fast verdoppelt, während die Zahl der Besuche relativ konstant geblieben ist.

Der Elefant?

Doch der Elefant steht ja weiterhin im Raum: Alle können ihn sehen, niemand spricht über ihn. Er verkörpert eine einfache Frage, die sich hinter all den anderen – unbestreitbar wichtigen – Themen verbirgt: Warum machen wir das? Warum wenden wir als Staat jedes Jahr eine zweistellige Milliardensumme aus Steuergeldern vor allem fürs Theaterspielen, Musikmachen, Bilderaufhängen und Bücherausleihenkönnen auf?

Diese Frage nach der formalen wie inhaltlichen Begründung von Kulturförderung durch die öffentliche Hand und damit nach ihrer Legitimation rührt an die Grundfesten.

Ansätze

- Grundlage: Publikum und Nicht-Publikum kennenlernen
- Publikumsansprache verändern (Sprache, Orte, Formate)
- Ressourcen-Sharing
- Kooperationen, Netzwerke, Partnerschaften und Zusammenarbeit
- Programme hinterfragen

  „Wir können das Outreach-Projekt nicht dauerhaft finanzieren. Sonst könnten wir eine Sonderausstellung pro Jahr weniger finanzieren.“
- Neue Perspektiven einbeziehen -> Personal diversifizieren, Beiräte einberufen

Studio Audience

- Gründung 2023 als Abteilung bei ArtAsyl e.V. -> gemeinnützige Agentur
- Entwicklung von Konzepten in den Bereichen Outreach, Audience Development, Partizipation und Kulturelle Teilhabe
- Think Tank, Beratung und Netzwerk, Selbstverständnis: Interessensvertretung des Publikums
- Zielgruppe: Freie Szene, öffentliche Kultureinrichtungen (Kommunal und überregional), Verbände und Interessensvertretungen
- Gefördert durch Stadt Köln Kulturamt / Referat Kulturelle Teilhabe und Fonds Soziokultur im ersten Jahr

Operative Ziele

- Bündelung der Kenntnisse über Best-Practices im Kontext von Audience Development und Outreach
- Entwicklung neuer Kommunikationsformen mit dem Publikum auf Grundlage von Analysen
- Aufbau eines regelmäßig tagenden Expert*innen-Gremiums
- Ausarbeitung von Beratungsmodulen und Schulungsformaten
- Initiierung von Bündnissen

Warum brauchen wir Audience Development?

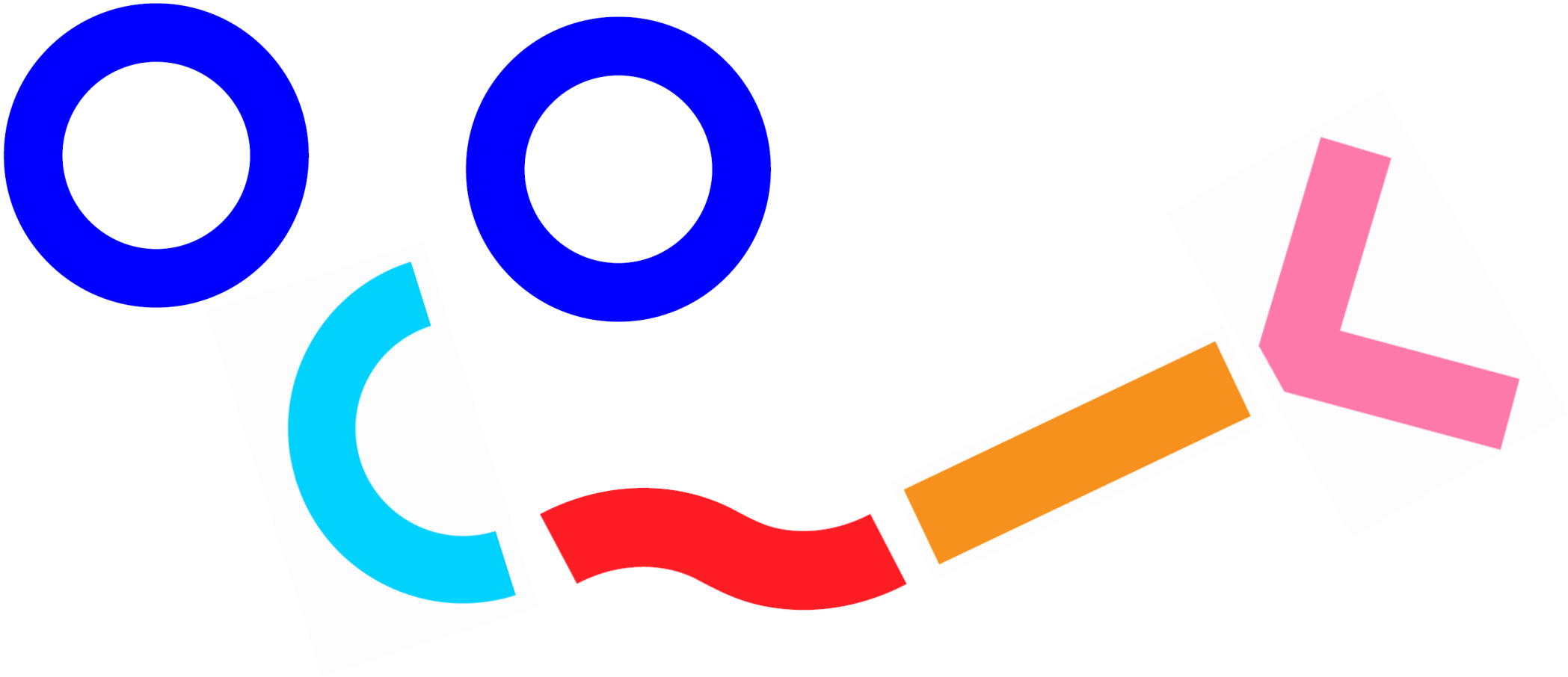
- Der index of cultural practice beträgt in Deutschland: 18 %
  (Der iocp misst das Niveau des kulturellen Engagements, sowohl in- als auch außerhäusig. Zum Vergleich: Frankreich 25 %, UK 26 %, Niederlande 34 %, Schweden 43 %)

- Potential der regelmäßigen Besucher*innen von klassischen Kulturangeboten in Deutschland: 5 bis 15%
- Potential der Gelegenheitsbesucher*innen: 35 bis 45%

- Menschen mit Migrationserfahrung nutzen klassische Kulturangebote weniger: 10 bis 20%
- So viele der besonders aktiven Kulturnutzer*innen sind selbst künstlerisch aktiv > 88 %

Und immer die wichtigste Frage stellen: Was funktioniert schon gut?

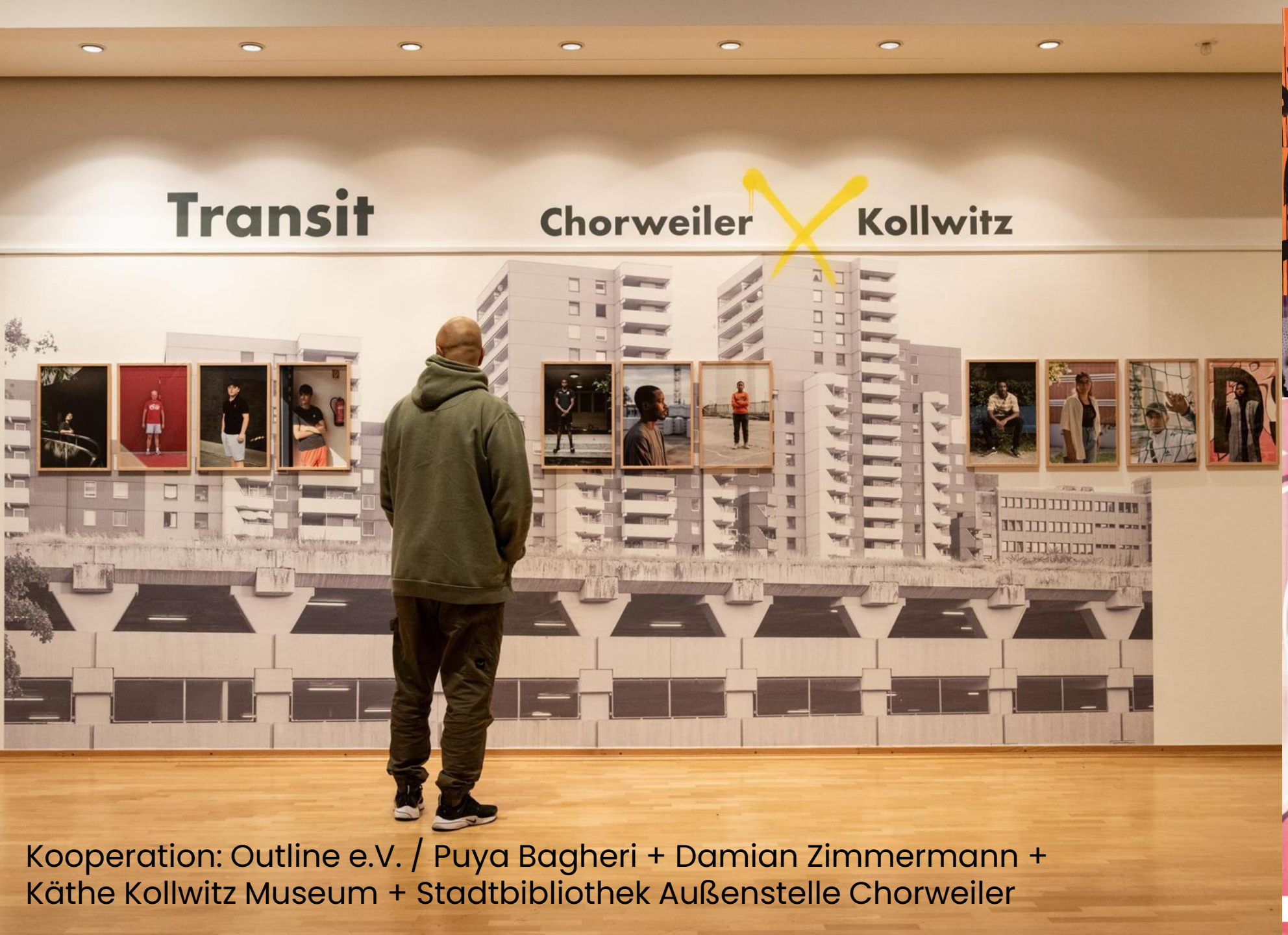
Inspiration für Audience Development und Outreach

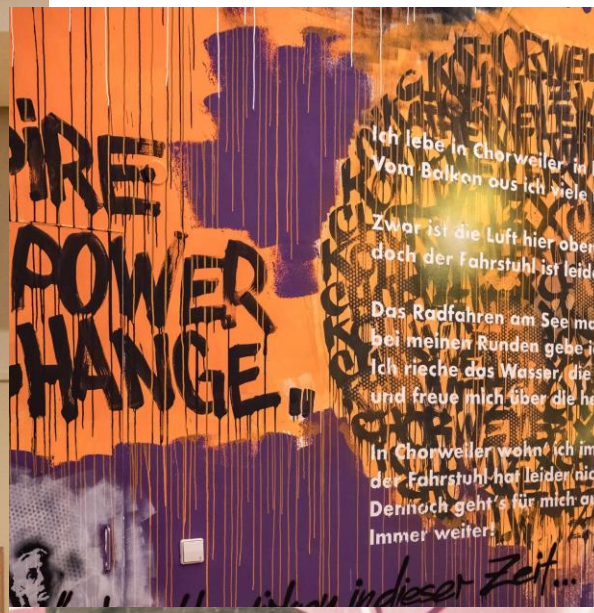


MUSEUM
EXPRESS
@museum_express

MUSEUM
EXPRESS

MUSEUM
EXPRESS
@museum_express





Kooperation: Outline e.V. / Puya Bagheri + Damian Zimmermann + Käthe Kollwitz Museum + Stadtbibliothek Außenstelle Chorweiler

zwischen/miete nrw bringt Literatur von heute ins Wohnzimmer! Oder an den Küchentisch, auf den Balkon, in Keller und Badewanne: Wir veranstalten Lesungen in WGs, bringen junge Autor*innen mit und reden in gemütlicher Runde über Geschichten der Gegenwart, was zu trinken gibt's auch. Du kannst sogar dauerhaft einziehen!

zwischen/miete nrw

OPERNDOLMUŞ

Musiktheater, das dich mitnimmt

POP-UP-OPERA

Die Stadt als Dreh-Bühne

OPERNDOLMUŞ FÜR KINDER

Musiktheater im Klassenzimmer

VOLKSBÜCHEREI
DER STADT KÖLN
VOLKSBÜCHEREI
DER STADT KÖLN
BENUTZUNG FREI
VOLKSBÜCHEREI
DER STADT KÖLN
IZ 62022

- MIT WELCHEM FORMAT WAREN WIR BESONDERS ERFOLGREICH ? ⊕

- WELCHE KOOPERATION WAR BESONDERS FRUCHTBAR ? ⊕

- WELCHE ZIELGRUPPE ERREICHEN WIR (NOCH) NICHT ? ⊖

- WELCHES FORMAT HAT ÜBERHAUPT NICHT FUNKTIONIERT ? ⊖

⇒ „Eine Popcorn-Maschine sollte es eigentlich überall geben!"

Azubis (16-20 J.) in kaufmännischen Berufen

Stadtbibliothek

Digitales

Stadtbibliothek

Azubis (16-20 J.) in kaufmännischen Berufen

Digitales

5

FERIENCAMP "PHANTASIEREISE" FÜR NICHT-BESUCHENDE FAMILIEN

Festival / Feriencamp

Kinder im Kita-Alter in Begleitung der Eltern

Literaturhaus

Phantasieürlaubs-reise
↓
Feriencamp
mit Unterbringung + Verpflegung

jährliches Ferien-camp als "kleiner Familien-Urlaub" = Reise

Zielgruppe
Nicht-Besucher:innen-Familien

Kostproben in Bürgerzentren, Familien-zentren, Migrationsinnenstunden u.s.w. und in niedrigschwelligen Supermärkten & Kioske

interdisziplinäre Künstler*innengruppe als Reisebegleiterinnen

PROBESTOFFAUSWAHL
→ Kinder bestimmen Inhalte

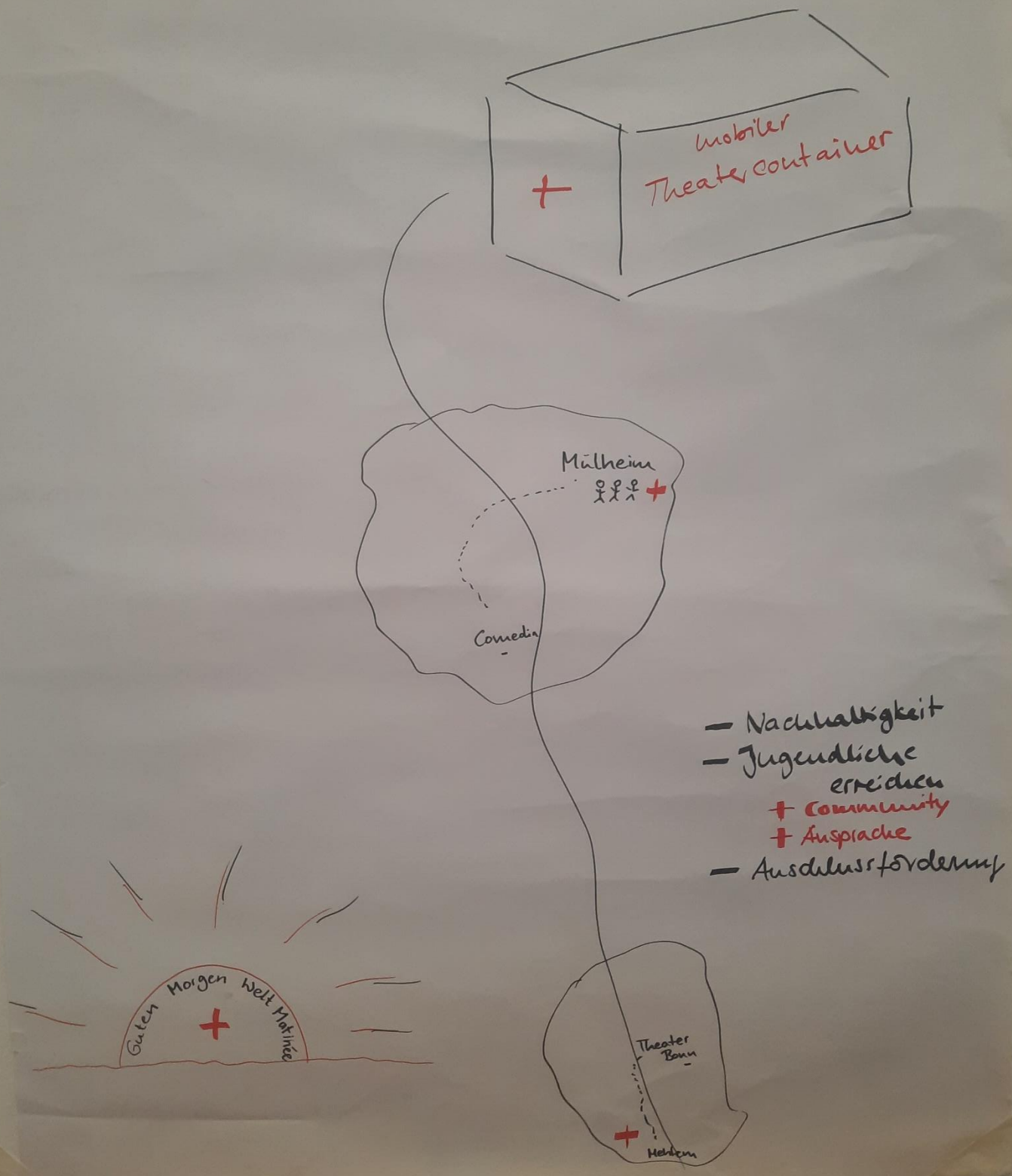
SEPARATE WORKSHOPS
Eltern / Kinder

Gegenseitiges Pflegen & Kochen als Reise-Abschluss

Fotoprojekte für die "Zuhause gebliebenen Kids" (+ Eltern)

Initiator:innen (Theater im weiten Sinne)

Loopstation & Live-Gitarrenbegleitung


mobiler Theatercontainer
Mülheim
Comedia
Theater Bonn
Guten Morgen Welt Matinée
– Nachhaltigkeit
– Jugendliche erreichen
+ Community
+ Ansprache
– Ausdauerförderung

Offener Raum
↳ Lesech. Angebote,
in die man
hineinschauen
kann
↳ Kostenfreier
Raum kostenfreie Angebote
Vorstellungen,
Werkstattgespräche
Oder so

Dependencen
Arbeit in Stadtteilen

Produktionen
mit speziellem Fokus
(barrierefreien)
Hören / Sehen

Schulkoop
über Fonds kulturelle Bildung
versch. WS Formate / Angebote
in Schule ausprobieren

* Theater -
Hinweis auf
Wissen
in offene Strukturen
umgesetzt werden

Ref. N° 54086
www.memo.de
memo AG · Am Bonner 6 · 61231 Groß-Gerau

Isolier. Format

↳ Multiplikator*innen + Theaterkarten

KOOP.:

- Kultur macht stark
  ↳ Vorgabe: Divers. (kann)
- Standort + Thema

Stelle für
Insta / Facebook
TikTok

Filialen
in anderen
Stadtteilen

Alternativen?
→ hindern die Kitens?

Relax~~ed~~ Performance

Ref.Nr.54086
www.memo.de

PERFORMANCE "SILENCE"

- BEGLEIT-TEAM
- 6h
- VIELE MENSCHEN ERREICHT

BONNER KULTUR SOMMER

- KOSTEN-LOS
- OPEN AIR
- BROTFA-BRIK + Stadtteil

THEATER FEST STADTTEIL

- TOLLER KOOP. PARTNER
- VIELE MENSCHEN (FAMILIEN)
- NACHHALTIGKEIT?

ERFOLG-REICH

UNIQUE

- LUS
- FESTIVAL
- NOV-JUN
- VIELE KOOP.
- DIV. PUBLIKUM
- FREI! wenig Einsatz
- ABEND-VERANST.

NACHHALTIGKEIT?
FÖRDERUNGEN?
ZIELE?
UNTERSTÜTZUNG?
BEWUSSTSEIN SCHAFFEN
FÜR FREIE STRUKTUREN!

GRUPPE 5

UNFASSBAR
FASSBAR
Kompa-
tenz
GELD
Geld für Sound Module
Geld für Materialien
Sprachlich unterpräsent (Inklusion)
Gefühle im Theater Essen dürfen
offene Türen rein und raus
Einen Ort zu meinen Ort machen.
1 Freund für 5 zum Inklusionspreis
partizipativer Brainstorming-Raum
Offenen
Alle Sportvereine
Instagram-Wettbewerb peer to peer
YouTube-Kanal partizipativ
Evaluation
Gemeinsam denken
im Kontakt bleiben
Sichtbarkeit
Kommen-können
Geld als Einreichung für Sitz
Besuch bei Gegenbesuch
aktiver Beirat
Geschichte erzählen
offene Ansprache / Einladung
Theater ist für Gesellschaft, Museum, Aufführung, Stift, Restaurant etc.
Theater von der Theater-Bevölkerung
Aktives! Nach-Aufführungen
Rollenspiel
Sitzmöbel
Speed-dating
Kreative Intensitäten erleben
offen sein im Prozess
Künstlerische Schwerpunkte
Wissen wo das Klo ist!
Reduzierte Projekte
Beteiligung v. Bürgis
Nachgespräche + Einführungen
Essen
Radio-Podcast-Shop / Podcast aus
Film-dreh als 10 Jahre
Tanz auf GOLD
Wirklich zeigen was ist + können
Tanzprodukt mit Profis & Laien
TikTok / Instagram content creator
Coop mit Influencern
Yoga auf der Terrasse / Pilates im Foyer
keine Wertung
alles ist in Bewegung (Fluxus)
Die Info soll zu mir kommen ohne, dass ich etwas dafür tun muss.
Interessen verbinden
Offenheit
Kompetenzen-Tausch
Theater steht nicht immer im Mittelpunkt
Wir zusammen statt ich für dich.
Mit Werkzeug ausrüsten um selbst entscheiden zu können
Tik-Tok als neues Kommunikationsmittel
Rots Vorstellungen Raum
Zusammenarbeit
Social Media
Inclusive Sprache gestalten
Bildungsmedium Aufsprechen im öffentlichen Raum
Vernetzung WS
Theater ist immer offen
Radio-Podcast-Box
Nachbarschaftsbeteiligung das kann sehr
Ansprechpartner
Applaus auf Augenhöhe Experte in deinem Spiel (Kaiserslautern)
Alltags-Umfragen im Stadtteil
Radio-Podcast-Shop / Podcast aus
Film-dreh als 10 Jahre

TANZ AUF GOLD

Kinder im Grundschulalter mit Fluchterfahrung

Tanzkompanie

„Echte" Partizipation

1. PAUSENIMPULS

- goldener Tanzteppich
- DJ-Wagen (wie Karnevalswagen)
- (Juke-)Box → Music-Voting (welche Musik mögen die Kinder)
- professionelle Tanzkompanie
- Tanzpädagoge / Tanzpädagogin

2. INTENSIVWORKSHOP

- in der Schulklasse
- 90 Minuten
- Mischung Tanzpädagogin + Professionals
- kennenlernen der Arbeitsweise
- *1 • Dolmetscher*innen für Sprechanteile
  - Mentor*innen für Traumabewältigung

3. PARTIZIPATIVES TANZPROJEKT

1*

- Elektro-Kinder-Einsammelbus mit festem Busfahrer + Team
- Räumlichkeiten des Theaters → Probebühne
- langfristige, nachhaltige, gemeinsame Arbeit
- Kinder choreografieren für die Professionals
- Projektzeitraum 6 Monate, Treffen 1x wöchentlich
- Gruppe entscheidet, ob es eine Abschlusspräsentation gibt

Öffentlicher Raum

Kinder und Jugendliche (10-14 J.) aus ländlichen Regionen ohne eigenes Theater

Filmfestival

Paten für lebende Gruppen um die Eltern zu bewegen :)

Werbung in Schulen machen

Rundfahrt

regelmäßiger Bus in Koop mit sämtlichen Freizeitmöglichkeiten?

auf Theaters Kiss Gruppen zugehen

mit Schulen arbeiten!

Bus als bewegter Zusammenraum

Vorher schon Jugendliche vor Ort aktiv einbeziehen auf Vor und neben der Bühne

Party im Zelt

→ da geht auch Theater oder Kino Open Air

Übernachtung?

Workshops/Aufführungen Spaß/Freunde treffen

Kasse im Bus

Aufmerksamkeit für Festival hervorrufen

Wie bezieht man lokale Akteure mit ein

→ Sponsoring & als Stationen v. Bus einbauen

Hopon Hop off

Catering - Food-Trucks

Kurzfilme & Ausschnitte aus Theaterstücken an Stationen

Theatrale Stationen auf dem Weg zum Autokino

Buslinie Nachhaltigkeit

nachhaltige Struktur aufbauen

2x im Jahr

Kurzfilme oder Minimonologe auf der Fahrt

barrierefr. Wege denken

Outreach (Keine Schule)

Jugendliche (14-20 J.) mit und ohne Rollstuhl / Behinderung

Museum für Zeitgenössische Kunst

Projekt:

WO: Kunst raus
+ Räume anders nutzen

WAS?: (z.B. Skatep. i. Park)
+ Kst Parc. direkt

TEAM Persp. + Repräs. ⇐ TAUSCH ⇒ KUNST gegen Daten
Jugendl. als Kurator*innen → Optimal: ausdl. Beirat

KOOP: ⇒ auf Barr. checken
- versch. i. der Stadt
  - Jugendz.
  - Geschäfte / EH
  - Werkstätten (Azubis)
  - Multipl.

} Vermittlung

ZEIT: Ferienprogr. WE (Abends)

ZUGANG: abholen da, wo (ganz praktisch)

Barrieren und Zugänge

Input von Charlott Dahmen und Amy Zayed

21.10.2023, COMEDIA Theater, Köln
Klausurtagung KiJu-Theater NRW

Un-Label fördert Künstler:in-nen
Un-Label vernetzt Kultur & Wissenschaft
Un-Label verändert Systeme

Übergeordnete Ziele

- Ungleichbehandlung für Kulturschaffende und Publikum mit Behinderung auflösen/reduzieren
- Aktive Beförderung von Menschen mit Behinderung in Kunst und Kultur
- Aktive Beförderung des Miteinanders von Menschen mit und ohne Behinderung in Kunst und Kultur

Um wen geht es?

- Besucher:innen/Publikum mit und ohne Behinderung
- Kulturschaffende mit und ohne Behinderung (alle Gewerke)
- Akteur:innen mit und ohne Behinderung in kulturellen Bildungsangeboten (Leiter:innen, Teilnehmer:innen)

Definition Behinderung

„Zu den Menschen mit Behinderungen zählen Menschen, die **langfristige körperliche, seelische, geistige** oder **Sinnesbeeinträchtigungen** haben, die in Wechselwirkung mit verschiedenen Barrieren ihre volle und wirksame Teilhabe gleichberechtigt mit anderen an der Gesellschaft behindern können.“

Quelle: Übereinkommen der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen, 2006, Art. IX.

Statistik

- In der EU gibt es über **87 Millionen** Menschen mit Behinderung = **einer von vier** Erwachsenen.
- Der EU Durchschnitt liegt bei **24%** / Deutschland **21,8%**
- Mit zunehmendem Alter wächst das Risiko einer Behinderung
  - 17,9 % zwischen 16 und 65 Jahre
  - 48,5 % sind 65 Jahre und älter
- In ganz Europa berichten Publikum, Kulturschaffende und Künstler:innen mit Behinderung von wesentlichen Barrieren, die eine vollwertige kulturelle Teilhabe verhindern.

Rechtlicher Rahmen

(1948) Allgemeine Erklärung der Menschenrechte

«Jeder Mensch hat das Recht, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich der Künste zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Wohltaten teilzuhaben.»

(1949) Art. 3 des Grundgesetzes

Der Artikel 3 des Grundgesetzes für die BRD gehört zum ersten Abschnitt (Grundrechte) und garantiert die Gleichheit vor dem Gesetz, die Gleichberechtigung der Geschlechter und verbietet Diskriminierung und Bevorzugung aufgrund bestimmter Eigenschaften.

(2006) Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)

ist ein deutsches Bundesgesetz, das «Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität verhindern und beseitigen soll.»

(2009) Artikel 30 und 8 UN-Behindertenrechtskonvention

(2011) Nationaler Aktionsplan I und II (2016)

(2015) Sustainable Development Goals (SDGs)

Rechtlicher Rahmen

UN-Behindertenrechtskonvention, 2009 von Deutschland ratifiziert

legt in Artikel 30 das Recht von Menschen mit Behinderung auf Teilhabe am Kulturleben fest.

…Die Vertragsstaaten treffen geeignete Maßnahmen, um Menschen mit Behinderungen die Möglichkeit zu geben, ihr kreatives, künstlerisches und intellektuelles Potenzial zu entfalten und zu nutzen, nicht nur für sich selbst, **sondern auch zur Bereicherung der Gesellschaft**.

Rechtlicher Rahmen

Artikel 8, UN-Behindertenrechtskonvention:

Ziel ist es, „das **Bewusstsein** für Menschen mit Behinderungen zu **schärfen** und die **Achtung ihrer Rechte und ihrer Würde** zu fördern“ sowie Maßnahmen zu ergreifen, die u.a. „die **Anerkennung der Fertigkeiten, Verdienste und Fähigkeiten** von Menschen mit Behinderungen und **ihres Beitrags zur Arbeitswelt und zum Arbeitsmarkt**“ fördern.

Einordnung

Wir reden von einem

MENSCHENRECHT

Kein „nice to have“
Es ist ein „must have“

Paradigmen-wechsel

- Weg von der „Zielgruppe Menschen mit Behinderung“ hin zu „Behinderung als Merkmal“
- Damit wird eine intersektionale Perspektive möglich
- Stigmatisierung und Stereotypisierung wird entgegen gewirkt

Barrierefreiheit Handlungs-maxime

Keine Sonderveranstaltungen für Menschen mit Behinderung, sondern:

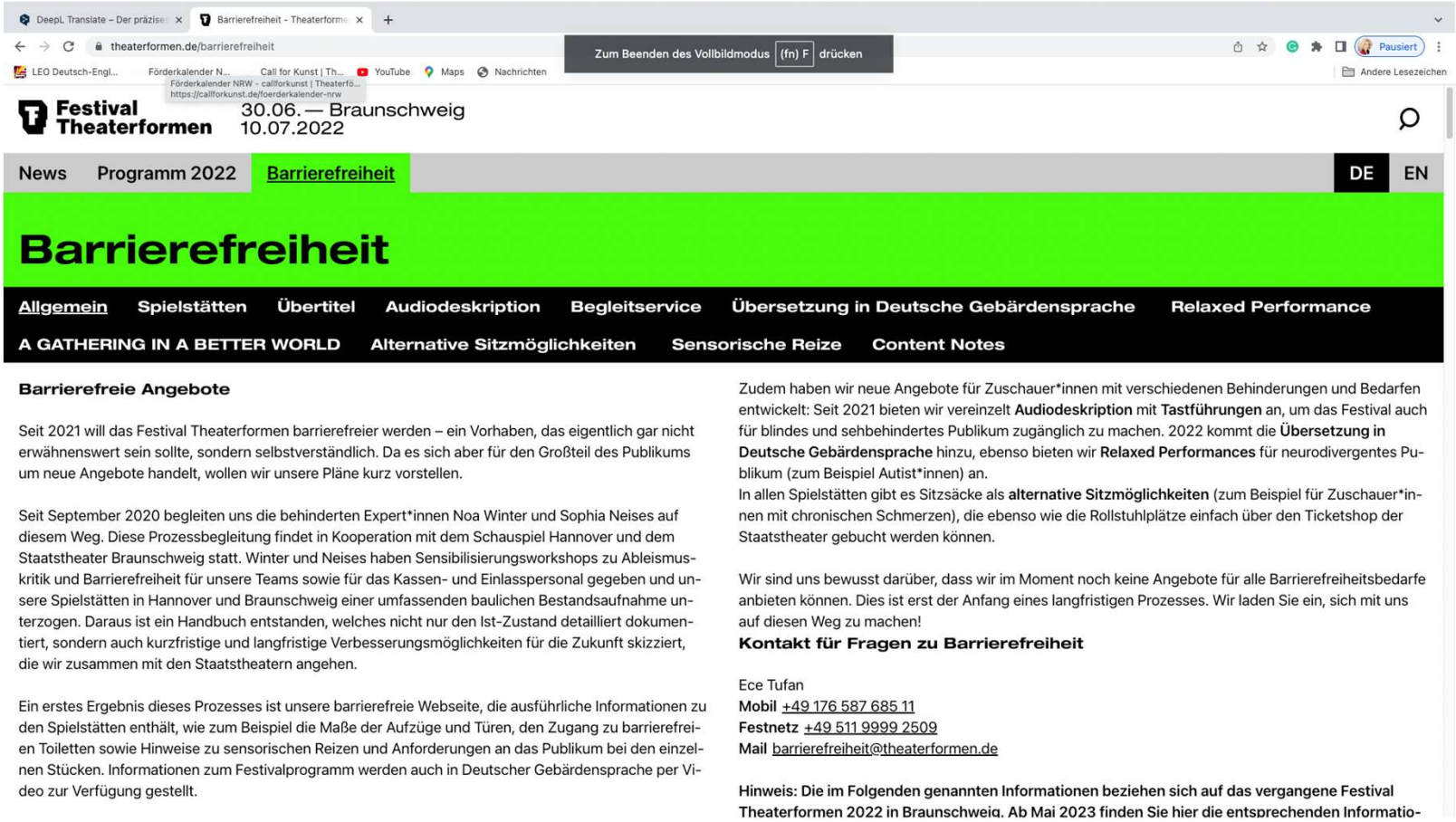
Veranstaltungen, an denen Menschen mit und ohne Behinderung gemeinsam gleichberechtigt teilnehmen können

Barrierefreiheit in Kunst und Kultur

Unterscheidung

- Barrierefreiheit der **künstlerisch-kulturellen Produktion** (Konzert, Theaterstück, Lesung, Workshops etc.)
- Barrierefreiheit der **Servicekette**, in die die Produktion eingebettet ist
- Barrierefreiheit im Kontext der **Erarbeitung** der künstlerisch-kulturellen **Produktion**

Best practice-Beispiele Servicekette: Webseite



DeepL Translate – Der präzise | Barrierefreiheit - Theaterform

theaterformen.de/barrierefreiheit

Zum Beenden des Vollbildmodus (fn) F drücken

Festival Theaterformen 30.06. — Braunschweig 10.07.2022

News | Programm 2022 | Barrierefreiheit | DE | EN

Barrierefreiheit

Allgemein | Spielstätten | Übertitel | Audiodeskription | Begleitservice | Übersetzung in Deutsche Gebärdensprache | Relaxed Performance | A GATHERING IN A BETTER WORLD | Alternative Sitzmöglichkeiten | Sensorische Reize | Content Notes

Barrierefreie Angebote

Seit 2021 will das Festival Theaterformen barrierefreier werden – ein Vorhaben, das eigentlich gar nicht erwähnenswert sein sollte, sondern selbstverständlich. Da es sich aber für den Großteil des Publikums um neue Angebote handelt, wollen wir unsere Pläne kurz vorstellen.

Seit September 2020 begleiten uns die behinderten Expert*innen Noa Winter und Sophia Neises auf diesem Weg. Diese Prozessbegleitung findet in Kooperation mit dem Schauspiel Hannover und dem Staatstheater Braunschweig statt. Winter und Neises haben Sensibilisierungsworkshops zu Ableismuskritik und Barrierefreiheit für unsere Teams sowie für das Kassen- und Einlasspersonal gegeben und unsere Spielstätten in Hannover und Braunschweig einer umfassenden baulichen Bestandsaufnahme unterzogen. Daraus ist ein Handbuch entstanden, welches nicht nur den Ist-Zustand detailliert dokumentiert, sondern auch kurzfristige und langfristige Verbesserungsmöglichkeiten für die Zukunft skizziert, die wir zusammen mit den Staatstheatern angehen.

Ein erstes Ergebnis dieses Prozesses ist unsere barrierefreie Webseite, die ausführliche Informationen zu den Spielstätten enthält, wie zum Beispiel die Maße der Aufzüge und Türen, den Zugang zu barrierefreien Toiletten sowie Hinweise zu sensorischen Reizen und Anforderungen an das Publikum bei den einzelnen Stücken. Informationen zum Festivalprogramm werden auch in Deutscher Gebärdensprache per Video zur Verfügung gestellt.

Zudem haben wir neue Angebote für Zuschauer*innen mit verschiedenen Behinderungen und Bedarfen entwickelt: Seit 2021 bieten wir vereinzelt **Audiodeskription** mit **Tastführungen** an, um das Festival auch für blindes und sehbehindertes Publikum zugänglich zu machen. 2022 kommt die **Übersetzung in Deutsche Gebärdensprache** hinzu, ebenso bieten wir **Relaxed Performances** für neurodivergentes Publikum (zum Beispiel Autist*innen) an.
In allen Spielstätten gibt es Sitzsäcke als **alternative Sitzmöglichkeiten** (zum Beispiel für Zuschauer*innen mit chronischen Schmerzen), die ebenso wie die Rollstuhlplätze einfach über den Ticketshop der Staatstheater gebucht werden können.

Wir sind uns bewusst darüber, dass wir im Moment noch keine Angebote für alle Barrierefreiheitsbedarfe anbieten können. Dies ist erst der Anfang eines langfristigen Prozesses. Wir laden Sie ein, sich mit uns auf diesen Weg zu machen!

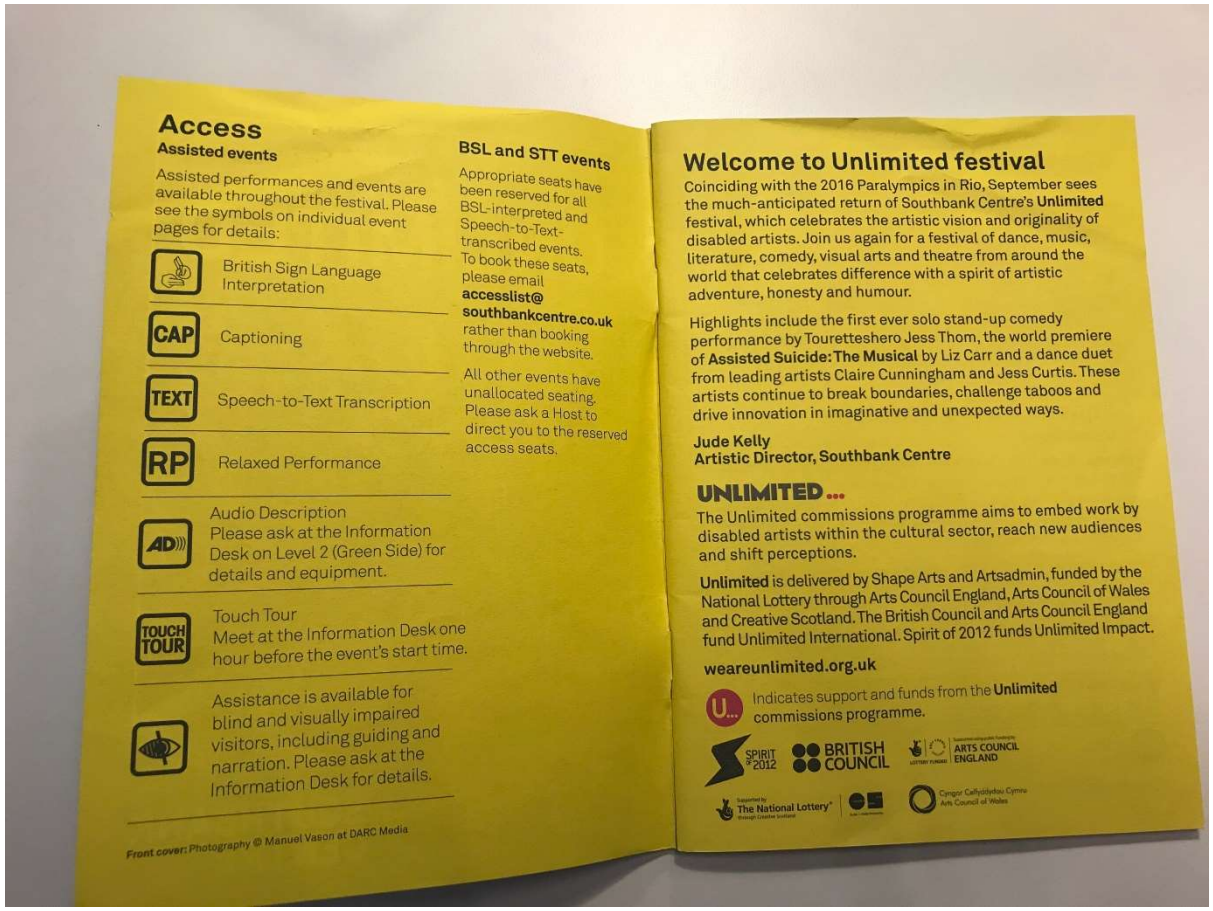
Kontakt für Fragen zu Barrierefreiheit

Ece Tufan
Mobil +49 176 587 685 11
Festnetz +49 511 9999 2509
Mail barrierefreiheit@theaterformen.de

Hinweis: Die im Folgenden genannten Informationen beziehen sich auf das vergangene Festival Theaterformen 2022 in Braunschweig. Ab Mai 2023 finden Sie hier die entsprechenden Informatio-

- https://www.theaterformen.de/barrierefreiheit

Best practice-Beispiel: Programmheft



Access

Assisted events

Assisted performances and events are available throughout the festival. Please see the symbols on individual event pages for details:

- British Sign Language Interpretation
- CAP — Captioning
- TEXT — Speech-to-Text Transcription
- RP — Relaxed Performance
- AD — Audio Description. Please ask at the Information Desk on Level 2 (Green Side) for details and equipment.
- TOUCH TOUR — Touch Tour. Meet at the Information Desk one hour before the event's start time.
- Assistance is available for blind and visually impaired visitors, including guiding and narration. Please ask at the Information Desk for details.

BSL and STT events

Appropriate seats have been reserved for all BSL-interpreted and Speech-to-Text-transcribed events. To book these seats, please email **accesslist@southbankcentre.co.uk** rather than booking through the website.

All other events have unallocated seating. Please ask a Host to direct you to the reserved access seats.

Front cover: Photography © Manuel Vason at DARC Media

Welcome to Unlimited festival

Coinciding with the 2016 Paralympics in Rio, September sees the much-anticipated return of Southbank Centre's **Unlimited** festival, which celebrates the artistic vision and originality of disabled artists. Join us again for a festival of dance, music, literature, comedy, visual arts and theatre from around the world that celebrates difference with a spirit of artistic adventure, honesty and humour.

Highlights include the first ever solo stand-up comedy performance by Touretteshero Jess Thom, the world premiere of **Assisted Suicide: The Musical** by Liz Carr and a dance duet from leading artists Claire Cunningham and Jess Curtis. These artists continue to break boundaries, challenge taboos and drive innovation in imaginative and unexpected ways.

Jude Kelly
Artistic Director, Southbank Centre

UNLIMITED...

The Unlimited commissions programme aims to embed work by disabled artists within the cultural sector, reach new audiences and shift perceptions.

Unlimited is delivered by Shape Arts and Artsadmin, funded by the National Lottery through Arts Council England, Arts Council of Wales and Creative Scotland. The British Council and Arts Council England fund Unlimited International. Spirit of 2012 funds Unlimited Impact.

weareunlimited.org.uk

U... Indicates support and funds from the **Unlimited** commissions programme.

SPIRIT 2012 · BRITISH COUNCIL · ARTS COUNCIL ENGLAND · The National Lottery · Cyngor Celfyddydau Cymru Arts Council of Wales

- https://weareunlimited.org.uk/

Best practice-Beispiel: Access-Video Festival Edinburgh

https://www.youtube.com/watch?v=QxEJqv4id3U&t=1s

Erfahrungs-bericht Amy

Beratung von zwei Kindertheaterproduktionen, die zugänglich sind für blindes und sehbehindertes Publikum:

„Das Mädchen, das den Mond trank“, Junges Schauspiel Düsseldorf

„Grusel“, pulk fiktion mit KJT Dortmund

https://www.dhaus.de/programm/a-z/das-maedchen-das-den-mond-trank/

https://www.theaterdo.de/produktionen/detail/grusel/

2 Grundsätze für die Entwicklung sinnvoller Maßnahmen zur Senkung von Barrieren

1. Kontakt mit Mitgliedern der jeweiligen Merkmalgruppe / Dialog / offen für Kritik
2. „Bild der Reise“

Das Bild der Reise als Leitprinzip

Stellt euch den Besuch Eures Hauses als Reise vor!

Kontakt

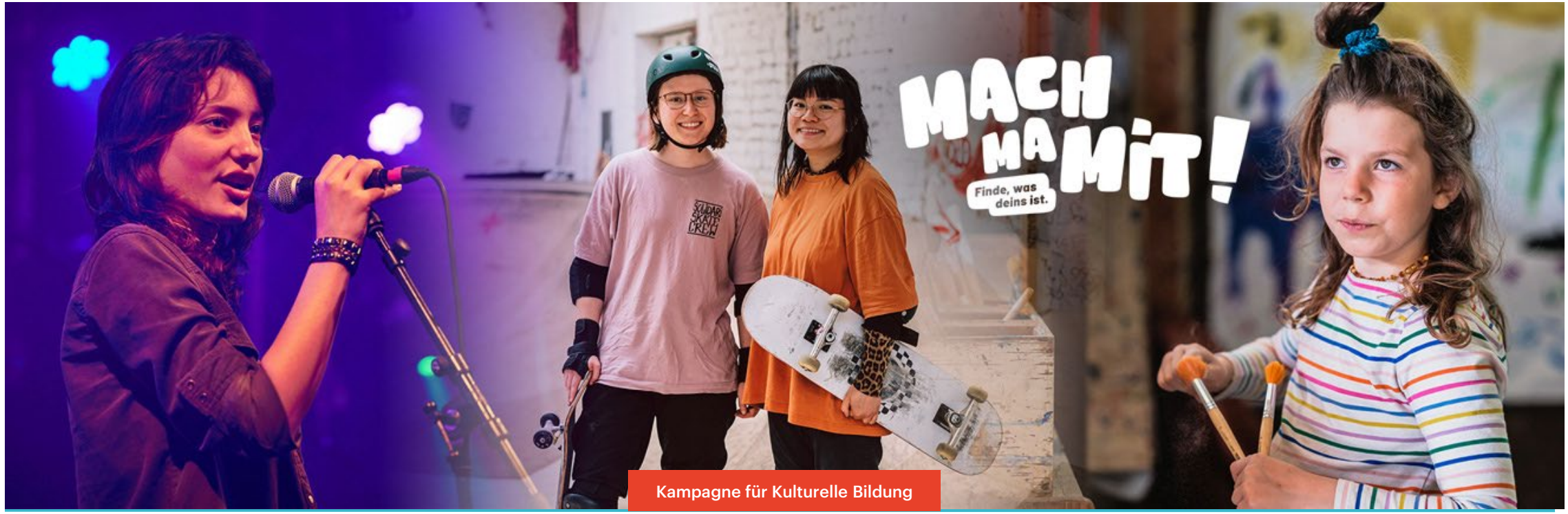
Un-Label
Hosterstr. 1-5• 50825 Köln • Deutschland

Charlott Dahmen
Email: charlott@un-label.eu

Amy Zayed
Email: amy.zayed@gmx.de

Website: http://un-label.eu

Facebook: https://www.facebook.com/un.label.eu/
Instagram: unlabel_performingarts_company



MACH MA MIT!

Ein Projekt der

bkj Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e.V.

Gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

durch das

ZUKUNFTS-PAKET

21.10.2023

Inhalt

- Aktueller Stand: Was passiert gerade?
- Hintergrund
- Ziele
- Maßnahmen und Produkte
- Ausblick: Was bleibt?

Zeitstrahl

Bewilligung, Auftakt, Konzeption
01.08.: Website, Kommunikation mit Fach-strukturen
01.09.: Start für Kinder und Jugendliche
Sept.: Schul-marketing, CLP, Social Media, Festivals
Bis Mitte Dezember: Social Media

Aktueller Stand der Mulitchannel-Kampagne

- Website: über 400.000 Native Clicks, 90 Prozent durch SoMe
- Karte: 4.000 Orte Kultureller Bildung
- ca. 3.500 Ausstattungspakete verschickt
- Social Media: Insgesamt 1.000 Follower*innen auf allen Kanälen
- ca. 13 Millionen Ad-Einblendungen/pro Woche
- Influencer*innen: 97.000 Personen erreicht, 149.000 Impressionen
- 1.300 City-Light-Poster in 18 Städten
- 650 Schulen und 600 Kitas in 20 Städten
- 13 von 15 Festivals bereits stattgefunden mit jeweils mehreren 100 Besucher*innen

Hintergrund

- Förderung durch „Zukunftspaket für Bewegung, Kultur und Gesundheit“ des BMFSFJ
- BKJ als Dachverband
- Begrifflichkeit Kultureller Bildung
- Zielstellungen

Ziel der Kampagne ist es, Kulturelle Bildung für Kinder und Jugendliche sowie für eine breite Öffentlichkeit sichtbar zu machen.

Maßnahmen und Produkte

- Grundlage: Testimonials
- Website
- Ausstattungspakete
- Social Media Kanäle
- Influencer*innen
- CLP Kampagne
- Schulmarketing
- Festivals
- Fortbildungen

Die Testimonials

Andrej

Alter: 14

Wohnort: Bad Honnef

Projekt: Bad Honnef tanzt e.V.

Sparte: Tanz / Hip Hop

Andrej kommt aus Kiew, durch das Tanzen hatte er einen guten Start in Deutschland und hat hier seine Liebe zum Hip Hop entdeckt hat.

Ada

Malinka

Alter: 10

Wohnort: Golchen

Projekt: WaWiTo

Sparte: Malen, Theater

Ada und Malinka malen gerne am Bach, klettern und spielen, sie lieben es auf der Bühne zu stehen und Theater zu spielen.

Die Testimonials

Thảo

Nele

Alter: 20

Wohnort: Magdeburg

Projekt: SolidariSkate Crew

Sparte: Skateboarding

Nele und Thao sind in der selbstorganisierten FLINTA* Crew SolidariSkate aktiv, schaffen Räume für FLINTA* Personen und organisieren Skate Sessions und Skate Festivals.

Friederike

Alter: 18

Wohnort: Schwerin

Projekt: Jugendsinfonieorchester Schwerin

Sparte: Musik, Orchester

Sie spielt Fagott und Geige, ist Mitglied in diversen Jugendorchestern und Jugendmusik Botschafterin für eine aktive Gemeinschaft und Zusammenhalt.

Die Testimonials

Nusejba

Alter: 11

Wohnort: Berlin

Projekt: die gelbe Villa

Sparte: Nähen und Malen

Sie näht gerne in der Nähwerkstatt oder malt in der Kunstwerkstatt und hat viele Freunde in der gelben Villa gefunden.

Jacky

Lenn

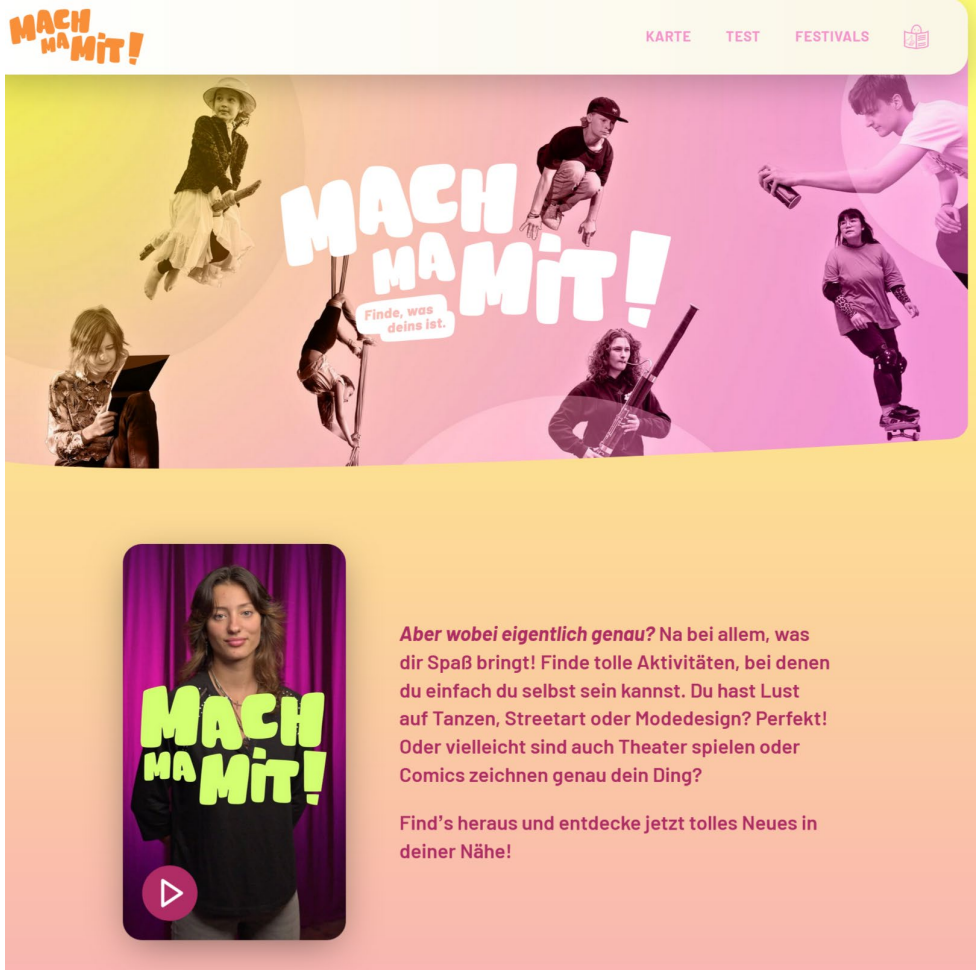
Alter: 16 & 19

Projekt: Pink Pop e.V.

Sparte: Musik/Band und Graffiti

Lenn macht Graffiti und leitet bereits einen eigenen Kurs, Jacky ist Frontsängerin in der Alternativ Rockband Awaken.

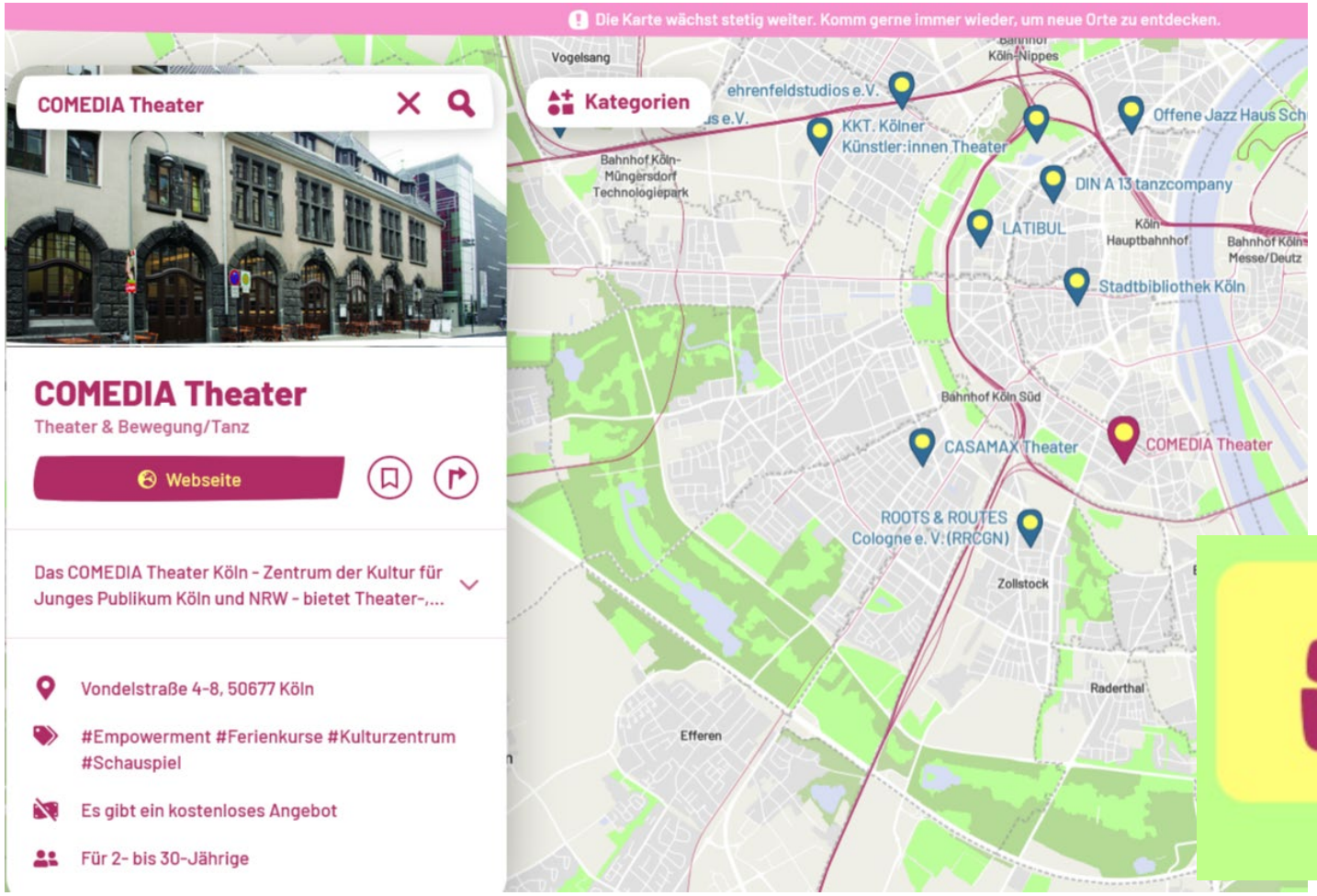
Website


MACH MA MIT!
KARTE
TEST
FESTIVALS
MACH MA MIT!
Finde, was deins ist.
MACH MA MIT!
Aber wobei eigentlich genau? Na bei allem, was dir Spaß bringt! Finde tolle Aktivitäten, bei denen du einfach du selbst sein kannst. Du hast Lust auf Tanzen, Streetart oder Modedesign? Perfekt! Oder vielleicht sind auch Theater spielen oder Comics zeichnen genau dein Ding?
Find's heraus und entdecke jetzt tolles Neues in deiner Nähe!

Website

MITMACH KARTE
Hier gibt es jetzt viele coole Aktivitäten in ganz Deutschland, die nur darauf warten, von dir ausprobiert zu werden. Du hast Lust auf Tanzen, Malen oder auch Graffiti und Skateboarden? Perfekt! Entdecke dein Ding und hab jede Menge Spaß!
Zur Mitmach-Karte

Website – Karte der Orte



Theater

Knapp 300 professionelle Kinder- und Jugendtheater

als selbstständige Theater, Sparten an Staats-, Stadt- und Landestheatern, Freie Theater und Privattheater zählt die deutsche ASSISTEJ unter ihren Mitgliedern

Über 450 Theatergruppen im Kinder- und Jugendtheaterbereich

sind im Bund Deutscher Amateurtheater aktiv

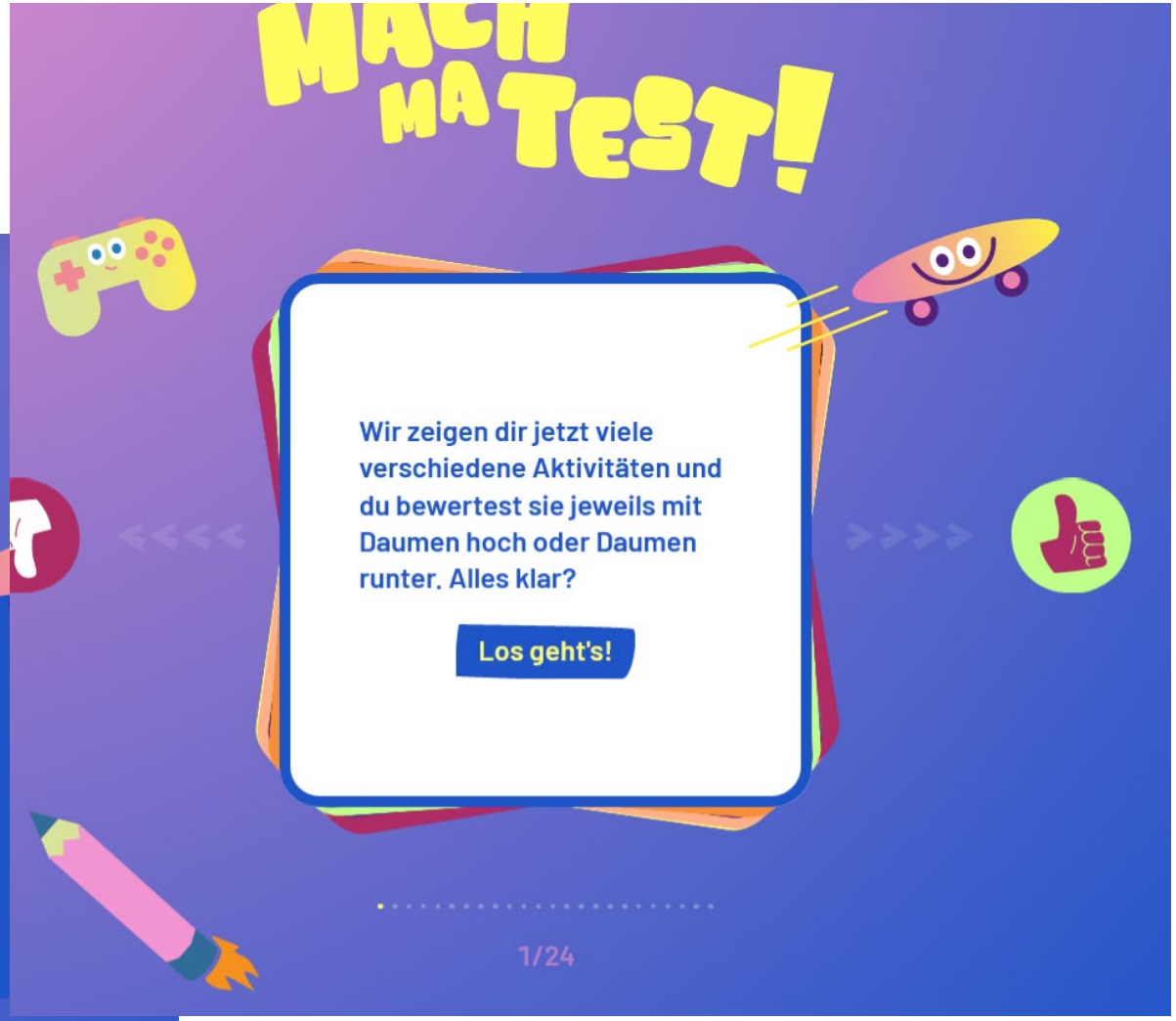
Aktuell in Karte vertreten

502

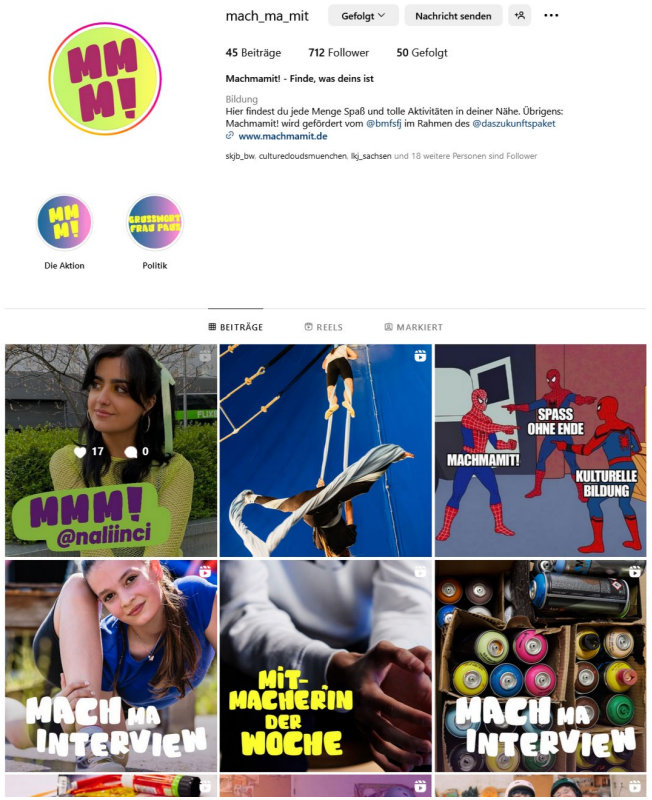
THEATER

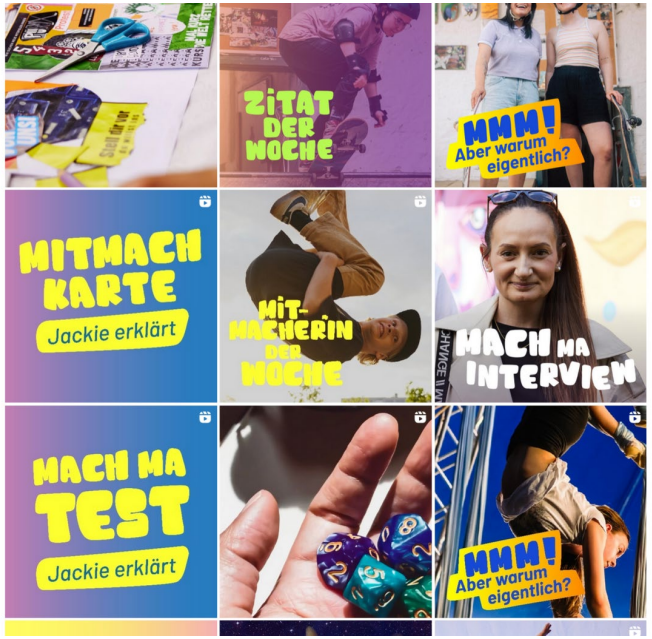
Website

MACH MA TEST!
Du bist auf der Suche nach einem neuen Hobby, aber weißt noch nicht genau, welches am besten zu dir passt?
Dann ist unser MACHMAMIT!-Test genau das Richtige für dich!
Musizieren? Kreativ sein? Oder was mit ganz viel Action?!
Hier findest heraus, was dein Ding ist.
Test starten

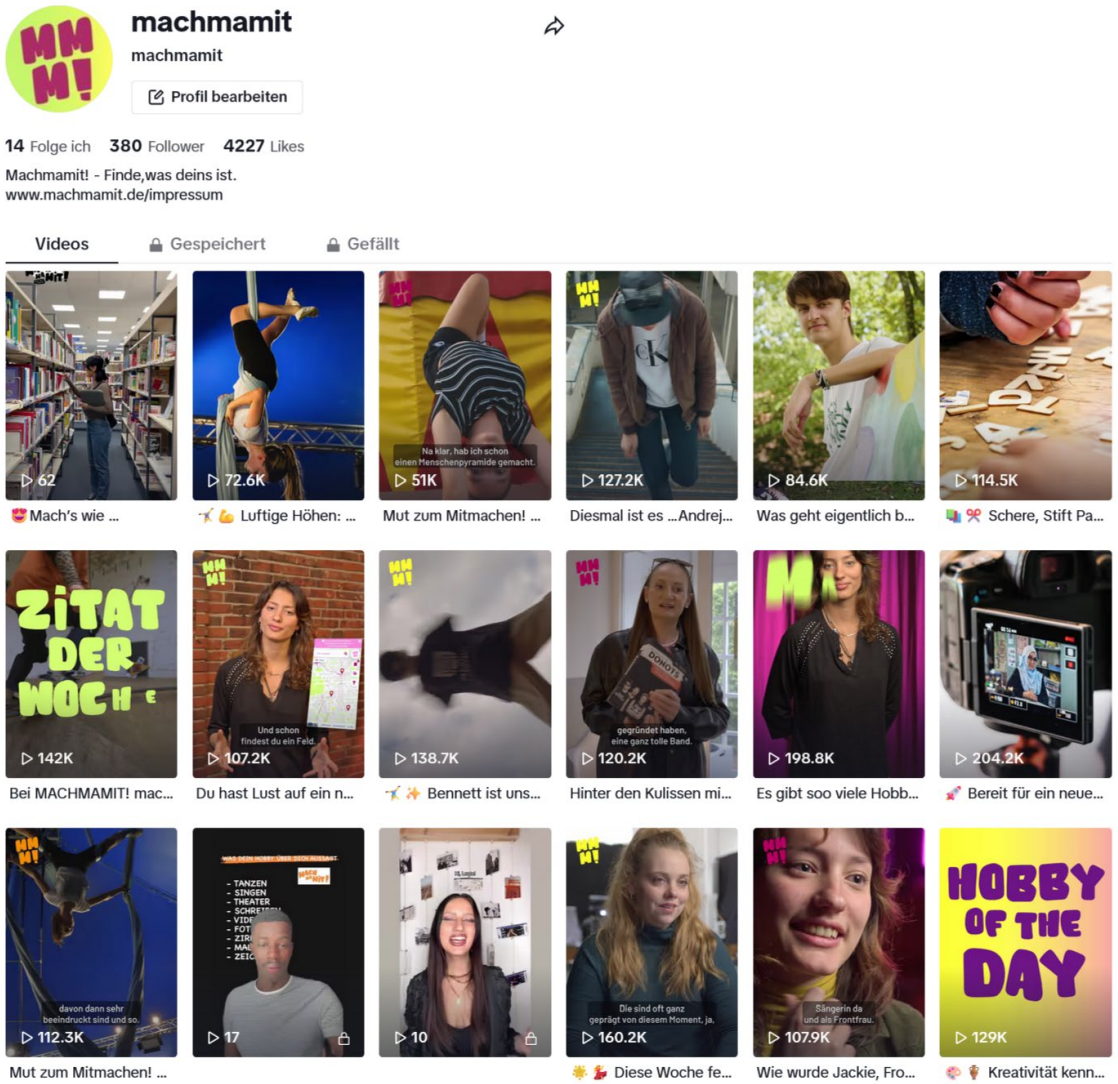

MACH MA TEST!
Wir zeigen dir jetzt viele verschiedene Aktivitäten und du bewertest sie jeweils mit Daumen hoch oder Daumen runter. Alles klar?
Los geht's!
1/24

Social Media – Instagram





Social Media – TikTok



Influencer*innen

- 15 Influencer*innen, TikTok und Instagram
- unterschiedliche Reichweiten
- Mikro-Influencer*innen
- aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen

Schulmarketing

- 20 Städte
- zehn größte Städte
- Armutslage
- Regionale Verteilung

- 600 Kitas
- 350 Grundschulen
- 300 Oberschulen

CLP Kampagne

- 18 Städte

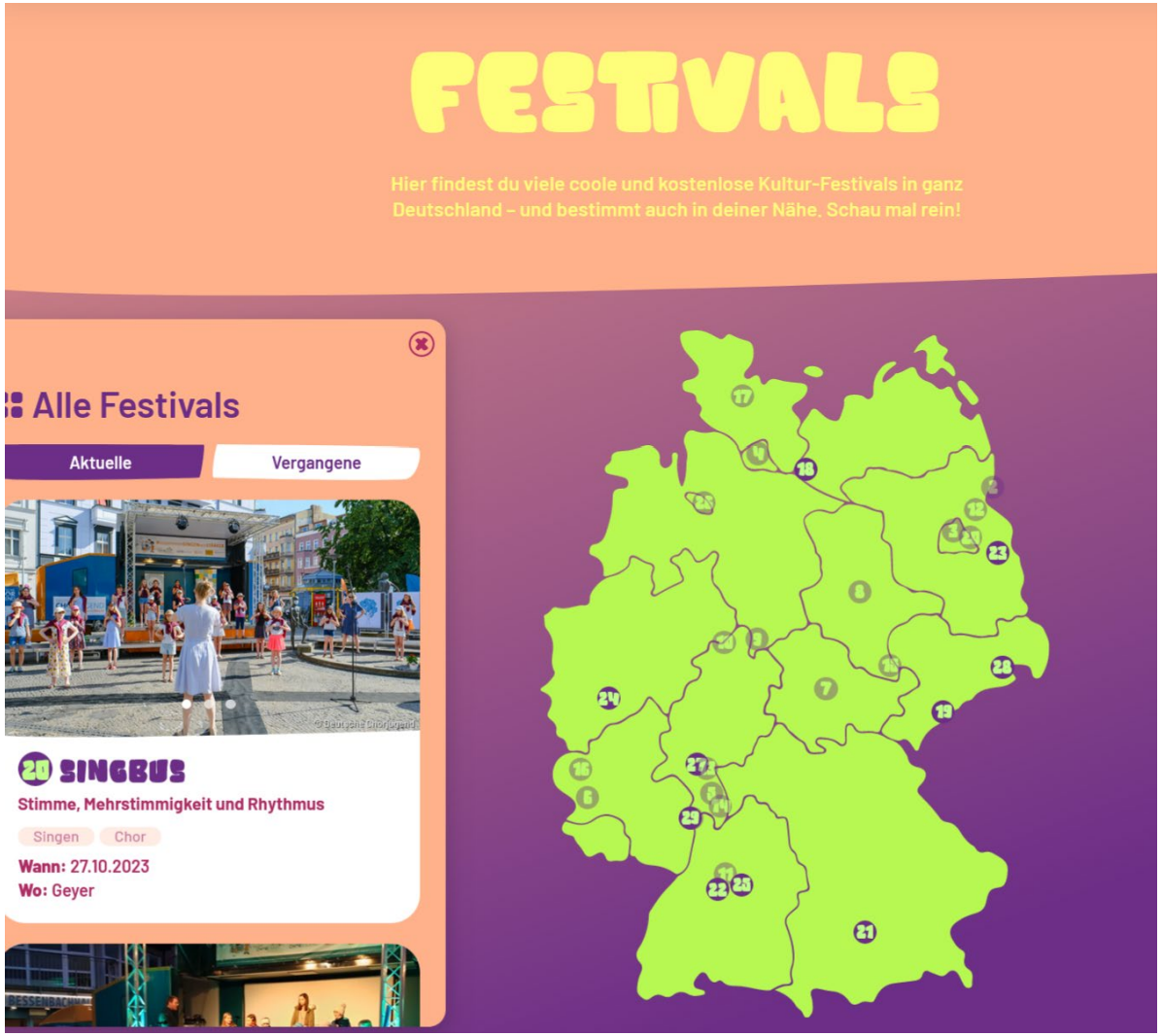
Ausstattungspaket und Mika und Flopp

Festivals

- 15 Festivals
- Förderung
- in NRW:

29. September bis 2. Oktober 2023: Festival junge Kultur, Landkreis Höxter

Bei dem mehrtägigen Festival der Landesarbeitsgemeinschaft Arbeit Bildung Kultur NRW e. V. können junge Menschen sich in verschiedenen Werkstätten kreativ ausprobieren, z. B. im Songwriting, Masken- und Handpuppenbau oder jonglieren.



Fazit und Fragen

Vielen Dank

Kontakt

030 48 48 60-60
kampagne@bkj.de

Weitere Informationen

www.bkj.de/kampagne

www.machmamit.de

MACH MA MIT!

Finde, was deins ist.

Bilder: BKJ | Andi Weiland; BKJ | Anna Spindelndreier

Imp:act

"Impact: Wirkung, Wucht"; "to act: schauspielern, handeln"

Wir sind imp:act - die Brücke zwischen Theaterkollektiven und Rest der COMEDIA und wirken an der Weiterentwicklung des Hauses mit!

Wir? Das sind aktuell:

Judith Abrahams, Malte Halling, Lisa Hinz, Florentine Nies, Simon Zerzawy

In dieser Gruppe treffen wir uns seit November 2022 (fast) jeden Freitag von 17-19 Uhr.

Nach einer langen Findungsphase voller Fragen - Wer macht alles mit? Wann treffen wir uns? Was wollen wir überhaupt? etc. - haben wir uns schließlich unsere erste Aufgabe gesucht:

Die Mitgestaltung des BOHEI- Festivals 2023!

Und jetzt möchten wir uns darauf konzentrieren, das Theater noch attraktiver für alle Besucher*innen zu gestalten, beispielsweise hinsichtlich Barrierefreiheit, einladender Einrichtung und kreativer Atmosphäre.

Kontakt: Florentine Nies und Simon Zerzawy impact@comedia-koeln.de

D R A M A C O N T R O L

„Wir sind die Drama Control des Jungen Schauspielhaus Bochum und haben entschieden, dass dieser Ort, das Theaterrevier, ein Ort für alle sein sollte.“

Das Theaterrevier ist ein Ort, an dem sich die kreative und künstlerische Freiheit entfalten kann. Ein geschützter Bereich für Kinder und Jugendliche, die dort ihre Regeln gemeinschaftlich aushandeln und selbst bestimmen. Ein Weg des Miteinanders, der dazu beiträgt, auf das gesellschaftliche Zusammenleben, auch innerhalb der Welt der Erwachsenen, vorbereitet zu sein.

Im Theaterrevier wird die Macht der künstlerischen Gestaltung den Kindern und Jugendlichen übergeben. Um dies zu gewährleisten gibt es im Theaterrevier einen 15-köpfigen Jugendaufsichtsrat, genannt Drama Control. Deren Mitglieder können Themen und Projekte vorschlagen, Künstler*innen kennenlernen, konkrete Handlungsanweisungen an das Team des Theaterreviers geben sowie den Spielplan, künstlerischere Prozesse und die Kommunikation des Hauses mitgestalten. Dafür schreiben die 15 Mitglieder der Drama Control an einem Manifest, das ihre Regeln und ihre Visionen des Theaterrevieres beinhalten wird. Alle Künstler*innen und Mitarbeiter*innen des Theaterreviers werden dieses Manifest unterschreiben und sich daran halten müssen.

Kontakt: Annika Bohde annikatoyahbode@gmail.com

Till Schäfer till.schaefer1609@gmail.com