

*Betreff:***Planungsstand zu den Vorbereitungen des Architektenwettbewerbs
für das Haus der Musik: Konzept "Dritter Ort" / Künstlerisches
Konzept / Raumkonzept***Organisationseinheit:*Dezernat IV
41 Fachbereich Kultur und Wissenschaft*Datum:*

06.11.2023

*Adressat der Mitteilung:*Stadtbezirksrat im Stadtbezirk 130 Mitte (zur Kenntnis)
Ausschuss für Planung und Hochbau (zur Kenntnis)
Mitteilungen außerhalb von Sitzungen (zur Kenntnis)**Sachverhalt:**

Die dem Ausschuss für Kultur und Wissenschaft vorgelegte DS 23-22401 wird dem Stadtbezirksrat im Stadtbezirk 130 Mitte und dem Ausschuss für Planung und Hochbau zur Kenntnis gegeben.

Prof. Dr. Hesse

Anlage/n:

DS Nr. 23-22401

Betreff:

**Planungsstand zu den Vorbereitungen des Architektenwettbewerbs
für das Haus der Musik: Konzept "Dritter Ort" / Künstlerisches
Konzept / Raumkonzept**

Organisationseinheit: Dezernat IV 41 Fachbereich Kultur und Wissenschaft	Datum: 06.11.2023
--	----------------------

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Status
Ausschuss für Kultur und Wissenschaft (zur Kenntnis)	16.11.2023	Ö

Sachverhalt:

Die Darstellungen des Planungsstandes werden wie folgt gegliedert:

0. Vorbemerkung
1. Aktueller Planungsstand
 - 1.1 Planungsmittel für Auftragsvergaben
 - 1.1.1 Beauftragung der *Struktur-Förderung Braunschweig GmbH (SFB)*
 - 1.1.2 Dritter Ort
 - 1.1.3 Künstlerisches Konzept
 - 1.1.4 Beteiligung
2. Raumkonzepte Städtische Musikschule und Konzertsaal
 - 2.1 Das Raumkonzept der Städtischen Musikschule
 - 2.2 Raumkonzept des Konzerthauses
 - 2.2.1 Die unterschiedlichen Saalformen in Konzerthäusern
 - 2.2.2 Die Infrastruktur: Konzertsaal, Bühne, Backstage, Funktionsräume
3. Das „Haus der Musik“ als „Dritter Ort“
4. Künstlerisches Konzept: Zielgruppen, Formate, Kuratierung und Partizipation
 - 4.1 Herangehensweise zur Struktur des Programms
 - 4.2 Zielgruppen, Formate, Kuratierung
 - 4.3 Feste Bestandteile des Programms
 - 4.4 Konzertveranstalter, Tourneebetrieb, Stakeholder
5. Konzept „Kulturexperten“
 - 5.1 Programmatik und Profilierung
 - 5.2 Charakter der Betriebsführung
 - 5.3 Das „Braunschweiger Profil“
 - 5.4 Programmbestandteile vor dem Hintergrund von Belegungstagen
6. Infrastrukturelle Empfehlung von Kulturexperten für den Konzertsaal
 - 6.1 Sitzplatzkapazitäten des Konzertsals

- 6.2 Einbau einer Konzertorgel
- 7. Betreiberstruktur/Governance
- 8. Standort: Neues Stadtquartier mit dem „Haus der Musik“
- 9. Weiteres Vorgehen
 - 9.1 Architektenwettbewerb
 - 9.2 Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern

Vorbemerkung

Der Rat hat am 21.03.23 (Drs. Nr. 23-20743-05) den Grundsatzbeschluss für die Planungen einer kombinierten Neuerrichtung der Städtischen Musikschule zusammen mit einem 1.000-Sitzplatz-Konzertsaal in Form eines zu etablierenden sog. „Dritten Ortes“ getroffen. Der finale Umsetzungsbeschluss soll nach Abschluss des im Januar 2024 beginnenden Architektenwettbewerbs für Ende 2025 vorbereitet werden.

Wie im o.g. Beschluss vorgesehen, berichtet die Verwaltung dem Rat laufend zum Projektstand. Zuletzt mit der Drs. 23-22189 über das Ergebnis des Haushaltsausschusses des Deutschen Bundestages zur Vorlage bei der Staatsministerin für Kultur und Medien im Bundeskanzleramt (positiver Bescheid auf Antrag der Verwaltung Antrag auf Förderung i.H.v. 500.000 € Planungsmittel).

Mit dieser Förderzusage aus dem *Programm "Investitionen für nationale Kultureinrichtungen in Deutschland"* (INK) wurde bereits in der jetzigen Planungsphase durch den Bund anerkannt, dass es sich bei dem geplanten Kombinationsbau von Musikschule und Konzertsaal um eine Kultureinrichtung von nationaler Bedeutung handelt.

Neben der Anerkennung der Konzeption - Symbiose einer schulischen Einrichtung mit einem professionellen Konzertbetrieb, in Ergänzung um einen sog. Dritten Ort - durch den Bund, hatte bereits die actori-Studie, für die Untersuchung, ob Braunschweigs kulturelle Infrastruktur um einen Konzertsaal ergänzt werden solle, herausgearbeitet, dass - bezogen auf die Tourismuseffekte - rund 10% der Besuchenden des Konzerthauses nationale Gäste sind. Actori hatte in der „*Markt- und Potenzialanalyse für ein großes Konzerthaus in Braunschweig*“ hierzu Städte zum Vergleich herangezogen, in denen Konzerthäuser in der jüngsten Vergangenheit errichtet wurden.

Anhand der vergleichenden Studie wurde deutlich, dass die Attraktivität der Stadt als Wohn- und Geschäftsstandort erhöht wird, und mit einer Bekanntheitssteigerung sowie kulturellen Belebung der Region einhergeht.

Darüber hinaus kann dieses Projekt - gerade auch im Vergleich mit anderen Großstädten - eine Lücke im Veranstaltungskanon schließen, die bereits bei der Auswertung der Bürgerumfrage sowie der Fach- und Führungskräfte eine Rolle gespielt hat, in der Konzerte als fehlendes Kulturangebot genannt werden (Bürgerumfrage und Führungskräfte-Befragung zum Kulturangebot in der Stadt Braunschweig, Auswertungsbericht Oktober 2020).

1. Aktueller Planungstand

Das Projekt befindet sich entsprechend der in Drs. Nr. 23-20743-05 dargelegten Planung im Zeitplan.

Die Verwaltung legt, wie im Ratsbeschluss gefordert, mit dieser Mitteilung einen ersten umfassenden Bericht der in den letzten Monaten erarbeiteten inhaltlichen Konzeptbausteine vor, der die Grundlage für das Raumprogramm und damit für den auszulösenden Architektenwettbewerb bildet. Aufgrund des Detaillierungsgrades werden diese Informationen den zuständigen Fachausschüssen AfKW und APH und dem Stadtbezirksrat 130 vorgelegt.

1.1. Planungsmittel und Auftragsvergaben

Für die Erarbeitung der im folgenden dargestellten Konzeptbausteine

- Raumkonzept
- Konzept „Dritter Ort“ sowie
- Künstlerisches Konzept,

sind im Haushaltsplan Planungskosten in Höhe von 500.000€ (Projekt 3E.210022) hinterlegt.

1.1.1. Beauftragung der Struktur-Förderung Braunschweig GmbH (SFB)

Im ersten Schritt wurde die SFB am 18./31.07.2023 mit der Vorbereitung und Begleitung der Durchführung eines Architektenwettbewerbs gem. RPW 2013 sowie der Koordinierung der Abhängigkeiten zum B-Plan-Verfahren und Erarbeitung der Grundlagen für die Erstellung einer abschließenden Gremienvorlage für das „Haus der Musik“ beauftragt. In diesem Zuge wurden die Raumbedarfe von der SFB zu einem Raumkonzept zusammengeführt und mit dem FB 20 abgestimmt.

1.1.2. Dritter Ort

Für die Erarbeitung des Konzeptes „Dritter Ort“ wurde nach einer Ausschreibung das niederländische Büro includi im Juni 2023 beauftragt. Obwohl es in der Bundesrepublik inzwischen zahlreiche sog. Dritte Orte gibt, beispielsweise in Bibliotheken, sind Experten und Büros mit einer Expertise für die Entwicklung rar. Das Büro includi aus Groningen verfügt über Erfahrungen, insbesondere hinsichtlich der begleitenden Prozesse und der Bedarfsanalyse.

1.1.3. Künstlerisches Konzept in Abstimmung mit dem Raumkonzept des Konzertaals

Die Agentur KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH, Essen, hat das künstlerische Veranstaltungskonzept erarbeitet und dafür europaweit Interviews mit Experten geführt, die für Programmstrukturen in Musikhäusern und Konzertsälen verantwortlich zeichnen. Darüber hinaus verfügt Kulturexperten Dr. Scheytt GmbH über langjährige Erfahrungen in der Planung und Begleitung von Kulturbauten, sodass die künstlerischen Anforderungen auch immer wieder hinsichtlich der Bühneninfrastruktur oder der für Orchesterauftritte benötigten Infrastruktur hinter der Bühne (backstage) mit Kulturexperten gespiegelt wurden. Ebenso mit der Stadthallen GmbH.

Die Ergebnisse sind in das *Raumkonzept des „Hauses der Musik“ eingeflossen.*

Die dem Ausschuss für Kultur und Wissenschaft am 06.11.2023 in Form von Vorträgen vorgestellten Konzepte *Künstlerisches Konzept* und Matrix mit Zielgruppen, das *Konzept „Dritter Ort“* sowie das *Raumkonzept* sind dieser Mitteilung als *Anlagen 1-3* beigefügt.

Im Folgenden werden diese Konzepte und das Raumkonzept zusammengefasst vorgestellt. Zum „Künstlerischen Konzept“ wurden die Inhalte dem Konzept von *Kulturexperten* entnommen.

1.1.4. Beteiligung

Der Ratsbeschluss vom 21.03.2023 hat die Verwaltung beauftragt, Beteiligungsformate für die Bürgerinnen und Bürger vorzusehen, um auf dieser Basis insbesondere das Konzept des „Dritten Ortes“ für das „Haus der Musik“ zu entwickeln. Das Vorgehen zur Bürgerbeteiligung wird im Abschnitt über den Konzeptbaustein „Dritter Ort“ dargelegt.

2. Raumkonzepte Städtische Musikschule und Konzertsaal

Die Verwaltung legt nunmehr die Raumkonzepte für das „Haus der Musik“ insgesamt vor; darin das Raumkonzept für die Städtische Musikschule, das Konzerthaus sowie des „Dritten Ortes“.

Das Herzstück des „Hauses der Musik“ ist die Städtische Musikschule. Die drei Standorte, die zudem nur eingeschränkt nutzbar sind, aber auch die perspektivische Weiterentwicklung der Musikschule, waren Ausgang und Beginn der Neukonzeption. Mit der Drs. 19-10104-01 (Zukunftsconcept für die Städtische Musikschule Braunschweig – Start der Konzeptionsumsetzung für ein "Zentrum der Musik") hat der VA 2019 dem darin abgebildeten Anforderungsprofil für einen zukunftsorientierten Lehrbetrieb der Musikschule – an einem Standort – grundsätzlich zugestimmt.

Zu den Bestandteilen des Raumkonzepts (Musikschule, Konzerthaus, „Dritter Ort“) wird hier noch einmal auf die Beschlussvorlage für den Rat vom 21. März 2023 sowie die Anlagen, u.a. auf die vorausgegangene Studie des Münchener Büros *actori*, verwiesen (Drs.-Nr: 23-20743).

2.1. Das Raumkonzept der Städtischen Musikschule

Für die Entwicklung des Raumkonzepts wurde das Raumprofil der Städtischen Musikschule analysiert und evaluiert. Es wurden noch einmal potenzielle Zuwächse und Wartelisten der Instrumentengruppen zugrunde gelegt, um das Raumkonzept nicht aus dem jetzigen Status quo zu entwickeln, sondern auch perspektivische Entwicklungen zu ermöglichen.

Im Ergebnis sind keine weiteren Parameter zum bereits vorhandenen und vom VA beschlossenen Anforderungsprofil hinzugekommen, die eine Um- oder Neuplanung erforderlich gemacht hätten. Zudem werden die sich aus der Warteliste ergebenden Bedarfe in den Raumforderungen berücksichtigt (siehe Drs. Nr. 23-20594-01).

Somit kann das 2019 beschlossene Zukunftskonzept der Musikschule im erarbeiteten Raumkonzept umgesetzt werden. Zur gemeinsamen Nutzung von Räumen der Musikschule durch den „Dritten Ort“, s. unter „**Das Haus der Musik als Dritter Ort**“.

Umzusetzende Bausteine für die pädagogische Arbeit der Musikschule entsprechend des Zukunftskonzepts:

- a) Ausbau der elementaren Musikpädagogik,
- b) umfangreicheres Angebot von Ensembleunterricht, Bandspiel und besonderer Schwerpunkt in der Orchesterarbeit,
- c) Implementierung von Konzepten zur Berufsnachwuchssicherung (u.a. Regelunterricht in Musiktheorie und Gehörbildung),
- d) Angebotsentwicklung für weitere Zielgruppen und gesellschaftliche Milieus,
- e) Entwicklung von Angeboten unter zentralem Einsatz von neuen Medien (Ton-, Licht- und Videotechnik, Musikproduktionen etc.),
- f) Aufnahme und Integration aktueller inhaltlicher Bedarfe, wie u.a. eine verstärkte Ausrichtung auf den Tanz

Das musikpädagogische Zukunftskonzept wurde in das Raumkonzept des „Hauses der Musik“ transformiert. Das daraus abgeleitete Raumkonzept berücksichtigt einen sachgerechten und zeitgemäßen Musikschulbetrieb, der zukünftig weiterentwickelt und aktuelle Tendenzen berücksichtigen kann.

Im Folgenden sind die einzelnen Raumgruppen und ihre Nutzung skizziert:

A I.: Konzertsaal sowie Multifunktionssaal/Kammermusiksaal der Musikschule

Konzertsaal der Musikschule

Das zukünftige Raumkonzept gibt der Musikschule die Möglichkeit, Proben und Konzerte im Konzertsaal der Musikschule durchzuführen. Ergänzt um einen Multifunktionssaal/Kammermusiksaal, welcher der Musikschule derzeit überhaupt nicht zur Verfügung steht. Zukünftig wird es daher möglich sein, dass Proben und Aufführungen u.a. der Ensembles durch die Musikschule autark organisiert werden können. Das wird die musikpädagogische Arbeit grundsätzlich ändern, unterstützen und in ihrer Qualität steigern, was allein schon durch den unabhängigen Zugriff auf Probenkapazitäten eröffnet wird.

Der *Konzertsaal der Musikschule*, der während der Unterrichtszeit kontinuierlich als Probensaal, beispielsweise für das Jugendsymphonieorchester, die Bigband der Musikschule sowie für alle weiteren größeren und kleineren Ensembles nutzbar ist, wird darüber hinaus auch an Abenden und Wochenenden für Konzerte der Städtischen Musikschule zur Verfügung stehen. Zudem kann der Konzertsaal der Musikschule jenseits der Unterrichtszeiten und in den Ferien vermietet werden. Der Saal wird eine Raumgröße von ca. 400 m² haben und damit Platz für ein großes Orchester, dem JSO, und Platz für rd. 200 Besucherinnen und Besucher bieten.

Multifunktionssaal/Kammermusiksaal der Musikschule

Für den Kammermusiksaal sind 80 m² eingeplant. Kammermusik erfordert kompakte räumliche Qualitäten, die zuvorderst durch die akustische Beschaffenheit des Raums und dessen Flexibilität gekennzeichnet sind. Hinzu kommt die Nähe der Musizierenden zum Publikum. Insbesondere neuere und digitale Musik benötigt nicht zuvorderst die Qualitäten eines größeren Konzertaals, sondern findet im kompakteren Raum größeren Anklang bzw. die erforderlichen atmosphärischen Qualitäten.

In diesem Saal soll zuvorderst den kleinen Ensembles der Musikschule eine Heimat gegeben werden. Die jungen Musizierenden werden hier an die Auftrittssituation herangeführt. Zudem ist er die praktische Ergänzung der Bespielung des Konzertaals der Musikschule, da er u.a. flexible zusätzliche Probensituationen schafft.

Diesen beiden Sälen sind Register- und Stimmräume zugeordnet, die zur Bespielung erforderlich sind. Die Dokumentation der Auftritte wird zukünftig durch ein **Tonstudio** mit 15 qm² möglich sein. Dies wird zuvorderst die Auftrittsverarbeitung in der Unterrichtssituation erleichtern, aber auch der Publikation der Auftritte der Städtischen Musikschule dienen können. Das mit den Sälen verbundene Café und Foyer wird die Aufenthaltsqualität während des Musikschulbetriebs und der Proben steigern und die Aufführung von Konzerten positiv flankieren.

A II. Unterrichtsräume

Die Musikschule verfügt aktuell – wie im Zukunftskonzept dargestellt – über einen Flächen-IST-Stand von 1.600 m². Darin stehen derzeit 20 Unterrichtsräume für Unterrichtsangebote im Bereich Blas-, Streich-, Tasten-, und Zupfinstrumente, Gesang sowie Musiktheorie und Ensemblespiel zur Verfügung. Durch die im Neubau geplanten 30 *Unterrichtsräume in der Raumgröße von 20 m² und 30 m²* (plus drei 50 m² große Schlagwerkräume) wird dem Unterrichtsangebot der Städtischen Musikschule zukünftig ein adäquates Raumangebot in der erforderlichen Dimensionierung zur Verfügung gestellt. Die Anzahl der geplanten Räume wurde aus den zu erteilenden Wochenunterrichtsstunden, basierend auf der Anzahl der zu unterrichtenden Kinder, abgeleitet. Zudem werden die Raumerfordernisse für zukünftige neue Formatentwicklungen abgebildet. Diese liegen beispielhaft im Bereich der digitalen oder interaktiven Musikformate. Auch die Aufnahmeverfordernisse der hochgerechneten steigenden Schülerzahlen sind inkludiert und wurden auf die Bedarfe an Unterrichtsräumen umgerechnet.

Diese zukunftsgerechten Raumstrukturen sind eine zentrale Verbesserung gegenüber den unterschiedlich großen Räumen in den derzeitigen Bestandsgebäuden, die sich nicht aus musikpädagogischen Erfordernissen ableiten, sondern sich aus dem faktischen Raumangebot der Gebäude ergeben. Die entsprechenden Defizite und deren Folgewirkungen auf den Musikschulbetrieb sind im Zukunftskonzept beispielhaft dargestellt: Dies sind u.a. räumliche Enge, fehlende Vorbereitungsmöglichkeiten, fehlende Raumakustik, unzulängliche Möglichkeiten des Ensemblespiels und ungesunde Luftqualität. Das neue Raumkonzept stellt diese Defizite ab.

Zudem eröffnet das neue Raumkonzept musikpädagogische Verbesserungen, die beispielsweise den Unterricht an Tasteninstrumenten verbessern: Es werden zukünftig – anders als in den bisherigen Räumlichkeiten – bis zu zwei Flügel und/ oder Klaviere gestellt werden können. Somit ist eine adäquate Unterrichtsteilung an hochwertigem Instrumentarium möglich. In diesen neuen Unterrichtsräumen werden u.a. auch Blechbläser und teilweise Streicher zukünftig sachgerechter unterrichtet werden können, da diese eine besonders große Klangentwicklung aufweisen und daher einer bestimmten Raumgröße bedürfen. Diese Räume können auch für kleine Ensembles und Gruppenunterrichte eingesetzt werden, was bislang nicht möglich war. Zusätzlich wird in den Unterrichtsräumen genug Platz für das Auspacken von Instrumenten mit unterschiedlich großen Instrumentenkästen existieren – ein bisheriges Defizit in der Unterrichtspraxis.

A III. Fachräume:

Über die erforderlichen Unterrichtsräume hinaus baut das Raumkonzept zusätzlich auch das Raumportfolio der *Fachräume* aus:

Vor dem Hintergrund stetig wachsender Nachfrage werden zukünftig – u.a. zwei *Fachräume* à 50 m² der *Elementaren Musikpädagogik/ Tanz mit 2 Umkleiden* zur Verfügung stehen. Gruppen von bis zu 30 Personen (z. B. Eltern-Kind-Gruppen, Workshops, Angebote für Erwachsene und Senior*innen) werden adäquaten Platz finden.

Überdies kann durch die Erweiterung des Raumkonzepts das *Fach Tanz* angeboten und unterrichtet werden. Diese Räume stehen zukünftig auch dem Theater, Singspiel und Musical zur Verfügung.

A IV. Weitere Raumverbesserungen:

Im *Lehrerzimmer* können sich zukünftig alle Lehrkräfte erstmalig regelmäßig begegnen um sich dort auf den Unterricht und gemeinsame Formate vorbereiten können. Die bisherige Zersplitterung der Städtischen Musikschule auf drei Standorte hat dies nicht ermöglicht. Das im Raumkonzept umgesetzte Ein-Standort-Konzept wird damit auch der fachgruppenübergreifenden Zusammenarbeit dienlich sein.

Noten- und Instrumentenlager werden zukünftig nicht mehr in Kellerräumen, die teilweise modrig und feucht sind, sondern adäquat und zugänglich sein.

Sog. *Wartezeonen* stehen wartenden Eltern und vor allem Schüler*innen, die aus der Schule direkt zum Unterricht kommen oder auf Eltern oder den ÖPNV warten, zur Verfügung. Diese Räume bieten Platz für Hausaufgaben und Aufenthalt mit Tischen und Stühlen. Ein *Wickelraum* steht erstmalig zur Verfügung. Babys brauchen nun nicht mehr im Treppenhaus gestellt zu werden. Ein *Kinderwagenraum* wird Familien zukünftig einen gesicherten und trockenen „Parkplatz“ bieten.

Bislang gab es keinen *Sanitätsraum*, den das Raumkonzept jetzt ebenso vorsieht.

Fazit:

Das geplante Raumkonzept stellt einen deutlichen Quantensprung für eine moderne Ausrichtung und attraktive Arbeit sowie zeitgemäße Weiterentwicklung der Städtischen Musikschule Braunschweig dar.

2.2. Raumkonzept des Konzerthauses

2.2.1 Die verschiedenen Saalformen: Weinberg, Schuhsschachtel, Runder Saal

Schuhschachtel vs. Weinberg: Vorbemerkung

Es gibt unterschiedliche Varianten, einen Konzertsaal zu bauen. Zu Beginn der Konzeptphase hat die Verwaltung im Juni d.J. einen Akustik-Spezialisten der Münchner Firma MüllerBBM nach Braunschweig eingeladen, um Vor- und Nachteile von Saalstrukturen zu erläutern und zu diskutieren. Im Besonderen ging es um die akustischen Eigenschaften von Sälen. Die Bauform entscheidet maßgeblich über die Akustik. In diesem Seminar sollten die Grundlagen für das Raumkonzept und mithin für den späteren Architektenwettbewerb gelegt werden. Es sollte von vornherein eine Saalvariante favorisiert werden, die insbesondere Folgekosten für akustische Nachjustierungen verhindert. Die Elphilharmonie ist hierfür das Negativbeispiel der jüngsten Vergangenheit im Kontext der Errichtung von Konzertsälen. Die Firma MüllerBBM verfügt weltweit über anerkannte Expertise. Auf der Homepage des Unternehmens sind die realisierten Projekte einsehbar. (1)

„Schuhsschachtel“

Traditionelle sog. Schuhsschachteln oder sog. Zigarrenkisten wie der Goldene Saal des Wiener Musikvereins, das Concertgebouw in Amsterdam, die Tonhalle in Zürich, die Symphony Hall in Boston (alle um 1900) oder auch Neubauten wie im KKL Luzern (1998), das Konzerthaus Dortmund (2002) oder die Rudolf-Oetker-Halle in Bielefeld, folgen diesem akustischen und baulichen Prinzip.

Das System: Das Orchester als Schallquelle spielt dem Publikum zugewandt, so dass die akustische Dynamik durch Schallreflexion der Seitenwände jeden Platz im Saal optimal erreicht. In dieser Bauweise für **bis zu 2.000 Plätze** sind die geringsten zusätzlichen baulich-akustischen Maßnahmen erforderlich.

„Weinberg“

Dagegen steht das sog. „Weinberg“-Prinzip. Aktuelles Beispiel ist die Elbphilharmonie oder die 1963 erbaute Berliner Philharmonie. Terrassenartig sind die Sitzplatzreihen nach oben gezogen und die Bühne Richtung Saalmitte verlegt. Diese Bauform wurde als „Weinberg“-Prinzip bekannt. Sie liegt heute vielen Neubauten von Konzertsälen zugrunde, auch den aktuellen Philharmonie-Projekten in Dresden und Hamburg. (2)

Das System: Das Orchester als Schallquelle spielt in der Mitte des Publikums, so dass die akustische Dynamik durch Schallreflexion der Seitenwände nicht jeden Platz im Saal optimal erreicht. Die Plätze hinter dem Orchester haben eine merklich schlechtere Akustik und können nur zu geringeren Preisen verkauft werden. In dieser Bauweise **ab 2.000 Plätze** sind erhebliche zusätzliche baulich-akustische Maßnahmen erforderlich.

Runder Saal/Kugelförmig

Neben Schuhsschachtel- und Weinberg-Prinzip wurde durch den Spezialisten auch ein neuer moderner Kreis- resp. kugelförmiger Saalbau vorgestellt. Hier riet der Experte aufgrund nicht kalkulierbarer Akustikprobleme und deren Nachsteuerung mit hohem finanziellen Aufwand dringend ab.

„Saalgrundrisse mit konkav gekrümmten Begrenzungen sind in akustischer Hinsicht besonders kritisch. Geometrisch gerichtete Reflexionen an den Saalbegrenzungen führen hier durch Fokussierung zu Schallkonzentrationen. Wenn die Konzentrationsgebiete im Publikumsbereich liegen, bedeuten sie eine ungleichmäßige Schallversorgung, d.h. ein sehr unausgeglichenes Schallfeld. Bei zeitlichen Differenzen von mehr als 50 ms zum Direktschall bewirken sie dann bei Sprache eine erhebliche Verminderung der Verständlichkeit. Das kann in großen kreisförmigen oder elliptischen Sälen auftreten, und zwar vor allem dann, wenn sich die Schallquelle in Brennpunktnähe befindet.“ (3)

Eine im Geo-Magazin veröffentlichte finnische Studie der Aalto-Universität in Helsinki, unter der Leitung von Jukka Pätynen, liefert Erkenntnisse über die akustischen Vorteile der Konzertsäle, die nach dem Schuhsschachtel-Prinzip gebaut wurden und erklärt, dass das sogenannte ‘Weinberg’-Design, dessen Sitzterrassen sich rings um die Bühne erheben, weniger geeignet ist im Hinblick auf die Wahrnehmbarkeit der Bandbreite zwischen lauten und leisen Passagen. In dieser Studie wurde die akustische Bandbreite in verschiedenen Konzertsälen untersucht und herausgefunden, dass sie sich nicht etwa in der terrassenartig verschachtelten Weinberg-Architektur am besten erschließe, sondern im klassischen rechtwinkligen ‘Schuhsschachtel’-Design, wie etwa im Amsterdamer Concertgebouw oder im Wiener Musikverein. Zwar gebe es auch andere Kriterien für eine gute Akustik, wie die architektonisch bedingte Nachhallzeit oder die Gesamtlautstärke, doch liefere die Studie Hinweise dafür, warum ‘Schuhsschachtel’-Säle beim Klassik-Publikum besonders beliebt seien. (4)

Einholung von Expertenmeinungen

Im Juli d.J., aufbauend auf dem Seminar mit dem Vertreter des Unternehmens MüllerBBM, wurde ein Workshop zur sog. „Phase 0“ mit Experten durchgeführt. „Phase 0“ bedeutet die möglichst präzise Planung der Abläufe und Ausstattung für den späteren Betrieb; dazu zählen - als zentrale Bausteine - neben der baulichen Grundstruktur des Saals vor allem die logistischen Abläufe und die Organisation der Backstage-Bereiche.

Die Experten verfügen aufgrund ihrer Positionen und Funktionen über das größtmögliche Knowhow zu unterschiedlichen Konzertsälen in der Bundesrepublik.

Teilgenommen haben neben Vertretern der SFB und der Kulturverwaltung:

Sebastian König (Orchestermanager WDR Sinfonieorchester)

Matthias Ilkenhans (Orchestermanager NDR Radiophilharmonie)

Julia Schoch (Orchestermanagerin Staatsorchester Braunschweig)

Thomas Fehrle (Geschäftsführender Direktor Deutsche Oper Berlin)

Der geplante Workshop wurde bereits sehr früh im Bearbeitungsprozess durchgeführt, um in einer agilen und freien Atmosphäre ein umfassendes Verständnis für die Erfordernisse eines derartigen Gebäudes zu erarbeiten. Ziel des Workshops war es, schon zu Beginn der Planungsphase die Erfahrungen der Experten einfließen zu lassen, um essentielle Anforderungen zu definieren und von nicht erforderlichen Wünschen zu unterscheiden. Zudem konnten die Experten aus klassischer und moderner Musik durch die Kenntnis der Vielzahl von Spielstätten ihre unterschiedlichen Erfahrungswerte auch hinsichtlich von Negativbeispielen erläutern.

Ein Beispiel: Kann die Bühne nicht ebenerdig bestückt werden, kann es zu empfindlichen Störungen und Verzögerungen im zeitlich optimierten Auf- und Abbau kommen. Hier wurde als besonders negativ die Elbphilharmonie hervorgehoben. Wird hierauf kein besonderes Augenmerk in der Planung gelegt, kann das Gebäude langfristig nicht wirtschaftlich betrieben werden.

Zusammenfassung und Vorschlag:

Die Expertenaussagen zusammengefasst, konnte die Empfehlung des Akustikexperten den Bau eines „Schuhschachtelsaals“ zu präferieren, bestätigt werden. Aufgrund der Expertenhinweise hat sich die Projektgruppe klar für das „Schuhschachtel“-Prinzip ausgesprochen. Diese Form wurde in das Raumkonzept aufgenommen. In der Auslobung für den Architektenwettbewerb werden die Raumbeziehungen in den Backstage-Bereichen sowie die Verbindung von Anlieferung und Bühne besonders hervorgehoben und eines der Bewertungskriterien werden.

2.2.2. Die Infrastruktur: Konzertaal, Bühne, Backstage, Funktionsräume

B I. Der Konzertaal

Der Konzertaal wird als „Schuhschachtel“ ausgelegt und fest mit 1.000 Plätzen bestuhlt. Das Parkett wird ansteigend ausgeführt und durch mehrere Balkone in den oberen Ebenen ergänzt. Ein Podium mit weiteren 200 Sitzen für den Auftritt von Chören wird hinter der Bühne ergänzt. Bei Konzerten ohne Choreinsatz können diese Sitzplätze zusätzlich in den Verkauf gegeben werden, sodass insgesamt eine Sitzplatzkapazität von 1200 Plätzen zur Vermarktung erreicht werden kann.

Diese Form der festen Ausstattung erzielt ohne zu große zusätzliche bauliche Maßnahmen optimale akustische Ergebnisse. Eine Flexibilität des Saals hinsichtlich der Möblierung kann zugunsten der Investition nicht erreicht werden. Durch technische Maßnahmen können jedoch sowohl klassische als auch verstärkte moderne Konzerte stattfinden.

(s. hierzu die Ausführungen und Empfehlungen von Kulturexperten unter Punkt 6.1 Sitzplatzkapazitäten des Konzertaals)

B II. Die Bühne

Neben der Saalform ist die Bühne das wichtigste Element des Saals. Die Experten haben für eine Bühnengröße von **ca. 220 - 240 m²** Quadratmetern plädiert, um die Orchester mit ihren Instrumenten zu platzieren. Für Chöre wurden hinter dem Orchester die erwähnten 200 Plätze vorgesehen, die somit auch die Aufführung größerer Chor- und Orchesterstücke ermöglichen. Die Bühnenpodien werden über Hubmechanismen flexibel gesteuert, sodass verschiedene Bühnenformen einstellbar sein werden.

Kulturexperten sprechen sich deutlich gegen den kostenintensiven Einbau einer fest installierten Konzertsaalorgel aus. Vor diesem Hintergrund wurden keine Gespräche mit Orgelbauern zur Konfiguration einer solchen geführt, sondern der Architektenwettbewerb wird aus diesen Erwägungen lediglich ein Raumvolumen für die eventuelle Nachrüstung einer Konzertorgel hinter der Bühne vorsehen, der ohne den Einbau einer Orgel als Lagerkapazität für den Konzertaal genutzt werden kann. (s. hierzu die Empfehlung von Kulturexperten unter Pkt. 6.2 „Einbau einer Konzertorgel“).

B III. Backstage

Von allen Experten wurde auf die besondere Relevanz gut organisierter Backstage-Bereiche hingewiesen. Hierzu wurden die Abläufe vor, während und nach klassischen und modernen Konzerten erläutert, um ein Verständnis für eine größtmögliche Flexibilität der Räume ohne Einbußen der Funktionalität zu ermöglichen.

B IV. Stimmzimmer

Sowohl das Staatsorchester Braunschweig, Kulturexperten als auch die Vertreter der Veranstaltungsbranche moderner Konzerte, haben ihre Raumbedarfe detailliert formuliert. Nach Instrumentengruppen und unter Berücksichtigung von Instrumentengrößen und Musiker:innenanzahl wurden die verschiedenen Größen sowie die erforderliche Anzahl im Raumprogramm hinterlegt. Die Bedarfe decken ebenfalls die Anforderungen von z.B. Bands, die den Backstage-Bereich auf etwas andere Art als klassische Musiker:innen nutzen.

Hinweis: Die im Raumprogramm gewählten Raumbezeichnungen, hier im Besonderen für die sog. Stimmzimmer (Harfe, Blechbläser, Streicher groß/Streicher klein) sind als Bezeichnungen gewählt worden, um die Anforderungen klassischer Orchester abzubilden. Die weitere Bezeichnung „multifunktional“ verweist auf die multifunktional mögliche Doppelnutzung auch durch Konzertveranstalter jenseits der Klassik.

B V. Aufenthaltsräume für Künstler und Orchester vor und nach den Konzerten

Im Raumprogramm finden zudem Räume zum Umkleiden und für den Aufenthalt während der Konzertpausen im unmittelbar angrenzenden Bühnenbereich Berücksichtigung. Für Solisten und Dirigent stehen ausreichende separate Bereiche mit eigenen sanitären Einrichtungen zur Verfügung. Die Künstler:innen können den Backstage-Bereich über einen separaten Eingang erreichen.

B VI. Verwaltung

Ein Verwaltungsbereich mit Büros und Besprechungsmöglichkeit steht ebenfalls zur Verfügung.

B VII. Gastronomie

Für die gastronomische Versorgung von Mitarbeiter:innenn, Technik, Orchester, Roadies, Bandmitgliedern und Publikum wird eine Vollküche mit angrenzendem Restaurant/Kantine geplant. Diese Küche versorgt neben dem Konzerthaus auch das Café der Städtischen Musikschule und kann zudem Veranstaltungen im Rahmen der Nutzung des „Dritten Ortes“ catern. In den Räumen des Restaurants/der Kantine begegnen sich Besucher:innen und Kulturschaffende genauso wie Stars und Roadies.

Durch diese umfängliche Möglichkeit der Auslastung der Gastronomie ist ein hochwertiger wirtschaftlicher Betrieb geplant.

B VIII. Technik/Anlieferung

Möglichkeiten der Musikproduktion mit modernster Technologie und Ausrüstung für professionelle Musikproduktion werden für eine optimale Auslastung sorgen.

Für die innenliegende und ebenerdige Anlieferung sind im Gebäude eigene Flächen vorgesehen. Hier können Fahrzeuge bis zu einer Größe von 40-Tonnern (Fünfachsige bis zu 18 m lange LKWs) be- und entladen werden. Eine unmittelbare Nähe und Erreichbarkeit der Bühnen und Lagerflächen wird vorgegeben.

Fazit/ Bilanz:

Aus der gemeinsamen Arbeit in Form von Workshops, Gutachten, Konzepten, Informationsaustausch und Rückfrage-Kolloquien der oben genannten Beteiligten ist eine Symbiose aus Anforderungen, Empfehlungen, Wirtschaftlichkeit und technischen Vorgaben entstanden. Dies spiegelt die gesamte Bandbreite der Musikstile Klassik, Rock, Pop, Jazz wider und bildet ein abgeschlossenes inhaltliches Konzept und Raumprogramm.

Insgesamt benötigt das Konzerthaus eine Bruttogeschosselfläche von etwa 7.700qm, die sich im Einzelnen aus den folgenden Nutzflächen zusammensetzt: Raumgruppe	Vorgaben	Ca.-Nutzfläche
Saal	1.000 Sitzplätze fest bestuhlt, „Schuhsschachtel“	1.020 m ²
Foyer und Eingangshalle	Richtwert: 0,5m ² /Besucher zzgl. Flächen für Bar/	720 m ²
Garderoben	1 lfm/60 Besucher mit Fläche zum Anstehen	120 m ²
Nebenbereiche Saal	Ton und Technik, Lager, Vorhaltung Orgel, Erste Hilfe, etc.	150 m ²
Gastronomie	Vollküche plus Restaurant und Lager	350 m ²
Verwaltung	Büros, Besprechung, Lager	230 m ²
Backstage	Stimmzimmer, Solisten, Garderoben, etc.	555 m ²
Anlieferung/Logistik/Technikflächen	Innenliegend, 40-Tonner, Lüftungseinheiten, etc.	940 m ²
Sanitärbereiche	In ausreichender Anzahl nach technischen Vorgaben, sinnvoll verteilt	100 m ²
Gesamtsumme		4.185 m²

3. Das „Haus der Musik“ als „Dritter Ort“

Die von der Verwaltung vorgelegte Beschlussvorlage (Drs. Nr. 23-20743) für den Grundsatzbeschluss vom 21. März 2023 wurde durch einen Änderungsantrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen wie folgt abschließend gefasst:

*„4. Es soll ein Zentrum für Musik entstehen, dass ein kultureller Bildungs- und Veranstaltungsort für Alle ist. Die Zusammenarbeit von städtischer Musikschule und professionell tätigen Musiker*innen wie dem Orchester des Staatstheaters soll nicht nur durch die Nutzung eines gemeinsamen Ortes, sondern auch durch gemeinsame Projekte ermöglicht werden. Es soll ein Begegnungs- und Kommunikationsort im Sinne eines Dritten Ortes entstehen, der ganztägig geöffnet und für alle zugänglich ist. Dabei ist auf Teilhabemöglichkeiten für alle Bevölkerungsschichten im Sinne der Diversität der Bevölkerungsstruktur zu achten. Die Verwaltung wird beauftragt, die grundlegenden Beschlüsse und Untersuchungen der Punkte 1 und 2 unter Beachtung des Konzeptes „Zentrum der Musik für Alle“ weiter zu entwickeln. Dazu soll das bisherige Raumkonzept, das künstlerische Konzept, Veranstaltungskonzept und die Trägerstruktur (z. B. Kooperations- statt Vermietungsmodell) noch einmal überarbeitet werden. Insbesondere müssen entsprechende Begegnungs- und Probenräume (Dritter Ort) mit eingeplant werden. Die Verwaltung wird beauftragt, ein überarbeitetes Konzept im Laufe des weiteren Planungsprozesses rechtzeitig vorzulegen.“ (Drs. Nr. 23-20743-05)*

War zunächst der Vorschlag der Verwaltung die Zusammenlegung von Städtischer Musikschule und Konzertsaal an einem Ort zu planen, erhielt das Projekt durch den o.g.

Änderungsantrag einen Inhalt, der die soziologische Weiterentwicklung von Kulturoren perspektivisch aufnimmt. Obschon die Umgestaltung und Erweiterung von Bibliotheken zum „Dritten Ort“ auch bereits in der Stadtbibliothek Braunschweig vollzogen wird, ist weder der Begriff noch dessen Bedeutung hinreichend bekannt und gehört nicht zum Alltagsvokabular. Der Begriff stammt aus der Soziologie und wurde von dem US-amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg in seinem Werk *The Great Good Place* 1989 zuerst veröffentlicht.

Ein sog. Dritter Ort hat spezifische Merkmale. Um den Begriff hier einzuführen seien an dieser Stelle die wichtigsten Elemente benannt (5):

1. *physischer, auf Dauer angelegter Ort*
2. *in einem möglichst identitätsstiftenden Gebäude*
3. *gute Erreichbarkeit im Sinne der Zugänglichkeit durch ÖPNV*
4. *niedrigschwelliger, barrierefreier Zugang*
5. *Der Aufenthalt ist grundsätzlich kostenlos (für konkrete Angebote können auch Vermietungsgebühren erhoben werden).*
6. *Der Zugang muss ohne den "Zwang" möglich sein, auch ohne Konsumzwang.*
7. *geeignete Öffnungszeiten: "Dritte Orte" sind Orte der Begegnung für viele Nutzergruppen.*
8. *vorrangig für Freizeitaktivitäten genutzt*
9. *Die Öffnungszeiten sollten möglichst auch auf die Abendstunden und die Wochenenden ausgedehnt werden.*
10. *Organisation des „Dritten Orts“ nicht ohne personelle Ausstattung möglich*
11. *einladende Atmosphäre und Gestaltung; hohe Aufenthaltsqualität*
12. *flexible Ausstattung für unterschiedliche Nutzungen*
13. *Gastronomische Angebote sollen explizit mitgedacht werden.*
14. *Ein "Dritter Ort" ist in erster Linie ein Kulturort.*
15. *nachhaltige Verantwortungsstruktur für einen dauerhaften und nachhaltigen Betrieb*
16. *Eine technische Grundausstattung ist unverzichtbar (WLAN, Präsentationsgeräte Technik).*

Vor dem Hintergrund, dass der Begriff zwar schon seit mehr als 30 Jahren virulent ist, sind dennoch keine Beispiele zu finden, die ohne Weiteres auf das Projekt „Haus der Musik“ transponierbar wären. Insbesondere ist es in der Entwicklung „Dritter Orte“ bislang ungewöhnlich, schon zu Beginn des Planungsprozesses den „Dritten Ort“ als Einrichtung mitzudenken, ihm von vornherein Raum zu verschaffen und nicht wie üblich, später nachzuarbeiten. Solcherart hat sich der Blick zunächst auf bereits existierende Beispiele gerichtet. Ein im deutschsprachigen Raum sehr erfolgreicher „Dritter Ort“ und inzwischen in der einschlägigen Literatur mit Vorbildcharakter apostrophiert, ist das Foyer des Theaters in Basel (CH), das sog. *Foyer publique* (6).

Zum Auftakt des Beteiligungsprozesses zur Entwicklung des Konzepts „Dritter Ort“ wurde am 11. Mai ein erster von insgesamt 4, mitunter mehrtägigen, Workshops sowohl unter der Leitung der Kulturverwaltung als auch durch die Agentur includi, durchgeführt. Hierzu wurden zunächst 35 Institutionen und Einzelpersonen zum ersten Workshop eingeladen, darunter Vertreter des Stadtjugendrings, des ASTA, des Vereins *If a bird*, ehem. Geschäftsführung der Brunsvigia, Vertreter von Sozialverbänden, Vertreter der städtischen Sozialverwaltung, der Musikschule (Ensemblemitglied und Lehrer), des Staatstheaters, ausgewiesene Experten von in Braunschweig bereits existierenden „Dritten Orten“, die in jedem Fall durch ihre Arbeit so bezeichnet werden müssen: „Die Kaufbar“, das Projekt im Stadtteil Heidberg, getragen vom Braunschweiger Forum und die Stadtbibliothek Braunschweig.

In der Regel haben durchschnittlich 15 Personen an den Workshops teilgenommen. Zunächst hat die Verwaltung 3 Workshops in Eigenregie durchgeführt. Zu Beginn wurde ein Mitarbeiter des Theaters Basel per Webex eingeladen und hat den Teilnehmerinnen und Teilnehmern das Prinzip und das Projekt des *Foyer publique* erläutert. Die ehrenamtlichen Mitglieder der Arbeitsgruppe haben die Ergebnisse der ersten Workshops in eine sog. Mindmap umgesetzt, die als Grundlage für die Übergabe an das Büro includi aus Groningen

diente, das die vorherige Ausschreibung für sich entscheiden konnte. Dieses Büro bringt in der Entwicklung sogenannter „Dritter Orte“ eine hohe Kompetenz mit, zumal dieses Büro sowohl die Bibliothek in Oslo/Grünerlokka, einem der ältesten Bibliotheksgebäude Oslos, als auch in Reykjavík entscheidend begleitet hat. (7,8)

Darüber hinaus war Includi an einem der wenigen Neubauprojekte, bei dem von Beginn an ein „Dritter Ort“ mitgedacht wurde, beteiligt: die Konzeption der neuen Zentralbibliothek in Alphen aan den Rijn in der niederländischen Provinz Zuid-Holland; dort zog die Bibliothek in einen Neubau.

Nach der Übergabe der durch die Verwaltung durchgeführten Workshops an includi fanden drei weitere Workshops unter Leitung der Agentur statt. Diese Ergebnisse wurden der Öffentlichkeit am 29. September 2023 im Kulturpunkt West vorgestellt. Darüber hinaus wurde eine von includi vorbereitete Onlinebefragung durchgeführt, an der sich über 200 Bürgerinnen und Bürger beteiligt haben.

Obwohl die Gruppen und Persönlichkeiten, die an den Workshops teilgenommen haben, durchaus heterogen waren, kristallisierten sich doch viele identische Vorstellungen über die Beschaffenheit des „Dritten Ortes“ im „Haus der Musik“ heraus.

Includi hat die Arbeit mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern unter einer Frage gestellt: „*Wann fühlst du dich zuhause, wenn du nicht zuhause bist?*“

Digital basiert wurden die Antworten erhoben und ausgewertet; die wesentlichsten Stichworte waren:

- Ruhe
- Sicherheit
- Freunde
- Musik
- Essen
- Natur
- Gemütlichkeit

Wie lassen sich diese Vorstellungen umsetzen?

U.a. mit der Möglichkeit, sich durch entsprechendes Mobiliar (Sessel, Sofas, Stühle) zum Arbeiten, Verweilen und Essen treffen zu können; doch das allein reicht nicht aus.

Ganz entscheidend wird in diesem Zusammenhang das **gemeinsame** Foyer von Musikschule und Konzertsaal sein, dass das Herzstück des „Dritten Ortes“ bilden wird. Ebenso die Freifläche vor dem Eingang zum „Haus der Musik“ sowie die dahinterliegende Parkanlage, die für Veranstaltungsformate genutzt werden kann und dies in erster Linie auch für die Bürgerinnen und Bürger, die nicht gleichermaßen Konzertbesucher*innen sein müssen. Im Ergebnis muss der „Dritte Ort“ über folgende Parameter verfügen:

- bequemes Sitzmobiliar, um sich in Gruppen zusammensetzen zu können
 - Arbeitsplätze, um Konzepte zu entwickeln und Gruppengespräche zu ermöglichen
 - eine Fläche für Kinder zum Spielen
 - einen Probenraum, der für alle genutzt werden kann
 - einen Tanzboden, integriert in die Foyerfläche
 - eine Cafeteria
 - ein Bistro
- und **elementar**:
- eine technisch auch für Nichtprofis nutzbare Bühneninfrastruktur, die es auch Laienmusikerinnen und Tänzerinnen ermöglicht, sich in einer Bühnensituation auf einen Auftritt vorzubereiten, etwas auszuprobieren, im besten Sinne etwas zu proben

Von der Grundidee soll der „Dritte Ort“ im „Haus der Musik“ für alle von morgens bis zur Schließung nach den Konzerten geöffnet sein und die Zugänglichkeit für alle Gesellschaftsschichten und alle Zielgruppen ermöglichen.

Der „Dritte Ort“ ist in diesem Zusammenhang nicht als ein „add on“ zu verstehen, sondern er ist essentieller Bestandteil des Charakters der Gesamtkonzeption und legt sich mit seinem Mehrwert über die Musikschule und das Konzerthaus. Ein absolutes Alleinstellungsmerkmal mit großer Strahlkraft für ein Projekt dieser Art.

Die Städtische Musikschule, das Konzerthaus und „Dritter Ort“ werden sowohl inhaltlich-konzeptionell als auch architektonisch eng zusammengedacht. Sie sollen - einer Membran vergleichbar - permeabel sein, um sich gegenseitig zu befruchten und zu ergänzen. Städtische Musikschule und Konzerthaus verfügen in Teilen jeweils über ein exklusives Raumprogramm, das schon aus Sicherheitsgründen ausschließlich den Institutionen vorbehalten ist (Personalräume, Verwaltung, Instrumentenager, Technik etc.). Die weiteren Räume werden indes der Öffentlichkeit zugänglich gemacht: vom generell (konsum)freiem Zugang, über die Nutzung von Räumen.

Da sich aber die Musikschule in den Unterrichtszeiten an den Schulferien orientiert, stehen mithin Räume während der 6-wöchigen Sommerferien, der Oster- und Herbstferien leer. In diesen Phasen muss es den Nutzer:innen des „Dritten Ortes“ ermöglicht werden, diese Räume zu mieten, zu nutzen. Dazu werden u.a. auch die beiden Säle der Musikschule gehören, die zwar tagsüber, in der Regel an den Nachmittagen, von der Musikschule genutzt werden; an den Abenden für Proben und Konzerte. Die Ensembles der Musikschule konzertieren indes nicht allabendlich, sodass diese Räume auch für Veranstaltungen Dritter zur Verfügung stehen. Grundsätzlich stehen die Räumlichkeiten damit nicht nur in den Ferienzeiten der Musikschule zur Verfügung, sondern auch außerhalb der Ferien, insofern keine Nutzung durch die Musikschule erforderlich ist.

Voraussetzung: ein belastbares und störungsfreies Buchungssystem, das es zu implantieren gilt.

Potenzialflächen der Musikschule für den „Dritten Ort“:

- **Konzert- und Probensaal** der Städt. Musikschule mit 400 m²
- **Multifunktionssaal/ Vorspielsaal/ Kammermusiksaal** mit 80 m²
- Foyer mit Café mit 120 m²
- **Tonstudio** in direkter Angrenzung an den Konzert- und Probensaal
- **Ensemble- und Tanzräume** (à 50 m²) stehen sowohl Bands, aber auch Tanzgruppen zur Verfügung. Hier werden für den Tanzbereich 2 Umkleiden vorgehalten.
- zwei Unterrichtsräume (à 20 m²)
- drei Register-/Stimmräume (à 30 m²)
- Stuhl-/Bühnenlager (à 50 m²)
- Lager Musiksaal (à 20 m²)

In den übungs- und konzertfreien Phasen des Konzerthausbetriebs werden auch diese Räumlichkeiten für den „Dritten Ort“ geöffnet.

Potenzialflächen des Konzerthauses für den „Dritten Ort“:

- Konzertsaal mit Ton/Regieräumen mit 1.060 m²
- Künstlergarderoben mit 80 m²

- Restaurant/Kantine mit 300 m²
- Eingangshalle, Foyer, WC, Garderobe mit 940 m²

Fazit:

Die Flächen der Musikschule und des Konzerthauses werden für die parallele und komplementäre Nutzung als „**Dritter Ort**“ geöffnet. Musikakteure in unterschiedlichen Personenanzahlen und Genres der Stadt können temporär dort proben sowie aufführen und die Musikschule hat dennoch die Möglichkeit, sich dynamisch auszudehnen und zu reagieren, je nachdem, wie Anforderungen, Bedarfe und zeitliche Korridore es benötigen. Die Verschneidung von „Drittem Ort“ mit der Musikschule ergibt neue Vernetzungen und Formate, Projekte und Veranstaltungen unterschiedlichster Akteure.

Das „Haus der Musik“ ist also ein „Dritter Ort“ und damit ein außergewöhnlicher Ort für alle, die Interesse an Musik und Begegnung haben. Es schafft einen Ort für eine lebendige und unterstützende Community, die sich gegenseitig motiviert und inspiriert. Das „Haus der Musik“ schafft eine Umgebung, die Kreativität und Inspiration fördert, um Besucher:innen ggf. zu unterstützen, ihr musikalisches Potenzial voll auszuschöpfen. Mit einem breiten Angebot an Programmen und Kursen, mit hochqualifizierten Lehrkräften und modernsten Einrichtungen sowie professionellen Arrangements mit Aufführungen ist das „Haus der Musik“ ein großes Potenzial für Braunschweig.

4. Künstlerisches Konzept für das „Haus der Musik“: Zielgruppen, Formate, Kuratierung und Partizipation

Der Ratsbeschluss vom März 2023 sieht neben der Entwicklung des Raumprogramms für die Musikschule, den Konzertsaal und den „Dritten Ort“ auch ein künstlerisches Konzept für den Konzertsaal vor, das in der späteren Architektur auch umsetzbar sein muss. Das künstlerische Konzept kann mit Blick auf die Zukunft nur von der momentanen Ist-Situation ausgehen und die weitere Entwicklung von Musik und Gesellschaft nur graduell antizipieren.

Eine zukünftige Programmstruktur, basierend auf einer Zielgruppenanalyse und Formatvisionen, lässt sich wie in der *Anlage 2* dargestellt antizipieren.

4.1. Herangehensweise zur Strukturierung des Programms

Das Büro KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH, Essen, im Folgenden *Kulturexperten*, unter der Leitung von Prof. Dr. Scheytt, wurde mit der Entwicklung des künstlerischen Konzepts beauftragt. Dazu haben *Kulturexperten* zahlreiche Interviews mit Programmdirektor:innen und Intendant:innen verschiedener Konzerthäuser in der Bundesrepublik und dem europäischen Ausland geführt.

Zudem sind die Ergebnisse der von der Agentur actori erstellten Studie „Bedarfs- und Potenzialanalyse für ein großes Konzerthaus in der Stadt Braunschweig“ von *Kulturexperten* berücksichtigt worden. Zum einen im Hinblick auf die vor Ort agierenden Stakeholder (Ensembles, Konzertveranstalter, Staatsorchester, Chöre u.a.), die bereits von der Agentur actori zu Beginn beteiligt wurden (s. Drs. Nr. 23-20743; Anlage actori-Studie) und zum anderen hinsichtlich der von actori vorgenommenen Analyse der Bevölkerungszusammensetzung sowie den Prognosen zu Belegungstagen und der Verteilung bestimmter Programmbestandteile. Beispielhaft sei hier an die Hinweise in der actori-Studie erinnert, wonach 30% der Bevölkerung in Braunschweig mit einem Migrationshintergrund leben und mithin eine zu berücksichtigende Zielgruppe darstellen. Darüber hinaus wurden die Ergebnisse zu den Belegungstagen, jenseits der festgelegten Konzertveranstaltungen, wie beispielsweise durch die 10 Sinfoniekonzerte des Staatstheaters (Ankernutzer), hinterlegt.

Sitzplätze

Das Büro Kulturexperten hat zudem mit seiner Expertise Empfehlungen zur Platzkapazität des Konzertaals ausgesprochen; dies vor dem Hintergrund der für dieses Gutachten geführten zahlreichen Interviews mit Leitungen und Intendanten deutschsprachiger Konzerthäuser, aber auch aufgrund der Expertise von Kulturexperten in der Begleitung von Kulturneubauten. (S. dazu 6. Sitzplatzkapazitäten)

4.2 Zielgruppen, Formate, Kuratierung

Zunächst erfolgte durch Kulturexperten die Definition der Zielgruppen, infrage kommende (Veranstaltungs-)Formate sowie Vorschläge zur Beteiligung von Gruppierungen bei der Auswahl der Programmbestandteile. Unter dem Begriff „Outreach“ ist die Hinzuziehung von Experten und Vertreter:innen jeweiliger Communitys zu verstehen. Programmbeiräte, die spezifisch vom Programmleiter des Hauses hinzugezogen werden und die Programme mit einem entsprechenden Vorlauf gemeinsam entwickeln: Vertreter:innen verschiedener Communities wie LGBTQ, Menschen mit Handicap oder People of colour sowie weitere.

4.3 Feste Bestandteile des Programms: das Staatsorchester mit Sinfoniekonzerten

Die 10 Sinfoniekonzerte des Staatsorchesters werden dauerhaft fester Bestandteil des Programms des Konzertaals. Das Staatsorchester wird jedoch nicht in das „Haus der Musik“ einziehen, im Sinne einer Dependance, noch Räume zur dauerhaften Unterbringung von Noten, Equipment oder Instrumenten dort haben. Das Staatsorchester wird zwar fester Programmbestandteil, aber zu Gast sein wie jeder andere gebuchte oder eingeladene Klangkörper. Das Große Haus am Steinweg wird nach wie vor Aufführungsort für Oper/Operette, kurz für Musiktheater, sein. Die künstlerische Hoheit für die Sinfoniekonzerte des Staatsorchesters und deren Programmatik liegt ausschließlich beim Staatstheater Braunschweig, in enger Abstimmung mit der Leitung des Konzerthauses.

Bestimmte Formate von Konzertveranstaltungen, beispielsweise für Kleinkinder und Jugendliche, führt das Staatstheater bereits jetzt durch. Das „Haus der Musik“ ermöglicht indes die Chance, diese Formate zu erweitern, zu ergänzen und Kooperationen einzugehen.

4.4 Konzertveranstalter und Tourneebetrieb, Stakeholder

Der Konzertaal wird für Konzertveranstalter buchbar sein; sowohl von Veranstaltern, die hier in Braunschweig ansässig sind, als auch von externen Agenturen im Sinne eines Vermietungsgeschäfts (Konzertdirektion Goette/Schmidt, Undercover werden hier stellvertretend für alle Agenturen genannt).

Damit wird das „Haus der Musik“ nicht nur für die Stadtbevölkerung interessant und attraktiv, sondern auch für regionales und überregionales Publikum (siehe hierzu die actori-Studie hinsichtlich der Reichweite des „Hauses der Musik“, insbesondere des Konzertaals; s. Drs. Nr. 23-20743).

Der Konzertaal muss deshalb neben den explizit für die städtische Bevölkerung auch Angebote vorhalten, die ein Publikum aus der Region und darüber hinaus an das Haus binden. Für die angedachten Programmbestandteile ist in erster Linie der Programmdirektor/künstlerische Leiter des Hauses zuständig, in dem er eigene Veranstaltungen sowohl kuratiert als auch bucht, oder aber die Anfragen der Konzertveranstalter, die den Konzertaal mieten wollen, terminlich koordiniert und entsprechende Kontingente anbietet. Somit wird die Versorgung von Stadt und Region mit Konzertveranstaltungen auch unter Wirtschaftlichkeitsaspekten des Konzertaals berücksichtigt.

5. Das Konzept von „Kulturexperten“

Die Vision:

„Die Musikstadt Braunschweig: Konzerthaus mit Musikschule und Drittem Ort
Das Konzerthaus mit 1.000 Plätzen bietet Raum für ein vielgestaltiges und zeitgemäßes Angebot klassischer Konzerte/Konzertangebot. Der Dritte Ort und die Städtische Musikschule schaffen die Möglichkeit, vielfältige Synergien zu erzeugen und auszuschöpfen.

Das „Haus der Musik“ trägt hierdurch das Potenzial in sich, am Puls von Stadt und Region und mit unterschiedlichen Formaten für diverse und klassische Zielgruppen eine Anziehungs- und Strahlkraft zu entwickeln, die weit über die Musikstadt Braunschweig und die Region hinaus Wirkung entfaltet.“

Konzept Kulturexperten

5.1. Programmatik und Profilierung

Das Profil strahlt nach innen und außen: in die Stadtgesellschaft und in die Region. Die Programmierung mit Konzerten, zu generierende Zyklen und einem neuen Festival setzt die örtlichen Ensembles ins Licht:

- aufgrund der besonderen Qualität des Ortes (Akustik, Foyer, Aufenthaltsqualität, Park) und der besonderen Formen der Begegnung/Musikvermittlung (Dritter Ort, Gastfreundschaft, Gastronomie, Willkommenskultur, Offenheit der Kommunikation)
- aufgrund des **programmatischen Wechselspiels** mit den eingeladenen Ensembles/Solisten, etwa durch Zyklen/Reihen sowie einem neuartigen Festivalformat, in denen örtliche Ensembles und Gastorchester/Solisten etc. zusammenwirken
- Profil und Programmatik wirken sich auch auf die Vermietung und die Auswahl der Partner aus.

So entsteht das „Gesamtprogramm“.

5.2. Charakter der Betriebsführung: Kombinationsmodell

Die Künstlerische Direktion ist zuständig für die Profilierung und mithin das Gesamtprogramm.

(Ausnahme: Sinfoniekonzerte Staatsorchester Braunschweig; Anm. d. Kulturverwaltung) Die Künstlerische Direktion kuratiert auch die Angebote, die sich durch Vermietung ergeben und fügt das Ganze (Eigenveranstaltungen und Auswahl aus Vermietung) zu einem „Gesamtkunstwerk“ zusammen.

Es besteht Konsens darüber, dass das Kombinationsmodell dem Veranstaltungskonzept zugrunde liegen soll, sofern die Parameter, denen die Kuratierung unterliegt, vertraglich (Arbeitsvertrag + Budget Künstlerische Direktion) eindeutig und derart geregelt sind, dass ein Interessenausgleich aller beteiligten Akteure (insbesondere Staatsorchester und Agenturen) geschaffen wird.

Dies betrifft insbesondere die Frage von Abstimmung/Kommunikation und die notwendige Offenheit gegenüber dem Markt, der entsprechenden Veränderungen unterliegt.

Zentraler Grund der Entscheidung ist, dass durch dieses Modell sowohl der Vision als auch den betriebswirtschaftlichen Faktoren Rechnung getragen werden kann.

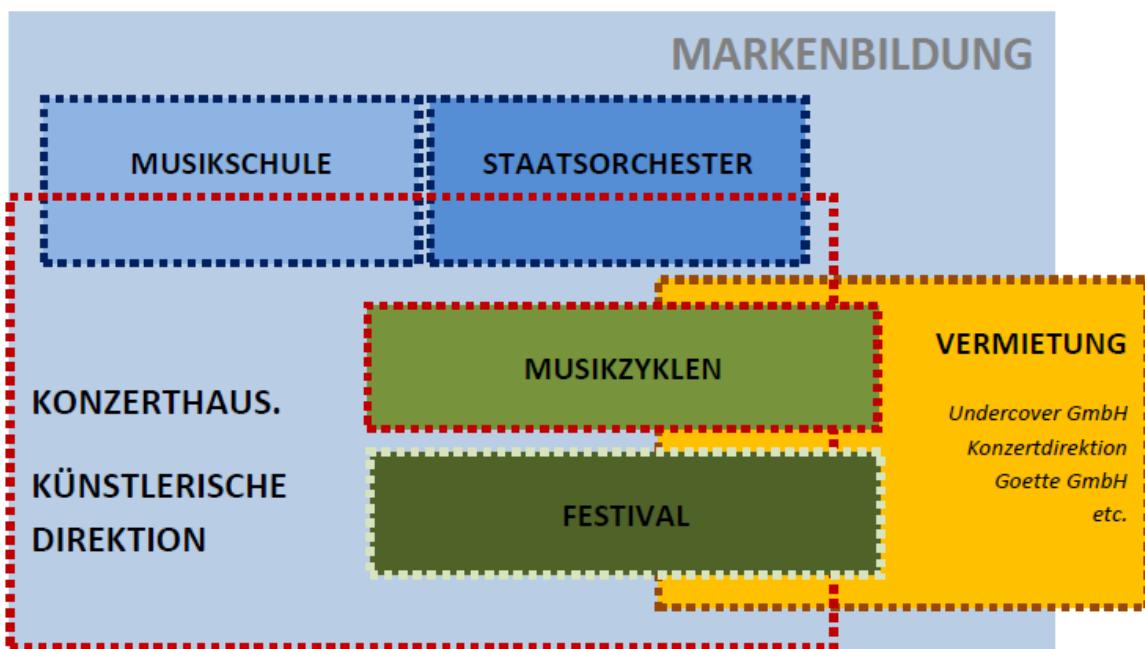
5.3. Das „Braunschweiger Profil“

Für die Profilierung im Sinne der Programmatik gibt es ein reichhaltiges örtliches Potenzial, vor allem mit dem Staatsorchester, das zu den Ankernutzern zählt.

Das Besondere des „Braunschweiger Profils“ ist indes, dass der neue Ort in einer ganz besonderen räumlichen und inhaltlichen Kombination mit der Musikschule und dem Dritten Ort steht. Dies ist in der Konzerthauslandschaft Deutschlands einzigartig.

Die Künstlerische Direktion wird sich daher vor allem auch um die Verknüpfung mit der (Musik-)Vermittlung des Staatstheaters für das Staatsorchester, die Generierung von Musikzyklen und einem Festival als wesentlichen Elementen der „Wiedererkennbarkeit“ und „Markenbildung“ sowie um das Zusammenspiel mit der Musikschule kümmern, sind doch die Schüler*innen und deren Eltern „geborene Besucher“ der Konzerte.

Die Künstlerische Direktion wird nicht nur eigene Musikzyklen generieren, sondern auch im Zusammenspiel mit den kontinuierlichen Partnern in der Vermietung die „Markenbildung“ vorantreiben und auch insoweit auf das Zusammenspiel mit der Musikschule setzen. Eine Verdichtung der Profilierung und der Programmatik kann durch ein auf Zeit und Ort konzentriertes Festival generiert werden.



Für die Vermietung gibt es bereits die bewährten Partner, die sich in das „Gesamtprogramm“ einbringen wollen, insbesondere die vor Ort bereits agierenden Agenturen. Hinzu kommen zahlreiche weitere Partner in der örtlichen Musikszene, wie im actori-Gutachten ausgeführt. Diese Akteursgruppen können sowohl bei der Realisierung von Zyklen als auch bei der Entwicklung eines spezifischen Braunschweiger Musikfestivals mitwirken, die im Folgenden anhand von mehreren Beispielen skizziert werden.

5.4. Programmbestandteile vor dem Hintergrund von Belegungstagen

Wie die actori-Analyse aufgezeigt hat, gibt es für Eigenveranstaltungen des Konzerthauses (samt Musikschule und Drittem Ort) sehr gutes Potenzial hinsichtlich der noch freien Belegungstage (96 Tage). Als ein wesentlicher Baustein der Profilierung können daher von der Künstlerischen Direktion wiederkehrende Zyklen geplant und umgesetzt werden. Die actori-Studie macht dazu bereits Aussagen (*actori, Folie 65*).

Die Möglichkeiten sind vielfältig und insbesondere auch für die Zielgruppenansprache und die Konfektionierung von Abonnements sehr gut geeignet.

Im Folgenden werden Beispiele benannt, zunächst für „Abonnementreihen“ und allgemeine Zyklen, danach für die gezielte Ansprache von jungen Menschen:

5.5 „Abonnementreihen“ und allgemeine Zyklen

Folgende Beispiele können für „Abonnementreihen“ und allgemeine Zyklen benannt werden, die sich auch anderenorts bewährt haben:

- große Orchester, das Staatsorchester mit den 10 Sinfoniekonzerten als Kontinuum
- Artist in Residence

- „Junge Wilde“
- Preisträger von Musikwettbewerben
- Cross Over
- Weltmusik
- Jazz
- Familienkonzerte

Wie bereits ausgeführt, gibt es für Eigenveranstaltungen des Konzerthauses sehr gutes Potenzial hinsichtlich der noch freien Belegungstage (96 Tage, vgl. actori-Gutachten, Folie 65). Dieses Potenzial ist nach den Erfahrungen von Kulturexperten ausreichend, um dem neuen Haus ein eigenes starkes Profil zu geben.

Dies erfordert aber zwingend eine künstlerische Persönlichkeit (Direktor/Geschäftsführer/Intendant), die in der Lage ist, den „Markt“ wie auch die Struktur der Zivilgesellschaft Braunschweigs genauestens zu kennen und daraus die richtigen Konzepte abzuleiten und zu entwickeln.

5.6. Diverse Zielgruppen

Als zentrale FAKTOREN DES GELINGENS für Projekte zur Erreichung von Zielgruppen, beispielsweise mit Migrationshintergrund, wurden genannt:

Partizipation und Interaktion

Das Angebot ist geprägt durch **kooperative Zusammenarbeit, Sichtbarkeit vor Ort UND in den Stadtteilen**.

Das Angebot ist geprägt durch **ergebnisoffenes Arbeiten**. Hinzu kommen die **strukturellen Faktoren: ZEIT und PERSONAL**.

Die Faktoren können sicherstellen, dass die jeweiligen Akteure **Zugehörigkeit i.S.v. Teilhabe, Sicherheit, auch i.S.v. Selbstsicherheit sowie Selbstbestimmtheit und hierdurch Identifikation, auch i.S.v. Ownership** mit Projekten und dem Ort erlangen.

Partizipation

Partizipation gelingt besonders gut, wenn auf eine kooperative Zusammenarbeit gesetzt wird. Durch das gemeinsame Entwickeln eines Projekts können sich die Beteiligten das Vorhaben zu eigen machen (Stichwort: Ownership). Teilhabe ist gegückt, wenn sich alle Akteure mit dem Projekt identifizieren. Indem eigene Erzählungen, Erinnerungen oder Zukunftsentwürfe seitens der Zielgruppe in das Vorhaben einfließen, wird die Identifikationsbereitschaft positiv befördert.

Geschichte(n)

Das Element „Geschichte(n)“ (Erzählungen, Erinnerungen, Zukunftsentwürfe) kann als formgebender Inhalt genutzt werden und die Brücke zwischen der Zielgruppe und Institution schlagen, indem **Migrationsgeschichte als Erfahrung geteilt und zugleich als eine Geschichte in Deutschland begriffen wird**. Hierdurch entsteht die Möglichkeit [für Braunschweig], die eigene Historie kultureller Vielfalt zu vermitteln.

Interaktion

Partizipation im besten Sinne impliziert bereits den Faktor Interaktion. Diese gelingt einerseits, wenn sie geübt werden kann. D.h., es sollte ausreichend Zeit vorhanden sein, um sich im Handeln auf **gewachsenes Vertrauen** zu stützen. (**Faktor Zeit**) Die gemeinsame Projekt- und/oder Stoffentwicklung schafft die Möglichkeit, **gleichberechtigt** zu agieren, indem alle, also auch die Projektleitung, voneinander lernen können. (**Faktor Balance**)

Formatentwicklung; Partizipation und Interaktion

Es sollten Impulse geschaffen werden, die Akteure unterschiedlicher kultureller Kontexte zusammenbringen und ihnen eine gleichberechtigte Zusammenarbeit ermöglichen.

Hierbei und hierzu muss ausreichend Zeit zur Verfügung stehen, denn nur langfristig kann das hierfür erforderliche Vertrauen entstehen.

Mitgedacht werden sollte auch immer die Option, den digitalen Raum zu nutzen, beispielsweise mit Online-Foren für Musik oder mit einem Blog.

Sichtbarkeit

Je nach entwickelter Projektart ist die Sichtbarkeit ein zentraler Erfolgsfaktor: Gesellschaftliche Vielfalt, die beispielsweise in einem Foyer präsentiert wird und somit auch zufällig (im Vorbeigehen bzw. nicht als geplanter Besuch) wahrgenommen werden kann, spiegelt das Bewusstsein wider, dass genau diese Vielfalt **für den Ort die Mehrheitsgesellschaft repräsentiert**.

Ansprache von jungen Menschen: Zyklen

Das „Braunschweiger Profil“ lebt davon, dass der neue Ort **in einer ganz besonderen räumlichen und inhaltlichen Kombination mit der Musikschule und dem Dritten Ort** steht.

Daher liegt es nahe, **für ein junges Publikum Zyklen** zu generieren.

Kulturexperten geben dazu folgende Empfehlung

- Das Angebot aus dem Bereich Klassik ist ausbaufähig, somit zu erhöhen. Qualität und Strahlkraft des neuen Hauses weit in die Region hinaus werden gesteigert (auch Beispiel „Profilierung durch Festival“).
- Die Fremdveranstaltungen im Bereich Rock/Pop/Crossover sind geringfügig zu reduzieren, um der freien Szene wie auch der Laienszene im neuen Haus mehr Kapazität zu ermöglichen.
- Für Laien- u. freie Szene sind der Dritte Ort, der Saal der Musikschule, vor allem aber auch das Foyer ideale Auftrittsmöglichkeiten und erhöhen die Besuche entsprechend.

Zusammenwirken mit der Musikschule

Besondere Optionen ergeben sich daraus, dass das Konzerthaus in räumlicher Verbindung zur Musikschule steht. Für das Zusammenwirken gibt es zahlreiche Optionen, z.B.:

- besondere Konzerte der Musikschule im großen Saal
- Einführungsveranstaltungen für die Programme des Konzerthauses für Schüler- und Elternschaft der Musikschule
- Tage der offenen Tür/Vorstellung des Musikschulangebotes im ganzen Haus
- Ermäßigung von Ticketpreisen für die Musikschüler*innen
- Zusammenarbeit im Bereich Musikvermittlung

In den Stadtteilen

Die Einbeziehung der Stadtteile sollte ebenso integriert werden und ggf. zu einer „Stadtteiloper“ führen, die im Konzertsaal aufgeführt werden kann. Ein Beispiel dazu: Die Stadtteiloper: Deutsche Kammerphilharmonie Bremen.

Entwicklung spezifischer Programmbausteine am Beispiel für Menschen mit Migrationshintergrund

Die Ansprache von Mitmenschen mit Migrationshintergrund zielt darauf ab, Gegenwart und Zukunft zu gestalten. Daher liegt ein besonderer Schlüssel zum Erfolg in der (Zusammen)Arbeit mit **Kindern und Jugendlichen**, die nicht nur symbolisch für die Zukunft stehen.

Interkulturelle Zusammenarbeit fördert den **Dialog zwischen diversen kulturellen Kontexten** und schafft nicht nur seitens der Kinder und Jugendlichen das **Gefühl der Anerkennung**; auch Familie und Freunde fühlen sich anerkannt und tragen die Ergebnisse der Zusammenarbeit in die Gesellschaft.

Interkulturelle Zusammenarbeit bietet sich für Projekte der **Mehrsprachigkeit** kann. So erhöht sich auch die Chance, dass anderssprachige Zirkel über die Multiplikatoren nicht nur informiert, sondern „erreicht“ werden.

Strukturelle Faktoren

Aus den „Faktoren des Gelingens“ leiten sich verschiedene Bedingungen ab, die strukturell erfüllt sein sollten:

Zeit: Um nachhaltig Wirkung entfalten zu können, bedarf es einerseits Zeit, um im Zuge der partizipativen, interaktiven und kooperativen Arbeit, Vertrauen und Verstehen wachsen zu lassen. Andererseits bedarf es auch Zeit im Sinne von Kontinuität: Die Projektarbeit sollte als feste Größe im Veranstaltungsprogramm verankert sein und auch von wiederkehrenden Ereignissen (Beispiel: Stadtteil-Oper) geprägt werden. Hierdurch wachsen Sichtbarkeit und Akzeptanz.

Personal: Auch um den Faktor Zeit absichern zu können, bedarf es Personal, denn ehrenamtliches Engagement kann auf Dauer nicht die Strukturen sichern, die die positiven Effekte ermöglichen.

Ein gelungenes Beispiel für gesellschaftsbildende Kulturarbeit ist hierbei das „Forum der Kulturen“ in Stuttgart, Dachverband der Migrantenkulturvereine und interkulturellen Einrichtungen.

Förderung der (künstlerischen) Selbstorganisation: Projekte, die die (künstlerische) Selbstorganisation fördern, ermöglichen Teilhabe und stärken die Handlungsmacht der Akteure. Mit Blick auf Geflüchtete wird empfohlen, die Migrantenselbstorganisation (MSO) als Ansprechpartner bei der Entwicklung von Strukturen einzubinden.

Die Ansprache von Geflüchteten sollte mehrsprachig und idealerweise über die sozialen Medien erfolgen und diese dazu auffordern, selbst künstlerische Projekte zu entwickeln. Strukturell muss dies ebenfalls personelle Unterstützung erfahren.

Dieser Bereich würde insbesondere auf die im Kulturentwicklungsprozess (KEP) formulierten Zielstellungen „Ermöglichungsstrukturen“ sowie „Teilhabe und Diversität“ einzahlen.

Toleranz: Je nach Zielgruppe können sich Differenzen hinsichtlich der Werte und/oder Rollenbildern im Zusammentreffen unterschiedlicher Kulturräume deutlich abzeichnen. Alle Beteiligten – Akteure des „Hauses der Musik“ sowie der Zielgruppe -- müssen sich konstruktiv hiermit auseinandersetzen und einander annähern. Besonders geeignet sind hierbei **ergebnisoffene Arbeitsprozesse**, wie sie beispielsweise aus Zukunftslaboren bekannt sind.

Sprache: Sprache kann vermitteln, aber auch verhindern (Verständigungsschwierigkeiten als Zugangs- und Teilhabefassade). Gerade bei **interkulturellen Projekten** bietet sich daher **wortlose Kommunikation** an, wie sie über Musik und Tanz getragen wird.

Wortlose Kommunikationsformen können andere **Potenziale freisetzen** als die der gesprochenen Sprache. So kann das Repertoire z.B. durch die Integration von Musikinstrumenten bereichert wird.

Für jeden dieser Faktoren und unabhängig davon, welche Formate später entwickelt und realisiert werden, gilt, dass die Zielgruppenansprache von diversen Akteursgruppen NIE von oben herunter gelingen kann, sondern stets ein gemeinsames (Er-)Arbeiten auf Augenhöhe verlangt.

Die Suche nach einem **KOOPERATIONSPARTNER**, der für die entsprechende Gruppe steht, ist dringend zu empfehlen.

Mit Blick auf die Wahl des Kooperationspartners sollte abhängig vom kulturellen Kontext (z.B. Religion) sowohl die Art der Ansprache als auch die Gestaltung der (dauerhaft zu pflegenden) Beziehung im Vorfeld reflektiert werden.

Musikvermittlung: Das „Haus der Musik“ zeichnet sich durch eine Kombination von Musikschule und „Drittem Ort“ mit einem Konzerthaus aus. Die derzeitigen Planungen beziehen sich vor allem auf die Räume für die Musikschularbeit, den Dritten Ort und das Konzerthaus.

Im weiteren Verlauf des Projektes sollte unbedingt noch geklärt werden, wie und wo Musikvermittlung stattfindet.

Synergien Dritter Ort

Der „**Dritte Ort**“ bietet sich für Angebote für **diverse Zielgruppen** an, insbesondere auch für Einwohner*innen mit Migrationshintergrund.

FORM

- physikalischer/analoger Ort, der auf Dauer angelegt ist
- gute Erreichbarkeit
- niederschwelliger, barrierefreier Zugang (räumlich wie angebotsseitig)
- geeignete Öffnungszeiten
- einladende Atmosphäre und Gestaltung
- technische Grundausstattung
- nachhaltige und dauerhafte Verantwortungsstruktur für den Betrieb (auch für das Thema Sicherheit)

Denn wesentliche Merkmale des Dritten Ortes sind:

INHALT

- niederschwelliger, barrierefreier Zugang (räumlich wie angebotsseitig)
- kulturelle Angebote, Vernetzung verschiedener Nutzungen
- Beteiligungsprozess, Austausch zwischen Träger und Nutzer
- kein Konsumzwang

Diese Merkmale ermöglichen es den diversen Nutzern/Nutzergruppen, das Gefühl von **Ownership** und **Identifikation** sowie **Zugehörigkeit** und **Teilhabe** dauerhaft zu entwickeln und zu verfestigen:

„Dritter Ort ist kein Raum, sondern ein Gefühl“ (Aat Vos/includi).

Gemeinsam mit der Musikschule können Angebote für den „Dritten Ort“ entwickelt werden. Dabei können auch spezifische Räumlichkeiten und Ausstattungselemente der Musikschule genutzt werden (z.B. Tonstudio).

Einbindung von Zielgruppen (Outreach)

Das Benchmark zeigt, dass Zielgruppenansprache vollkommen losgelöst von der Frage, um welche Zielgruppe es sich handelt, folgende **Erfolgsindikatoren** aufweisen sollte:

- **Haltung:** wertschätzende Ansprache auf Augenhöhe, die Kontakt – auch räumlich – sucht (Stichwort: Stadtteile)
- **Aktives Zuhören:** Identifizierung und Kanalisierung von Sehnsüchten
- **Marketing:** abgestimmt auf Sehnsüchte

Zusammenfassung Programmstruktur

Das Programm des Konzertaals wird von der künstlerischen Direktion (KD) verantwortet. Die Programmleitung bindet bei den speziellen Reihen, wie beispielsweise der im künstlerischen Konzept aufgeführten sogenannten „Braunschweiger Reihe“, die vor Ort agierenden Stakeholder (Ensembles wie Louis Spohr Orchester, Chöre etc.) ein.

Für gesellschaftliche Gruppierungen, für Menschen mit Handicap, Migrationshintergrund oder Vertretern anderer Communitys sind von der KD Beiräte, in der Matrix mit dem Begriff „Outreach“ gekennzeichnet, zu gründen. Diese werden jeweils im Vorgriff und Vorlauf von mindestens zwei Jahren die Programme entwickeln, um einen belastbaren Spielplan vorzulegen, beispielsweise in Ergänzung zum „Sommerlochfestival.“

Weiterhin hat die KD im Kontext von Vermietung oder Einladung von Ensembles die Verantwortung, auch Konzertveranstaltern ausreichend Kapazitäten vorzuhalten, um auch und insbesondere Veranstaltungen jenseits des klassischen Formats ausreichend Raum in der Programmstruktur und über das Jahr hinweg einzuräumen.

Für einkommensschwache Bürgerinnen und Bürger wird es Kontingente zu niedrigen Preisen geben, ebenso werden Verteilmodalitäten in Absprache mit Wohlfahrtsverbänden auf den Weg gebracht.

Festivals

Mit dem Bau eines Konzertaals wird die strukturelle Infrastruktur der Stadt ergänzt. „Kulturexperten“ haben vor diesem Hintergrund die Idee von Festivals entwickelt, die hierfür ausreichend Kapazitäten bieten.

Programmgestaltung und Dritter Ort

Wie Aat Vos, der Geschäftsführer der Agentur includi aus den Niederlanden, in seinem Konzept für den sogenannten „Dritten Ort“ formuliert: „Das ‚Haus der Musik‘ muss ein inspirierender Ort sein“. Die Zugänglichkeit des „Dritten Ortes“ mit der Intention zum Abbau sozialer Hemmschwellen wird sich bestenfalls auch im Programm des „Hauses der Musik“ niederschlagen. Konzeptionell ist das „Haus der Musik“, von Includi auch so intendiert, offen für alle - für ein (zielgerichtetes) Treffen mit Freunden/Familie, zum Arbeiten, Proben, Präsentieren. Im besten Falle entstehen aus den Begegnungen im „Haus der Musik“ bei Proben, im Tonstudio und auf der Foyerfläche, die als Präsentationsforum genutzt werden kann, Synergien zur Zusammenarbeit. Dies gilt es abzuwarten und kann jedoch vor dem Hintergrund des Aufbaus des Konzeptes „Dritter Ort“ von includi als realisierbare Option angenommen werden.

6. Infrastrukturelle Empfehlung von Kulturexperten für den Konzertaal

6.1. Sitzplatzkapazitäten des Konzertaals

Kulturexperten haben zahlreiche Experteninterviews geführt. Die Experten, kaufmännische Direktionen/Geschäftsführungen von Konzerthäusern, sagen unisono, dass es sinnvoll sei, für das Verhältnis zwischen Eigenveranstaltungen und Vermietungen eine Quote von je 50 % anzustreben.

Für die **Wirtschaftlichkeit** sowohl von Eigenveranstaltungen als auch von Vermietungen beschränkt die Saalgröße von 1.000 Plätzen allerdings die Wirtschaftlichkeit bei Veranstaltungen mit höherem Kostenaufwand.

Empfehlung von KULTUREXPERTEN: 1.200 Plätze

Andere Empfehlungen besagen, dass auch die ursprünglichen Überlegungen, die auf 1.000 Plätze abzielen, als tragfähig anzusehen sind, allerdings nicht für die größeren Orchester bzw. Konzertveranstaltungen, die mit hoher Ausgabenseite behaftet sind (z.B. Honorare).

Hinweis der Verwaltung

Der Empfehlung von *Kulturexperten* wird Rechnung getragen, indem durch die ohnehin notwendige Infrastruktur für Chöre, die während ihres Einsatzes in Konzerten in der Regel stehen, und wenn sie nicht gefordert sind, Platz nehmen können müssen, bei Konzerten ohne Chöre, die 200 vorgesehenen Plätze zusätzlich in den Verkauf gegeben werden können. So steht bei Konzerten - ohne den Einsatz von Chören - eine Platzkapazität von 1200 Plätzen für den Verkauf von Tickets zur Verfügung. Die Chorplätze werden als Emporen vorgesehen. Die Bühne verfügt zudem über eine ausreichend große Grundfläche um ggf. auch Chöre auf der Bühne zu positionieren, wenn dies die Konzertvariante so vorsieht.

6.2. Einbau einer Konzertorgel

Das Konzerthaus benötigt letztlich **keine fest eingebaute große Orgel**, da Orgelkonzerte in Konzertsälen eher eine Ausnahme darstellen und für das Profil des Konzerthauses in Braunschweig nicht erforderlich sind.

Bei Orchesterkonzerten wird nur in sehr wenigen Fällen (z.B. Alpensymphonie von R. Strauss) eine Orgel benötigt, so dass es nicht erforderlich ist auf Dauer eine Orgel vorzuhalten.

Für allfällige Aufführungen mit kleinerer Orgel, insbesondere Barockmusik, die sehr gut für den Saal dieser Größe geeignet ist, reicht die **Anschaffung einer Truhenergeli**.

Für die Anschaffung einer Konzertaalorgel ist von einer Mindestinvestitionssumme von ca. 3 Mio. € auszugehen. Empfehlung: Kein Einbau einer Konzertorgel.

7. Betreiberstruktur/Governance Vorschläge und Empfehlungen der Kulturexperten:

Das Konzerthaus sollte mit Blick auf den Betrieb zusammen mit der Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH gedacht werden:

Zentrale Aufgabe der Künstlerischen Direktion des Konzerthauses – im Sinne einer starken Profilierung - ist es, das Gesamtprogramm des Konzerthauses zu kuratieren. Hierbei gilt einerseits, dass die Künstlerische Direktion nicht nur die Eigenveranstaltungen, sondern auch die Vermietung des Konzerthauses kuratiert (Künstlerisches Gesamtkonzept). Andererseits kuratiert die Künstlerische Direktion nicht auch die Vermietung der Stadthalle für etwaige Konzerte: **Die Entscheidung über die Vermietung des Konzertaals sollte stets der Künstlerischen Direktion obliegen, wobei der Vertragsschluss über die Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH organisiert wird.**

Aufgrund der Verflechtung der Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH und des Konzerthauses im Bereich der Vermietung sollte die Kommunikation strukturell-organisatorisch sichergestellt sein. So könnte die Künstlerische Direktion entweder als Abteilung der Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH oder als GmbH, aber mit eigenem Wirtschaftskreislauf (auch für Vermietung/Konzerte) agieren.

Als Alternative bestünde die Möglichkeit, eine eigene gGmbH für das Konzerthaus-Programm zu gründen.

Hieraus können sich folgende Zuordnungen ergeben:

GmbH: **Vermietung Konzerthaus + Stadthalle**

Vermietung durch GF der GmbH

gGmbH: **Programmierung durch Künstlerische Direktion**

Die Aufteilung Stadthallen GmbH/Konzerthaus gGmbH kann auch steuerrechtlich vorteilhaft sein.

Die Abstimmung und Kommunikation zwischen GmbH und gGmbH könnte strukturell über eine personelle Verflechtung auf der Ebene der Geschäftsführung erfolgen:

Künstlerische Direktion = GF gGmbH + 2. GF Stadthallen GmbH

Geschäftsführer Stadthalle= GF Stadthallen GmbH + 2. GF gGmbH

Kulturexperten spricht folgende Empfehlung aus:

Gründung einer eigenen gGmbH für Konzerthausprogramm und -profilierung sollte geprüft werden.

Sinnvoll erscheint diesbezüglich, dass die jeweilige Geschäftsführung der Konzerthaus gGmbH und der Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH verwoben ist.

Die weitere Prüfung und Ausarbeitung dieser am Modell der Elbphilharmonie orientierten Organisationsstruktur sollte bis zu den Ergebnissen des Architektenwettbewerbs erfolgen.

Anzumerken ist, dass die Teams bereits während Bauzeit aufgebaut werden sollten. Dabei sollte von vornherein eine Aufgliederung in das für die Programmatik und Inhalte verantwortliche Team und das für den Gebäudebetrieb verantwortliche Team erfolgen.

Die Künstlerische Direktion sollte schon während der Bauphase tätig werden, auch um die Detailplanung zu begleiten.

Für die Budgetplanung sind dementsprechend zwei wesentliche Aufgabenfelder zu unterscheiden: der VERANSTALTUNGSBETRIEB bei der gGmbH und der GEBÄUDEBETRIEB – bei der Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH.

Folgende Aufgaben lassen sich sodann sukzessive auf das einzustellende Personal verteilen. Entsprechend können die Budgets den beiden GmbHs zugeordnet werden:

Bei der gGmbH:

- (a) Programm und Produktion sowie
- (b) Vermittlung und Vermarktung und
- (c) Personal für Vermietung des Konzerthauses

Bei der Stadthallen-Betriebs GmbH:

- (a) Vermietung Konzerthaus und Einnahmen aus Vermietung Konzerthaus
- (b) Hauspersonal, Reinigungskräfte etc.
- (c) Facility-Management: Hausmeister etc.
- (d) sog. „Kleine Sanierung“

Zu klären ist die Anbindung des erforderlichen Personals für den „Dritten Ort“.

8. Standort: Neues Stadtquartier mit dem „Haus der Musik“

Einbettung in die Stadtplanung und Parkplatzsituation für das „Haus der Musik“

Das Bahnhofsquartier: urbanes Quartier der kurzen Wege, ein kompaktes Stück Stadt

2019 begann im Rahmen eines städtebaulichen Wettbewerbs - begleitet von einer lebhaften öffentlichen Diskussion - die intensive Planung des urbanen und zukunftsähigen Bahnhofsquartiers direkt am Haupt-Mobilitätsknoten der Stadt. Das Planungsgebiet umfasst das Umfeld des Hauptbahnhofes und hat eine Größe von insgesamt ca. 18 ha. Es liegt zwischen der Ottmerstraße im Norden und grenzt im Süden an die Gleisanlagen der Deutschen Bahn. Wesentliche Bestandteile der Planung sind die Kurt-Schumacher-Straße, der Bahnhofsvorplatz mit den angrenzenden Plätzen Willy-Brandt-Platz und Berliner Platz sowie der Einmündungsbereich der Salzdahlumer Straße in den Heinrich-Büssing-Ring. Die Parkanlage „Viewegs Garten“ ist, mit Ausnahme der an die öffentlichen Straßen angrenzenden Randbereiche, **nicht** Teil des Planungsgebietes.

Ziel der städteplanerischen Neugestaltung

Ziel der städteplanerischen Neugestaltung ist die Schaffung eines adäquaten Entrees zur Stadt. Zugreisenden, die Braunschweig erreichen, erschließen sich auf den ersten Blick die Vorzüge der attraktiven Innenstadt in keiner Weise; vielmehr offenbaren sich beim Betreten des Bahnhofsvorplatzes ausschließlich sowohl Architektur der 1960er Jahre als auch ein im gleichen Zeitraum entstandener großflächiger Verkehrsraum, der nicht mehr den Anforderungen an eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung entspricht. Aus dieser, eher als „unwirtlich“, empfundenen Gesamtatmosphäre wird seit Jahrzehnten das Erscheinungsbild des Bahnhofsumfelds durchaus kritisch in der Öffentlichkeit diskutiert, sodass Maßnahmen zur Aufwertung dieses innenstadtnahen Bereichs rund um den Hauptbahnhof bereits in dem vom Rat der Stadt Braunschweig beschlossenen integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) formuliert wurden.

Mit dem Bahnhofsquartier entsteht ein urbanes Quartier mit kurzen Wegen, öffentlichen Orten und Einrichtungen wie die Parks, die grünen Straßenräume und Plätze sowie kulturellen und sozialen Angeboten in Gebäuden und im öffentlichen Raum. Das gegenüber dem Hauptbahnhof geplante „Haus der Musik“ übernimmt dabei nicht nur die Rolle eines ästhetischen Ankerpunktes, sondern bindet die Parkanlage Viewegsgarten an - um die Innenstadt fußläufig zu erreichen. Das „Haus der Musik“ wird dort sozialer und kultureller Ort.

Nachhaltigkeit

Neben den planerischen Aspekten wird im Bahnhofsquartier ein sorgsamer Umgang mit Regenwasser, mit Trockenheit und sommerlicher Hitze, ein verändertes und nachhaltiges Mobilitätsverhalten sowie begrünte Plätze, Höfe und Straßen anvisiert. Der Klimaschutz soll sich auf allen Ebenen der integrierten Planung abbilden. Dazu gehören die ressourceneffiziente Nutzung des Regenwassers („Schwammstadt“ und „blaugrüne“ Straßen) über ein eigens für das Quartier entwickeltes Energiekonzept bis hin zu einem auf den Umweltverbund (ÖPNV, Rad- und Fußverkehr) fokussiertes Mobilitätskonzept mit einem leistungsfähigen ÖV, Fahrradparkhäusern in direkter Nähe zum Hauptbahnhof und einem großzügigen Fußwegenetz. (S. dazu auch P. 9, „Nächste Schritte“)

Freiraumplanung

In der Freiraumplanung wird eine zusammenhängende Grünstruktur entwickelt. Viewegs Garten rückt aus dem Versteck, die Grünfläche wird vergrößert und mit der Umgebung vernetzt. Es werden Spiel- und Aufenthaltsflächen in Form von sogenannten Intarsien ausgebildet, die gleichzeitig Regenrückhaltung und Regenwasserspeicherung (Schwammstadt) darstellen. Außerdem werden grüne Dächer und grüne Fassaden für die Gebäude gefordert. Es entstehen unterschiedlichste Freiraumtypologien.

Mobilitätskonzept und Parken/ MIV

Im Mobilitätskonzept wird ein niedriger zukunftsweisender Stellplatzschlüssel anvisiert, Fahrradabstellplätze für private Grundstücke (Anzahl, Lage, Qualitäten) definiert, Parken in Quartiersgaragen vorgesehen, Carsharing in Quartiersstraßen angeboten und eine Mobilitätsstation eingeplant.

Eine Befahrung des direkten Nahbereiches des „Hauses der Musik“ mit privaten PKW ist nicht vorgesehen. Bringen und Abholen sollen über die außerhalb des Wettbewerbsgebietes angeordneten Kiss&Ride-Angebote an der Kurt-Schumacher-Straße (Entfernung < 50 m) und am Ring (Entfernung < 100 m in Kombination mit K&R Hbf) sowie für Reisebusse vis à vis des „Hauses der Musik“ erfolgen. Hier sollen auch die erforderlichen Behinderten-Parkplätze ausgewiesen werden.

In direkter Nachbarschaft zum „Haus der Musik“ sind drei Quartiersgaragen geplant, wobei das Parkhaus über der Stadtbahnwendeschleife (fußläufige Entfernung zum „Haus der Musik“ < 300 m) über ein Parkleitsystem priorisiert angefahren werden soll. In diesem sind die notwendigen Einstellplätze für das „Haus der Musik“ unter Berücksichtigung der Planungen im Mobilitätskonzept (Mitarbeitende der Musikschule sowie Besucherinnen und Besucher der Musikschule und des Konzerthauses) vorgesehen. Darüber hinaus wird der Eingang zur Quartiersgarage „Wertgrund“ in direkter Nachbarschaft zum „Haus der Musik“ liegen (Entfernung < 100 m – für evtl. auch Reservierungen für VIPs/Personen mit erhöhtem Sicherheitsbedarf). Um die Flexibilität im Betrieb des Konzerthauses und für besondere Ereignisse zu erhöhen, sollen zudem eine geringe Anzahl an Stellplätzen auf dem Grundstück des „Haus der Musik“ selbst vorgesehen werden (VIP, Handwerker etc.).

Zertifizierung des Quartiers gem. DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen)

Um ein zukunftsfähiges und lebenswertes Quartier zu schaffen, wird erstmalig in Braunschweig eine DGNB-Zertifizierung für Quartiere angestrebt. Die DGNB Zertifizierung ist ein geeignetes Instrument, um klimatische Anforderungen vom Planungsprozess bis zur späteren Umsetzung berücksichtigen zu können. Hierzu wird eine ganzheitliche Betrachtung des gesamten Lebenszyklus mit allen wesentlichen Aspekten des nachhaltigen Bauens vorgenommen, die auf 5 gleichgewichteten Kategorien mit jeweils bis zu 28 Kriterien

basieren. Zunächst ist ein Vorzertifikat mit einer Gültigkeit von 3-5 Jahren angestrebt. Dies enthält noch viele Absichtserklärungen.

Da neben städtischen Flächen insbesondere Areale der Deutschen Bahn sowie im Bereich der Kurt-Schumacher-Straße Flächen der „Hansainvest“ von der Planung betroffen sind, wird die Planung in enger Kooperation mit den jeweiligen Grundstückseigentümern entwickelt.

Für das Projekt wurde ein Gestaltungshandbuch entwickelt. Der 1. Teil des Gestaltungshandbuchs vermittelt anhand von Leitbildern und atmosphärischen Illustrationen den Geist des neuen Quartiers am Hauptbahnhof – weg von der autogerechten Stadt hin zu einem menschengerechten lebendigen Quartier in baulicher Dichte und Vielfalt. Es erläutert in anschaulichen Bildern die gedanklichen Hintergründe der Planung und wendet sich an alle Interessierten: an zukünftige Bewohnerinnen und Bewohner, an mögliche Bauwillige und ArchitektInnen, an PolitikerInnen und Fachleute, die sich für eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung in Braunschweig einsetzen.

Die Planung des Bahnhofsquartiers, verbunden mit vielfältigen Fachplanungen, wird aktuell weiter konkretisiert. Die Inhalte des Gestaltungshandbuchs 1 bilden dabei die Grundlage für die anvisierten Hochbau-Wettbewerbe im Bereich des Atriumbummelcenters und dem geplanten Standort für das „Haus der Musik“ an der Südspitze von Viewegs Garten. Um die hohen Ambitionen zukünftig als gebautes Stück Stadt umsetzen zu können, werden für die unterschiedlichen Bereiche noch Vorgaben in einem Gestaltungshandbuch 2, das auf den ersten Teil aufbaut, erarbeitet. Diese werden dann als zu beachtende Regelwerke u.a. für die städtischen Konzeptvergaben, aber auch für nicht städtische Grundstücke entwickelt, damit die beabsichtigten Qualitäten hinsichtlich Baukultur, sozialem Miteinander und nicht zuletzt Klimaschutz z.B. in den Städtebaulichen Verträgen gesichert werden. Die Vorgaben aus den beiden Gestaltungshandbüchern werden soweit planungsrechtlich möglich auch Gegenstand der Örtlichen Bauvorschrift.

Wie dargelegt, entsteht mit dem Bahnhofsquartier ein innovatives, lebenswertes und zukunftsgerichtetes Quartier am Mobilitätsknoten Hauptbahnhof, das für die hinter dem Bahnhof liegenden Flächen der Bahnstadt richtungsweisend sein wird.

Status der Erstellung des Bebauungsplans für das Bahnhofsquartier

Das „Haus der Musik“ wird im künftigen Bebauungsplan mit einer überbaubaren Fläche von ca. 3.300 m² und einer Gebäudehöhe von ca. 26 m auf einer Gemeinbedarfsfläche planungsrechtlich gesichert werden. Daran angrenzend sind gemäß Planungsstand öffentliche Verkehrsflächen vorgesehen.

Neben verschiedenen Gutachten wird gegenwärtig in einem Erschütterungsgutachten untersucht, welche Maßnahmen durchzuführen sind, um das Konzerthaus vor den Erschütterungen des benachbarten Gleisdreiecks der Stadtbahn zu schützen.

Im Laufe des Jahres 2024 ist die Beteiligung der Behörden nach § 4(2) BauGB geplant. Die Beteiligung der Öffentlichkeit nach § 3(2) BauGB ist für Mitte 2025 und der Satzungsbeschluss des Bebauungsplanes ist für Ende 2025 vorgesehen.

9. Nächste Schritte

9.1. Architektenwettbewerb

Die erforderlichen Prozesse für die Erarbeitung des Umsetzungsbeschlusses in 2025 sind in drei Stufen unterteilt:

1. die derzeit laufende Erarbeitung der Inhalte der Auslobung des Architektenwettbewerbs → März bis Dezember 2023
2. die Durchführung des Architektenwettbewerbs → Januar bis Ende 2024
3. die Auswertung der Ergebnisse des Architektenwettbewerbs sowie die Erstellung der abschließenden Gremienvorlage → Anfang 2025 bis 2. Jahreshälfte 2025
4. ergänzend ist ein Betriebs- und Wirtschaftskonzept zu erstellen

Ziel des Architektenwettbewerbs ist es, die mit den inhaltlichen Konzepten formulierten Aufträge in eine Planung zu überführen. Neben der Umsetzung des erarbeiteten Gebäudekonzeptes ist die Vernetzung des Gebäudes mit den Freianlagen des Bahnhofquartiers und des Viewegs Gartens unter der Vorgabe der Einhaltung von Nachhaltigkeitsaspekten und Mobilitätsansprüchen Teil der Wettbewerbsaufgabe.

Bei der Formulierung der Wettbewerbsaufgabe werden die in der damaligen geänderten Beschlussvorlage vom 21. März 2023 (Drs. Nr.: 23-20743-05) erwähnten Parameter zu Nachhaltigkeit und des Standards Gold der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) berücksichtigt.

Dafür ist ein zweiphasiger hochbaulicher Architektenwettbewerb gem. der Richtlinie für Planungs- Wettbewerbe auszulösen. Die Vorbereitung und Koordinierung der Durchführung des Architektenwettbewerbs, sowie die Auswertung der Ergebnisse für die finale Erstellung der Gremienvorlage für den Umsetzungsbeschluss in 2025, wird durch die Struktur-Förderung Braunschweig GmbH betreut. Das *begleitende* Verfahrensmanagement des Architektenwettbewerbs wurde öffentlich ausgeschrieben und Ende Oktober 2023 an „carsten meier architekten stadtplaner bda“ (cmas) aus Braunschweig vergeben.

Der Architektenwettbewerb sieht in der *ersten Phase* vor, geeignete Architekturbüros dazu zu befähigen, die grundsätzlichen Anforderungen an Ort, Aufgabe und Interaktion im räumlichen Kontext in architektonische Gestaltung zu übertragen. In einer ersten Jurysitzung werden aus den vorgestellten Arbeiten etwa 5 - 10 Entwürfe ausgewählt, die die formulierten Kriterien bestmöglich erfüllen.

In einer *zweiten Bearbeitungsphase* werden diese Entwürfe weiter ausformuliert und detailliert. Die zweite Jurysitzung kürt dann den Wettbewerbssieger.

Anschließend wird der *Siegerentwurf* nachbearbeitet.

Für die Gremienvorlage zum Umsetzungsbeschluss liegen dann neben einem Wettbewerbsentwurf auch eine geprüfte Investitionskostenschätzung vor.

9.2. Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern

Die Verwaltung plant neben der grundsätzlichen Information die Formate der Bürgerbeteiligung sukzessive weiter auszubauen und zu den jeweiligen kommenden Planungsschritten weiterhin partizipative Elemente anzubieten.

Quellen nachweise:

- (1) <https://vivace.mbbm-aso.com/de/projekte/>
- (2) <https://crescendo.de/elbphilharmonie-dresdner-kulturpalast/#:~:text=In%20Berlin%20hat%20man%20versucht,%E2%80%9EWeinberg%E2%80%9C%2DPri~nzip%20bekannt.>
- (3) <https://www.baunetzwissen.de/akustik/fachwissen/vortragsraeume/kreisfoermige-saalgrundrisse-147931>
- (4) <https://www.pizzicato.lu/finnische-studie-beliegt-vorteile-von-schuhkarton-gegenuber-weinberg/>
- (5) https://www.mkw.nrw/sites/default/files/documents/2019-01/mkw_nrw_kultur_dritte_orte_merkmaale_0.pdf
- (6) Adam, Anja (2022): Das Foyer Public des Theater Basel, in: Müller-Brozovic, Irena und Balba Weber, Barbara (Hrsg.), Das Konzertpublikum der Zukunft, transcript Verlag, Bielefeld, S. 205-2016.
- (7) https://includi.com/de/?s=bibliothek&post_type=project
- (8) Vos, Aat (2021): Einladung ins Analoge: Möglichkeiten öffentlicher Räume, in: Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (2021), Dritte Orte. Häuser für Kultur und Begegnung im ländlichen Raum, Broschüre zum Förderprogramm, Düsseldorf, S. 40-41.

Anlage/n:

Anlagen:

Anlage 1: Konzept „Dritter Ort“ für das „Haus der Musik“ – Agentur includi

Anlage 2: Künstlerisches Veranstaltungskonzept Konzerthaus – Agentur Kulturexperten

Anlage 3: Raumkonzept für das „Haus der Musik“

ZENTRUM FÜR MUSIK STADT BRAUNSCHWEIG

INHALTSVERZEICHNIS

Leseführer

Dieses Dokument ist ein Wegweiser für die Entwicklung des "Zentrum für Musik" als dritter Ort und legt die räumlichen und programmatischen Bedingungen fest.

Nach der Aufgabenstellung wird in Kapitel 1 der "Dritte Ort" und seine Bedeutung für das "Zentrum für Musik" erläutert. Kapitel 2 zeigt die soziale Infrastrukturforschung und die Nutzerbefragung, die den Kontext und den Input für den zukünftigen Ort und die Nutzer liefern. Kapitel 3 beschreibt (eine Analyse) des Programms und die räumlichen Beziehungen zwischen den Programmkomponenten. Kapitel 4 zeigt relevante Referenzprojekte und wie man von diesen Referenzen lernen kann, und Kapitel 5 beschreibt weitere Empfehlungen.

Der Name "Zentrum für Musik" ist der (bisher vorliegende) eindeutige Referenzname für dieses Projekt, bezieht sich aber nicht ausdrücklich auf einen endgültigen Namen des zukünftigen Projekts.

0.1 AUFTRAG UND METHODE	3	3. PROGRAMM UND BEZIEHUNGEN
1. Dritte Orte Einführung		3.1 PROGRAMM
1.1 DIE ENTWICKLUNG DER GEMEINSCHAFTEN	5	3.2 WÜNSCHE & BEDÜRFNISSE
1.2 EIN ÖFFENTLICHER ORT	6	3.3 RÄUMLICHE BEDÜRFNISSE
1.3 DIE ENTSTEHUNG DES DRITTEL ORTES	7	3.4 ANALYSE RAUMPROGRAMM
1.4 DIE BEDEUTUNG DES LOKALEN BEZUGS	8	3.5 ÖFFENTLICHKEITSKOEFIZIENT
1.5 ZEIT GESTALTEN UND ENGAGEMENT ERZEUGEN	9	3.6 RÄUMLICHE BEZIEHUNGEN
1.6 DESIGN FOR PROGRAMMABILITY	10	3.7 RÄUMLICHEN STRUKTUR
1.7 VIELFALT UND INSPIRATION	11	4. RPM LERNEN VON REFERENZEN
1.8 EIN GEBÄUDE FÜR DIE ZUKUNFT	12	4.1 RPM ERKLÄRUNG
2. SOZIALE INFRASTRUKTUR BRAUNSCHWEIG		4.2 WAS DAS NEUE "ZENTRUM FÜR MUSIK" BRAUCHT
2.1 SOZIALER INFRASTRUKTUR SCAN	14 - 15	4.3 RPM ANGEWANDT
2.2 SOZIALER INFRASTRUKTUR SCAN - DEMOGRAPHIE	16	4.4 LERNEN VON REFERENZEN
2.3 DEMOGRAFISCHE STUDIE	17 - 19	4.5 LERNEN VON REFERENZEN
2.4 FINANZIELLE SITUATION	20	4.6 RPM ZUSAMMENFASSUNG
2.5 FREIE 3. ORTE IM AUSSENBEREICH	21	5. EMPFEHLUNGEN
2.6 OFFENTLICHE PLATZE	22	5. EMPFEHLUNGEN
2.7 KOLLEKTIVE HOTSPOTS UND NICHT OFFENTLICHE ORTE	23	FUSSNOTEN
2.8 OFFENTLICHE PLATZE	24	
2.9 NUTZERBEDÜRFNISSE	25 - 28	

0.1 AUFTAG UND METHODE

Einführung

Ein neuer dritter Ort für Braunschweig

Die Stadt Braunschweig bekommt ein neues und inspirierendes Gebäude: das "Zentrum für Musik", das eine Kombination von einer Musikschule und einem Konzertsaal für etwa 1.000 bis 1.200 Plätze ist. Es wird nicht nur diese beiden wichtigen Funktionen vereinen, sondern auch ein neuer dritter Ort für Braunschweig sein.

Die Rolle von includi und diesem Dokument ist zum einen, einen dritten Ort innerhalb des aktuellen Programms zu sichern und ggf. zu ergänzen. Zum anderen, dies in typologische Anforderungen zu übersetzen, so dass der dritte Ort nicht nur im Programm, sondern auch in (den räumlichen Qualitäten) des Gebäudes gesichert ist.

Dieser Auftrag wurde im Juni 2023 von der Stadt Braunschweig erteilt und im September - Oktober 2023 ausgeführt.

Arbeitsweise

Die Methoden, die zu dieser Aufgabe verwendet wurden und deren Ergebnisse in diesem Dokument vorgestellt werden, sind ein Workshop mit dem Kernteam zur Bedeutung eines dritten Ortes für das "Zentrum für Musik", eine Online-Nutzerumfrage, Desk Research zur sozialen Infrastruktur und ein abschließender Workshop zur weiteren Definition der räumlichen und programmativen Bedürfnisse des zukünftigen "Zentrums für Musik" in Bezug auf einen dritten Ort.

Rolle dieses Dokuments

Dieses Dokument legt lediglich die typologischen Konsequenzen des räumlichen und programmativen Anforderungsprogramms für das "Zentrum für Musik" fest und dient zusätzlich als Grundlage für die weitere Entwicklung und als Bewertungsrahmen für einen Architekturwettbewerb.



CAPTION Luftbild von Braunschweig. Quelle: wikipedia

1. DRITTE ORTE

EINFÜHRUNG

1.1 DIE ENTWICKLUNG DER GEMEINSCHAFTEN

Die Notwendigkeit der Wiederbelebung von starken Gemeinschaften

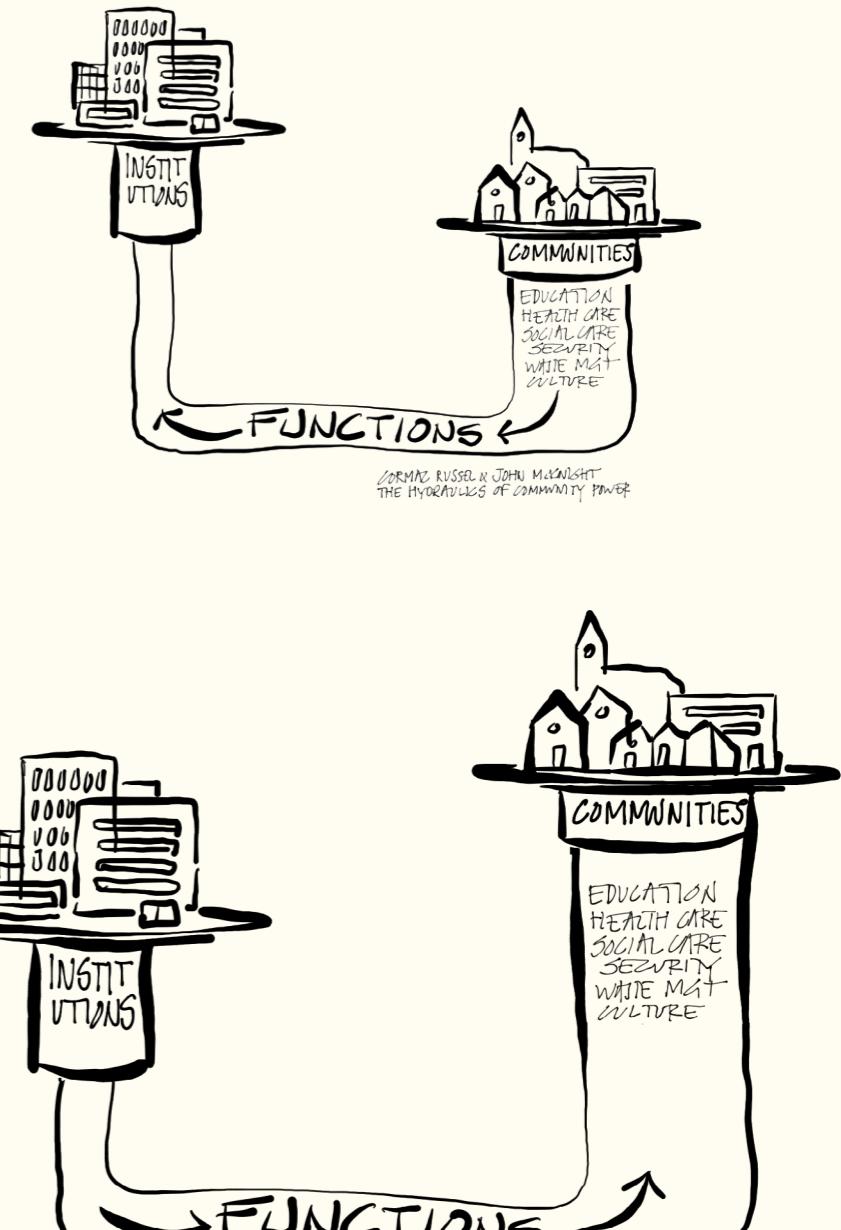
In der schnellen Welt von heute hat der Sinn für Gemeinschaft, der uns einmal eng verbunden hat, zu schwinden begonnen. Großfamilienhaushalte und enge Nachbarschaften sind seltener geworden, überschattet von den Anforderungen der Arbeit, die die Menschen weit verstreut. Aufgrund des Kapitalismus wurden viele unserer städtischen Umgebungen so gestaltet, dass Effizienz und Profit Vorrang vor der Schaffung echter Räume für menschliche Beziehungen haben. Und da die Abhängigkeit vom Auto als Transportmittel wächst, werden zufällige Begegnungen mit Nachbarn auf den alltäglichen Wegen immer unwahrscheinlicher. Hinzu kommt, dass die heutige Technologie das Gedeihen von Gemeinschaften auch nicht gerade erleichtert: Das Internet ist ein einfacher Ersatz für soziale Interaktion im wirklichen Leben und ermutigt die Menschen, zu Hause zu bleiben, anstatt nach gemeinsamen Räumen zu suchen¹.

All diese gesellschaftlichen Entwicklungen haben zu einer ungewöhnlichen Realität geführt: Wir sind heute eher von Fremden umgeben als von einer eng verbundenen Gemeinschaft. Dieser Wandel hat zu einer weit verbreiteten Epidemie von Einsamkeit und Isolation geführt und uns von der gemeinsamen Menschlichkeit, die Gemeinschaften im wirklichen Leben ausmacht, abgekoppelt.

In dem Maße, in dem sich unsere Gemeinschaften ausdehnten und weniger eng wurden, wurden unsere sozialen, pädagogischen und medizinischen Funktionen an andere Parteien vergeben und schrittweise institutionalisiert. Einerseits hat dies zu einem Machtzuwachs dieser Institutionen geführt, andererseits zu einem Rückgang der Beteiligung der Bevölkerung an wichtigen sozialen Grundfunktionen. Diese Lücke zwischen den Institutionen und der lokalen Gemeinschaft hat eine Gesellschaft geschaffen, in der sich

die Gruppen nicht mehr vermischen. Den Institutionen fehlt es an Verbundenheit, während die Gemeinschaft das Gefühl hat, keinen Einfluss zu haben.

Der irische Community Builder Cormac Russel und der amerikanische Professor John L. McKnight erklären dieses Phänomen in ihrem Modell "Hydraulics of Community Power"². Das Modell besteht aus einer "Gemeinschaftskolbenpumpe" und einer "institutionellen Kolbenpumpe", die zusammenarbeiten, um wichtige Funktionen in der Gemeinschaft zu erfüllen. Das Modell plädiert für einen sozialen Wandel, bei dem lokale Gemeinschaften dazu ermutigt werden, institutionelle Rollen durch gemeinschaftsorientierte Initiativen zurückzugewinnen, die auf lokale Stärken zurückgreifen. Dies stärkt die Gesellschaft und befähigt ihre Mitglieder, sich wieder mit ihren sozialen Wurzeln zu verbinden.



CAPTION Cormac Russel, John McKnight, *The Hydraulics of Community Power*, 2019, <https://www.nurturedevelopment.org/blog/abcd-presentations/the-hydraulics-of-community-power/> (Nov 25, 2019), sketch: includi

1.2 EIN ÖFFENTLICHER ORT

Das Entstehen von inklusiven dritten Orten

Gemeinschaften brauchen einen Ort, an dem sie sich treffen, existieren und sich entwickeln können. Der öffentliche Raum ermöglicht genau das: eine gemeinsame Basis, auf der Menschen aus allen Schichten der Gesellschaft interagieren und sich austauschen können. Der öffentliche Raum war jedoch nicht immer so integrativ. Vor nicht allzu langer Zeit gehörte er nur denjenigen, die die Macht, die Zeit und das Geld hatten, um über ihn nachzudenken und ihn zu genießen. In seinem Buch "Structural Transformation of the Public Sphere" definiert der deutsche Philosoph Jürgen Habermas³ die Transformation des öffentlichen Raums als den Übergang von einem elitären Privileg zu etwas, das letztlich allen sozialen Schichten zugute kommen sollte. Ihm zufolge ist der öffentliche Raum eine Grundvoraussetzung für die Demokratie, denn "wir brauchen Freiräume für die rationale Diskussion öffentlicher Fragen".

Er bereitete dem amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg den Weg für die Einführung des Konzepts des Dritten Ortes. In seinem ikonischen Werk "The Great Good Place"⁴ stellt er ein überzeugendes Konzept für eine gesunde Existenz vor - die Notwendigkeit eines Gleichgewichts zwischen drei Bereichen: das Zuhause, der Arbeitsplatz und der Bereich der dritten Orte: inklusive und frei zugängliche soziale Orte, die eine Fundament für das Gemeinschaftsleben bilden und bedeutungsvolle Interaktionen ermöglichen. Dritte Orte helfen dem Einzelnen nicht nur, sich wieder mit seiner Gemeinschaft zu verbinden und aus der Isolation auszubrechen, sondern sie ermöglichen auch eine Unterbrechung der Routine, neue Einsichten, eine erweiterte Perspektive, verbesserte soziale Fähigkeiten und Vernetzung. Wie Habermas es ausdrückte: "Indem wir uns auf soziale Beziehungen einlassen, ermöglichen wir unsere eigene persönliche Entwicklung." In jüngerer Zeit hat auch

der amerikanische Soziologe und Stadtforscher Eric Klinenberg in seinem Buch "Palaces for the People" die Bedeutung sozialer Orte für die Schaffung integrativer und gesunder lokaler Gemeinschaften hervorgehoben.

Allerdings sind Inklusivität und Zugänglichkeit des dritten Ortes keine Selbstverständlichkeit. Damit er wirklich funktioniert, muss er gestaltet und aktiv gefördert werden. Simone Pullagar ist eine der Denkerinnen, die dies in ihrem Werk "Feminist perspectives on third spaces"⁵ betont hat. Sie erläutert, wie sich beispielsweise die Arbeits- und Familienstrukturen von Frauen sowie Sicherheits- und Infrastrukturaspekte auf die Zugänglichkeit von dritten Orten für Frauen auswirken. Um einen wirklich inklusiven Raum zu schaffen, müssen die unterschiedlichen Bedürfnisse aller Nutzer berücksichtigt werden, unabhängig von ihrem Geschlecht, ihrem Hintergrund und ihrem sozioökonomischen Status. Wie Nina Simon, Befürworterin von gemeinschaftsorientierten Einrichtungen, zu sagen pflegt: "Of + By + For = All."



CAPTION Bild oben: Kalk Library. Bild unten: Huttrop Library. Beide Projekte durch includi.

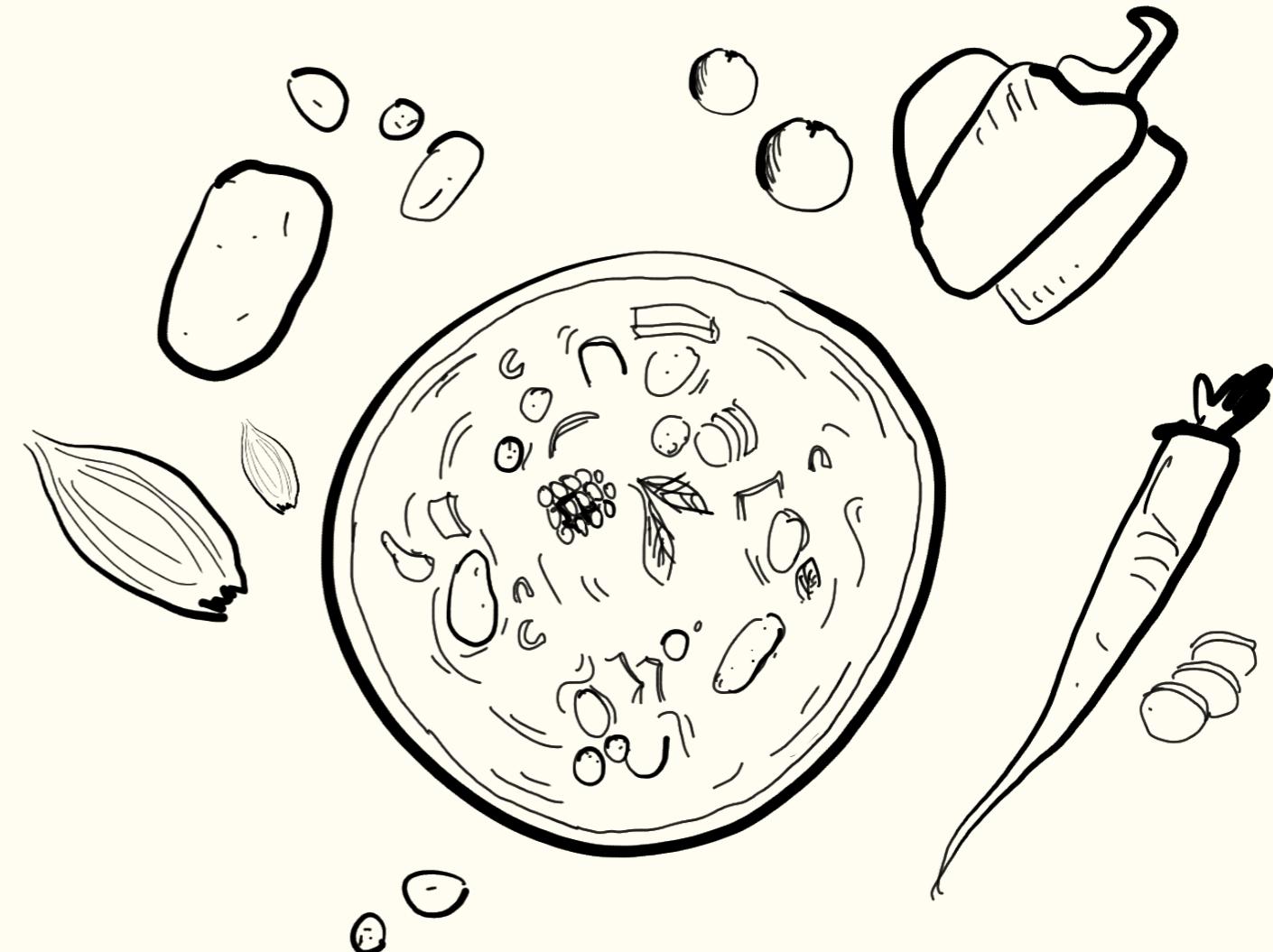
1.3 DIE ENTSTEHUNG DES DRITTEN ORTES

Bedingungen und Rezepturen für einen inklusiven dritten Ort

Wie können wir also einen solchen inklusiven dritten Ort schaffen, an dem Gemeinschaften florieren können? Im Einklang mit Oldenburgs Gedanken ist ein erfolgreicher dritter Ort einer, an dem sich alle wohl und gleichberechtigt fühlen. Er skizziert die folgenden Bedingungen für das Florieren eines dritten Ortes: Er sollte ein neutraler Ort (1) sein, an dem es keine formalen Verpflichtungen gibt und die Menschen sich wohlfühlen und frei sind, zu kommen und zu gehen, wie es ihnen gefällt. Darüber hinaus sollte es ein Ort der Gleichmachung (2) sein, d. h. die Mitgliedschaft ist nicht vorgeschrieben und die Interaktionen werden nicht durch den sozialen Status, sondern durch die individuelle Persönlichkeit bestimmt. Gespräche (3) sind von zentraler Bedeutung, und die Atmosphäre sollte unbeschwerte und angenehme Interaktionen ermöglichen. Der Raum sollte günstig gelegen und bei Bedarf erreichbar sein (4). Regelmäßige Besucher (5) spielen eine wichtige Rolle bei der Schaffung einer einladenden Atmosphäre. Das Ambiente ist bescheiden (6) und nicht prätentiös oder übermäßig schick. Es sollte eine spielerische Stimmung erzeugen und Lachen und Freude fördern (7). Und schließlich bietet es ein komfortables, gemeinschaftsorientiertes Umfeld, das wie ein zweites Zuhause wirkt (8).

Schließlich schimmert durch alle diese Konzepte die De-Institutionalisierung der öffentlichen Institutionen. Wenn - wie in diesem Projekt - mehrere Institutionen vereint werden, ist es von entscheidender Bedeutung, dass die Funktionen dieser Institutionen miteinander vermischt werden, als ob das gesamte Programm eine Reihe von Zutaten in einer herrlichen Minestrone-Suppe wäre, bei der das Ganze besser schmeckt als die Summe seiner Teile. Diese Vermischung der Funktionen, das Umrühren des Programms, ist für die De-Institutionalisierung von wesentlicher

Bedeutung. Bei einem gut funktionierenden dritten Ort geht es also nicht nur um "ein bisschen Gemütlichkeit" im Design, sondern viel mehr um eine Grundhaltung dazu, wie Räume erlebt werden, wie Nutzer sie annehmen, nutzen und verändern können, wie räumlicher, funktionaler und mentaler Mehrwert entsteht, indem das Programm zu einem neuen und unerwarteten Ganzen gemischt, zerhackt und kombiniert wird. Es ist wichtig, dass Architekten erkennen, dass ein gut funktionierender dritter Ort nur dann gut funktioniert, wenn er Teil des Referenzrahmens des Nutzers geworden ist - nicht des Architekten.



CAPTION Skizze Minestronesuppe, includi.

1.4 DIE BEDEUTUNG DES LOKALEN BEZUGS

Nutzerstudien als erster Schritt

Wenn Kulturstätten zu Dritten Orten nach Oldenburghs Gusto werden sollen, geht es nicht nur darum, das Interior Design zu verändern.

Ein „Vintage-Look & Feel mit gentrifizierungssicherem Hipster-Interior“ führt nicht automatisch zu einem von den Einheimischen frequentierten Dritten Ort. Der erste Schritt ist es, die Nutzer miteinzubeziehen.

Eine bewährte Methode der Nutzereinbindung wurde von Nina Simon mit ihrem „Of + By = For All“⁶ -Team entwickelt (zu dt.: Von allen + mit allen = Für alle). Bei der Entwicklung des Programms für das Santa Cruz Museum of Art & History, ein Museum, das seine Relevanz verloren zu haben schien, bezog sie die lokale Gemeinschaft mit ein. Das Ergebnis war ein aufregendes Nutzungsangebot und langfristige sowie bedeutende Veränderungen in der Programmgestaltung. Mittlerweile helfen Nina Simon und ihr Team anderen Kultureinrichtungen, das Gleiche zu tun. Ihr Geheimnis? Hinhören, worauf es ankommt.

Lokale Identität

Dem Beispiel von Nina Simon folgend, beginnt includi stets mit der Sondierung der lokalen Gemeinschaft mittels Workshops und umfangreichen Nutzerbefragungen. Schließlich geben letzten Endes nur Menschen einem Gebäude einen Sinn. includi schult die Bauherren darin, ihren Nutzern zuzuhören, verborgene Bedürfnisse zu erkennen und offenkundige Erkenntnisse ernst zu nehmen. Die Nutzer stehen immer im Mittelpunkt, denn es geht darum, einen Ort für die Einheimischen zu schaffen. Es gibt keine Entschuldigung dafür, diese Tatsache zu vernachlässigen.



Antworten auf die Frage: " Wann fühlen Sie sich zu Hause, wenn Sie nicht zu Hause sind?"



Antworten auf die Frage: "Wen würden Sie gerne sehen, wenn es fertig ist?"



Antworten auf die Frage: "Was sehen Sie vor sich, wenn es fertig ist?"



Antworten auf die Frage: "Was erwarten Sie, wenn es fertig ist?"

CAPTION Wordclouds mit Antworten auf die beschriebenen Fragen

1.5 ZEIT GESTALTEN UND ENGAGEMENT ERZEUGEN

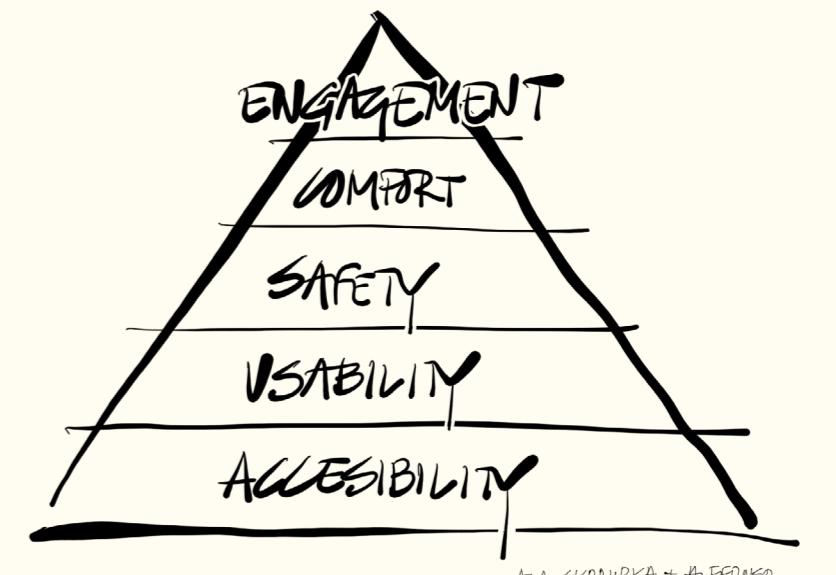
Wertvolle Erlebnisse

Ein Dritter Ort umfasst, neben die lokale Identität, viele Aspekte. Erstens müssen wir erkennen, dass wir tatsächlich Zeit gestalten. Das Design, das wir machen, bestimmt, wie die Menschen ihre Zeit im Raum verbringen. Diese Zeit sollte sich wie "time well spent" anfühlen. Es sollte angenehm sein, dort zu sein. Das stellt viele Kultureinrichtungen vor eine interessante Herausforderung, denn die meisten dieser Einrichtungen sind nicht darauf ausgelegt, Zeit zu verbringen; sie bestehen oft aus Räumen, die für eine einzige Funktion konzipiert sind.

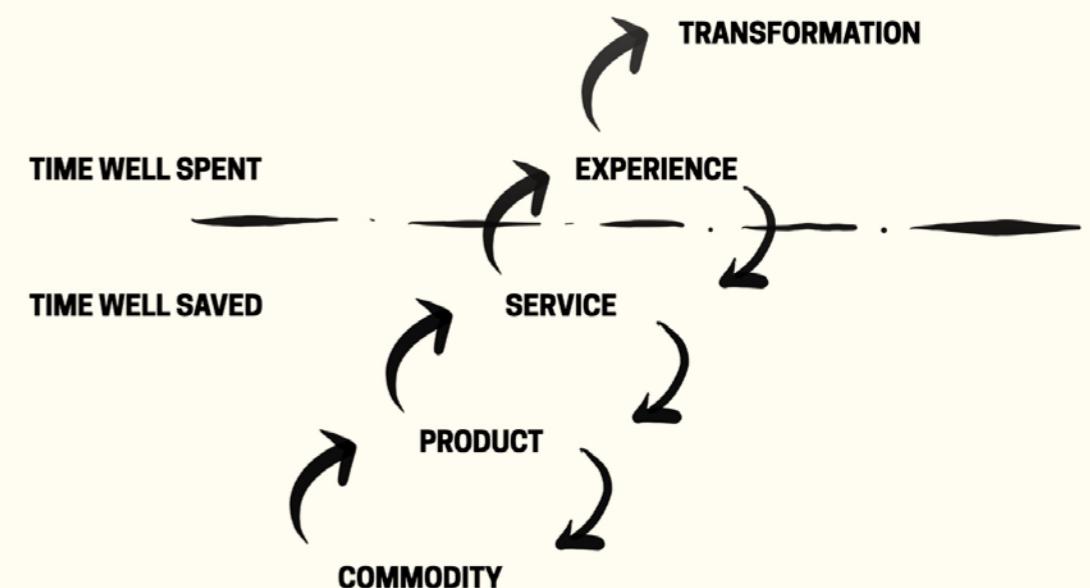
Für viele Organisationen stellt sich die Frage: "Wie verwandelt man seinen funktionalen Raum in einen Ort, an dem sich die Menschen gerne aufhalten? " Die Autoren Joseph Pine II und James Gilmore stellen in ihrem einflussreichen Buch "The Experience Economy"⁷ fest, dass man dafür ein "Erlebnis" braucht. Pine und Gilmore beschreiben diese Erfahrungen als eine individuelle und maßgeschneiderte Wertschätzung dafür, wie wir einer Umgebung Inhalte geben. Wir gestalten das Erlebnis, sozusagen die "time well spent", indem wir Orte schaffen, an denen wir gerne unsere Zeit verbringen. Das ist eine radikale Abkehr von der Bibliotheksvergangenheit, denn Bibliotheken waren traditionell Orte, die darauf ausgelegt waren, so effektiv wie möglich zu funktionieren ("time well saved").

"Was nicht gefühlt wird, wird nicht erlebt". Das ist der nächste Aspekt, der zu berücksichtigen ist. Die Umweltpsychologin Aga Skorupka verwendet die "Hierarchie der Bedürfnisse im öffentlichen Raum"⁸, die zum Teil auf der Hierarchie der Gehbedürfnisse von M.A. Alfonzo (2005) basiert und die wesentlichen Bedingungen beschreibt, die jeder öffentliche Raum erfüllen muss, um Engagement zu erzeugen.

Die erste und wichtigste Bedingung ist laut Skorupka und Alfonzo die Sichtbarkeit. Denn was nützt es, etwas zu schaffen, wenn es nicht gesehen werden kann? Das gilt natürlich auch für die Zugänglichkeit und den allgemeinen Zugang. Die zweite Bedingung ist die Benutzerfreundlichkeit; ein Ort muss ohne Erklärung benutzbar, einladend und klar sein. Die dritte Bedingung ist die Sicherheit - sowohl in sozialer als auch in physischer Hinsicht, denn ein unsicherer Raum führt nicht zu häufiger Nutzung - das versteht sich von selbst. Die vierte wesentliche Bedingung ist der Komfort. Damit meinen wir alle Aspekte des Komforts: ästhetisch, akustisch, visuell und physisch. Schließlich wird jeder ungemütliche Ort nur so kurz wie möglich genutzt - während ein Dritter Ort, wie wir jetzt wissen, dazu gedacht ist, lange genutzt zu werden - und das am besten so bequem wie möglich. Nur wenn all diese Bedingungen erfüllt sind, ist es möglich, sich zu engagieren - sich einzubringen.



AGA SKORUPKA + ALFFONZO
HIERARCHY OF NEEDS IN PUBLIC SPACE



CAPTION Rechts oben: Die Hierarchie der Bedürfnisse im öffentlichen Raum, von Aga Skorupka und Alfonso. Rechts unten: Erlebnisse und Zeit Diagramm von Joseph Pine und James Gilmore.

1.6 DESIGN FOR PROGRAMMABILITY

Die Bedeutung persönlicher Eigentümerschaft

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Fähigkeit der Benutzer, die Programmgestaltung selbst zu bestimmen. Ray Oldenburg, der Begründer des Konzepts der „Dritten Orte“, ist diesbezüglich sehr klar: Per Definition müssen die Nutzer Eigentümer werden und an Aktivitäten, die von einem Dritten Ort angeboten werden, aktiv teilhaben können. Es stellt sich die Frage: "können Musikschulen und Konzerthäuser Orte mit aktiv teilnehmenden Nutzern sein?" Nachfolgend zwei Beispiele für ein Theater und eine Bibliothek.

Zunächst zu den Theatern: Stanislawskis Definition des Theaters sieht die Zuschauer in erster Linie als Konsumenten und behandelt das Theater als eine von der Literatur unabhängige Kunstform, in der der Beitrag des Dramatikers als kreativer Künstler respektiert werden sollte⁹. Sowohl ältere als auch neuere Definitionen berufen sich jedoch auf einen aktiveren Zuschauermodus von Susan Bennett¹⁰ und beschreiben das Theater als einen Ort der Zuschauerteilhabe - ähnlich wie der soziale Aspekt, von dem Habermas spricht.

Als zweites zu den Bibliotheken: Das Unesco-Manifest über öffentliche Bibliotheken¹¹ lässt keinen Raum für Missverständnisse: Die Förderung des „interkulturellen Dialogs“ und der „kulturellen Vielfalt“ ist eines der Hauptziele jeder Bibliothek.

Daher sind Theater und Bibliotheken, sowie auch Musikschulen und Konzerthäuser, auch vor einem eher theoretischen Hintergrund (als Institution) ideal geeignet, um den Nutzern Teilhabe zu ermöglichen, und sollten „per Definition“ in der Lage sein, die Teilnahme und den Beitrag der Nutzer einzubeziehen und das daraus resultierende Programm zu bejahen und zu fördern. Die räumliche Gestaltung muss daher eine teilweise noch nicht bekannte sowie häufig wechselnde Nutzung antizipieren: Flexibilität und Informalität bilden die Grundlage des Prinzips „Nutzergetriebene Programmgestaltung ermöglichen“.

CAPTION Eine Bühne in der Bibliothek Deichman Tøyen, einem Projekt von includi in Oslo, Norwegen, deren Programm von den Nutzern selbst gestaltet wird. Nur 16 m² groß, aber voll ausgestattet mit einfach zu handhabender professioneller Bühnentechnik. Foto: Jan Willem van Bruggen.



1.7 VIELFALT UND INSPIRATION

Wir sind alle unterschiedlich

Außerdem ist es wichtig, dass ein "Zentrum für Musik" wie der öffentliche dritter Ort für alle zugänglich ist und nicht nur für Menschen mit hoch entwickelter musikalische Intelligenz. Der Psychologe Howard Gardner hat uns in seinem Buch "Frames of Mind" gelehrt, dass unsere menschliche Intelligenz auch musikalische, logisch-mathematische, räumliche und physische Aspekte sowie intrapersonale und interpersonale Intelligenz umfasst

Ein letzter Baustein einer erfolgreichen "Zentrum für Musik" als dritter Ort ist die Inspiration: Das "Zentrum für Musik" muss ein inspirierender Ort sein. Die einfache theoretische Untermauerung dafür liefern die Tinker Imagineers, die Inspiration als die gedehnte Grenze vom Bekannten zum Unbekannten definieren, die sie die "Rezeptionszone" nennen - eine mentale und emotionale Grenze, die für jeden Menschen anders ist.



CAPTION Bild oben: eine Übersicht über die verschiedenen Intelligenztypen von Howard Gardner. Bild unten: das Diagramm zur Erklärung der Inspiration von Tinker Imagineers.

1.8 EIN GEBÄUDE FÜR DIE ZUKUNFT

Shearing layers

Um eine neuen "Zentrum für Musik" zu schaffen, die nicht nur ein einladender Ort ist, sondern auch ein zukunftssicheres, nachhaltiges Gebäude ist, möchten wir eine letzte "Theorie" auf den Tisch bringen: die der "Shearing Layers" des amerikanischen Architekten Frank Duffy.

Jedes Gebäude besteht aus sechs Schichten: den Scherschichten, die der amerikanische Architekt Frank Duffy geprägt hat und die später von Stewart Brand in seinem Buch "How Buildings Learn: What Happens After They're Built"¹³. Die grundlegende Erkenntnis von Duffy ist, dass es nicht "das Gebäude" gibt, sondern verschiedene Schichten, die zusammenarbeiten. Wir brauchen ein gutes Verständnis dieser verschiedenen Schichten, um ein zukunftssicheres Gebäude zu schaffen, das auf die Bedürfnisse der Stadtbibliothek von Reykjavik "reagieren" kann, die sich im Laufe der nächsten 1, 2, 10, 20,... Jahre ändern werden, das wissen wir ganz sicher.

Was sind die sechs Shearing Layers?

1. Standort - Das ist die geografische Umgebung, die städtische Lage und das gesetzlich festgelegte Grundstück.

2. Structure - Das Fundament und die tragenden Elemente. Die strukturelle Lebensdauer liegt zwischen 30 und 300 Jahren.

3. Skin - Außenflächen wie Böden, Fassade und Dach. Sie werden alle 20 bis 40 Jahre ausgetauscht, um mit der Mode oder der Technologie Schritt zu halten, oder sie werden im großen Stil repariert.

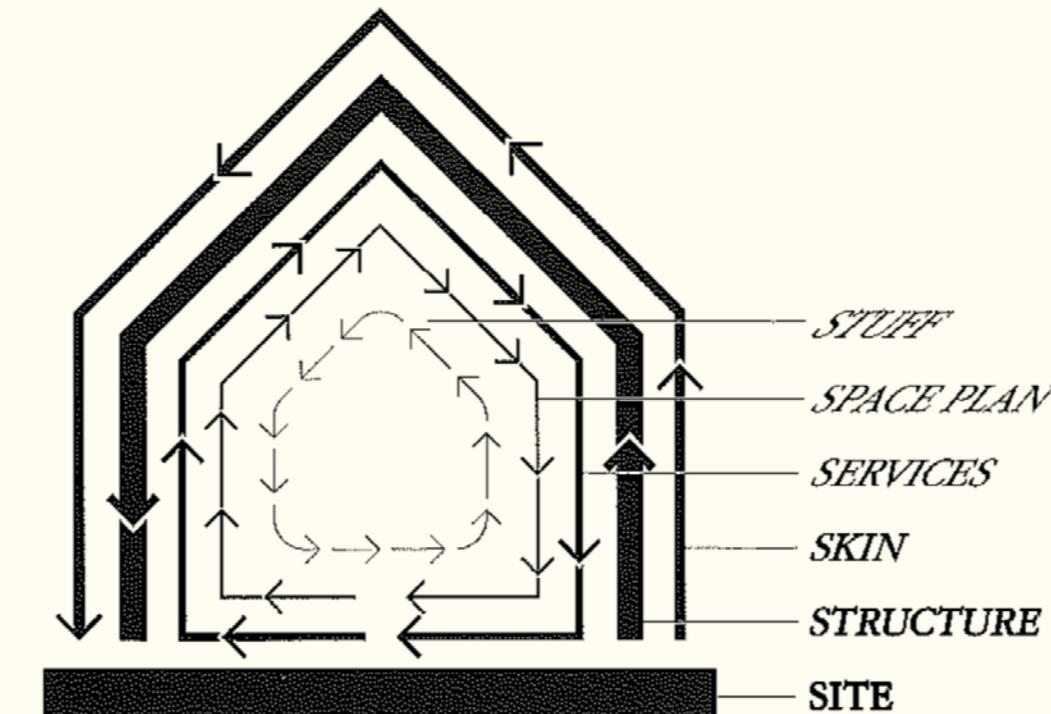
4. Services - Das sind die funktionierenden Teile eines Gebäudes: elektrische Leitungen, Klimaanlagen, Brandschutz und bewegliche Teile. Sie verschleißt oder veralten alle 7 bis 15 Jahre.

5. Space Plan - Die Inneneinrichtung mit Wänden, Decken, Fußböden und Türen und deren Verkleidungen. Sie ändern sich alle 3 bis 30 Jahre. Öffentliche Dienstleistungen ändern sich alle 10 bis 15 Jahre.

6. Stuff - Möbel, Sonderanfertigungen, Küchengeräte, Lampen: all die Dinge, die sich schnell verändern.

Die Herausforderung

Wenn wir ein Gebäude errichten wollen, das sich auf ständig ändernden und weiterentwickelnden Bedürfnisse reagieren kann, müssen wir uns darüber im Klaren sein, dass Flexibilität und Anpassungsfähigkeit durch das Verständnis dieser Ebenen und ihres Zusammenspiels entsteht. Das Gebäude sollte also zukunftssicher sein, sich für die nächsten 20 bis 40 Jahre eignen und ein zeitloses Design bieten, während es gleichzeitig den "Kram" aufnehmen kann, also all die Dinge, die sich schnell ändern. Denn wenn wir ein dritter Ort schaffen wollen, brauchen wir diese Symbiose aus zeitloser "Basis" und modischem "Zeug".



CAPTION die Prinzipien der Shearing layers in einer Zeichnung erklärt aus dem Buch von Stewart Brand.

2. SOZIALE INFRASTRUKTUR BRAUNSCHWEIG

2.1 SOZIALER INFRASTRUKTUR SCAN

Rahmen für die Datenanalyse

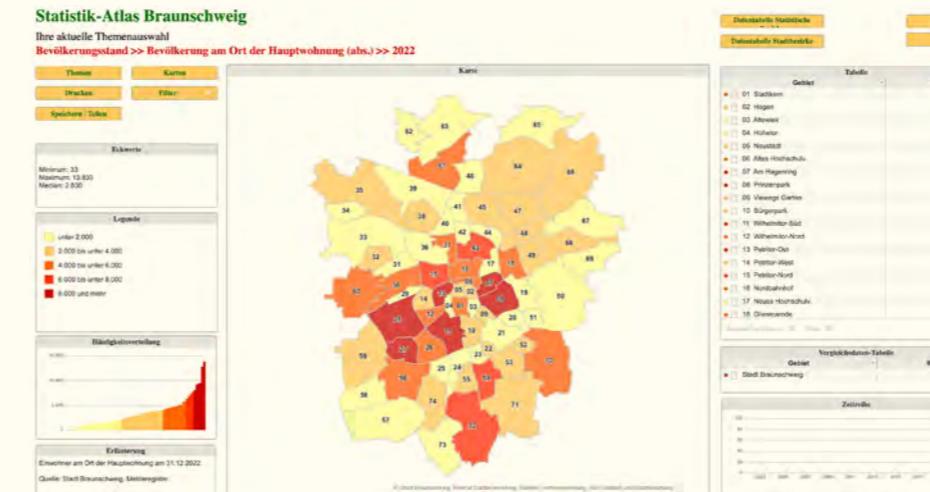
Um den zukünftigen Standort des "Zentrums für Musik" in Bezug auf die zukünftigen Nutzer und die Umgebung besser zu verstehen und um einen Beitrag zur Erfüllung der Rolle des Zentrums als dritter Ort zu leisten, wurde eine Untersuchung der sozialen Infrastruktur durchgeführt, die auf den folgenden Seiten näher erläutert wird.

Sozio-ökonomische Forschungskarten

Die Quelldaten, die als Grundlage für die Erstellung der Forschungskarten in diesem Kapitel verwendet wurden, basieren auf dem "Statistik Atlas" der Stadt Braunschweig. In diesem Dokument gibt es zwei Arten von Karten. Der erste Typ sind Karten, die direkt von der Website abgeleitet wurden, um den Kontext zu veranschaulichen und das potenzielle Nutzerprofil zu antizipieren. Die zweite Art von Karten wurde weiterverarbeitet, um ein besseres Verständnis der räumlichen Bedeutung für das zukünftige "Zentrum für Musik" zu erhalten.

Physische Angebote

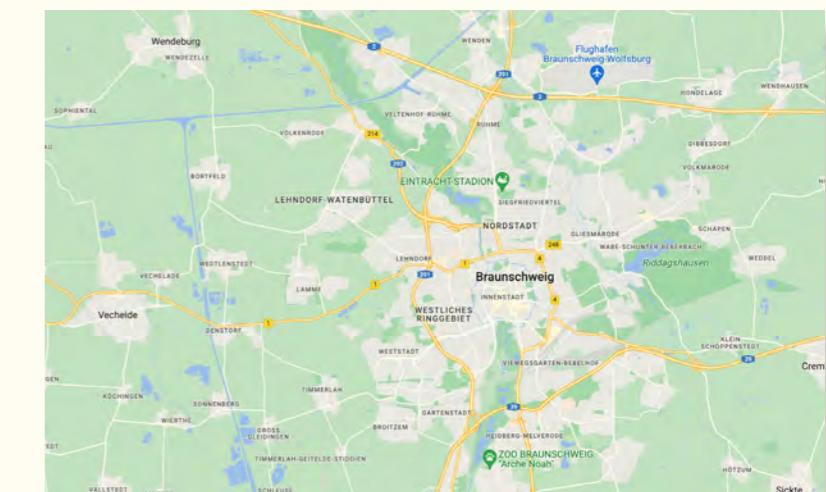
Um die Rolle des zukünftigen "Zentrum für Musik" in Braunschweig zu verstehen, sind verschiedene derzeit verfügbare Angebote abgebildet, die aus Open-Source-Daten wie Open Street Map und Google Map extrahiert und dann in Mapbox visualisiert wurden.



Sozio-ökonomische Datenquelle der Stadt Braunschweig



Open Street Map Overpass



Google Map

2.1 SOZIALER INFRASTRUKTUR SCAN

Rahmen für die Datenanalyse - physische Angebote

Die für die Studie ausgewählten Arten von physischen Angeboten werden verwendet, um das Niveau der sozialen Infrastruktur und dritter Orte zu untersuchen, die in Braunschweig zur Verfügung stehen. Nachfolgend sind die verschiedenen Arten von Orten aufgeführt, an denen sich die Menschen neben ihrem Zuhause aufhalten und die in dieser Studie gezeigt werden.

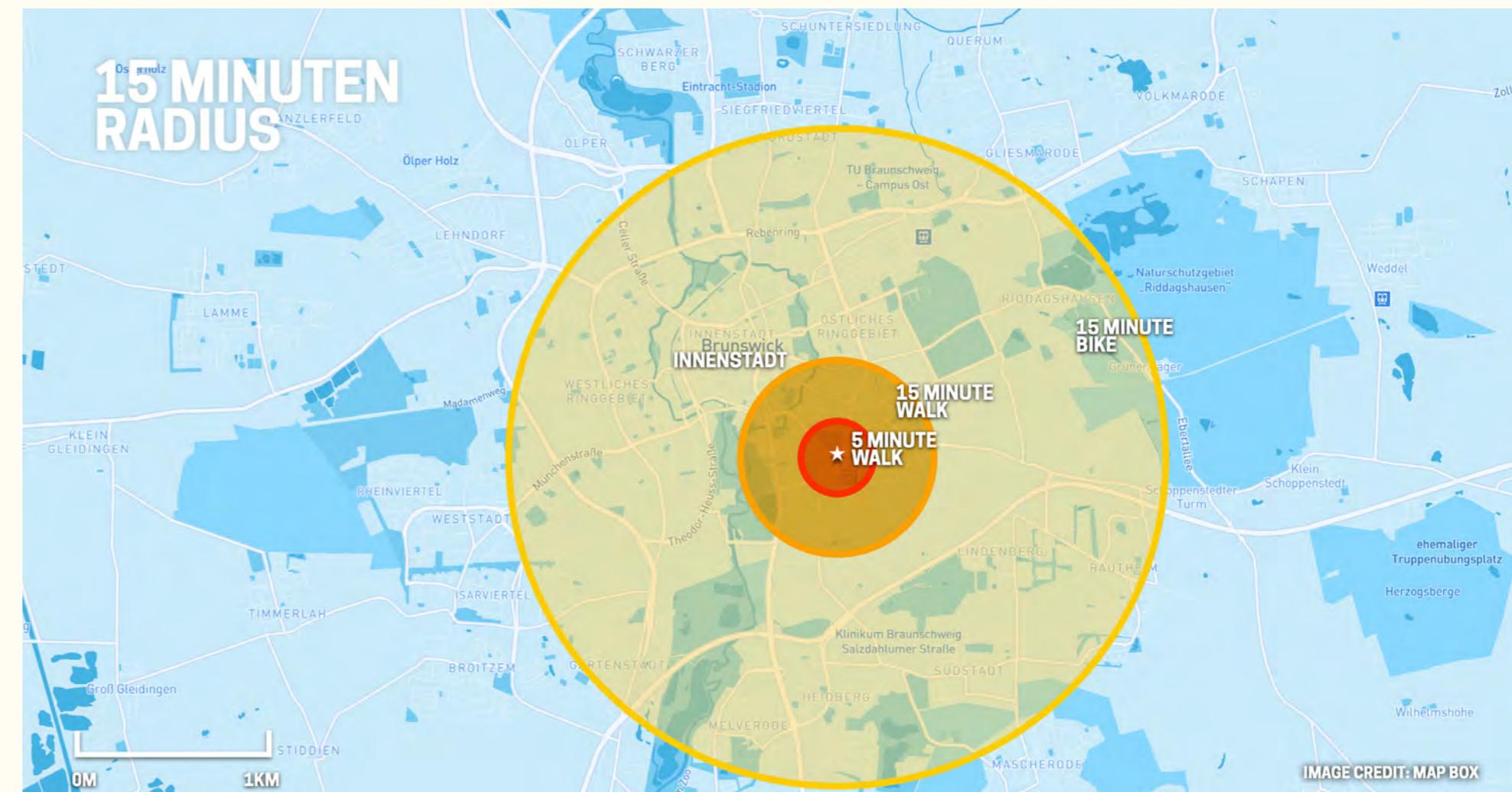
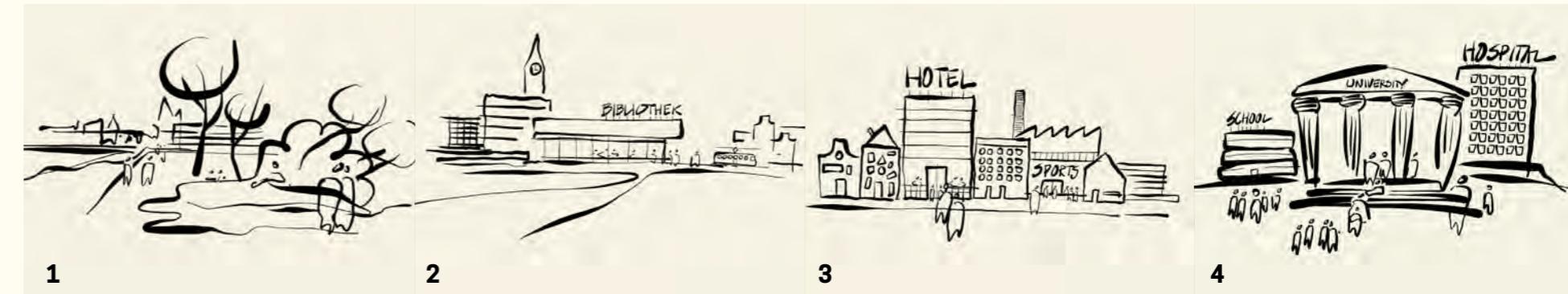
1. "Common ground" - öffentliche Räume, die allen offenstehen und sich in öffentlichem Besitz befinden, aber kein spezifisches Programm oder sichtbares Management haben, z.B. Plätze, Parks.

2. Öffentliche Plätze - öffentliche Räume, die allen offenstehen, sich in privatem oder öffentlichem Besitz befinden können und ein sichtbares Management haben, das das Raumprogramm bestimmt, z.B. Cafés, Geschäfte, Bibliotheken.

3 Kollektive Hotspots - öffentliche Räume, die allen offenstehen, die ein Abonnement erworben oder eine Einladung erhalten haben, die sich in privatem oder öffentlichem Besitz befinden können und deren sichtbares Management das Raumprogramm bestimmt, z. B. Sportvereine, Kinos, Museen.

4. Nicht-öffentliche Orte - private Räume, die nur bestimmten Mitgliedern offenstehen, wenn du bestimmte Bedingungen erfüllst. Sie werden von einer gemeinnützigen, staatlichen oder privaten Organisation gebaut und/oder verwaltet. z.B. Schulen

Die Anzahl und der Umfang der Orte wurden auf der Grundlage des 15-Minuten-Geh-Stadtmodells bestimmt. Dieses Modell zeigt, dass eine effiziente Stadt die Grundbedürfnisse für das tägliche Leben und die Freizeit innerhalb eines Radius von 15 Minuten zu Fuß erfüllen sollte. Der 5-Minuten-Radius ist die Schwelle, ab der sich eine Person entscheidet, zu Fuß zu gehen oder ein anderes Verkehrsmittel zu benutzen, und er ist auch das Ausmaß der Auswirkung eines Standorts auf die Nachbarschaft.



CAPTION Skizzen zur Erklärung der 4 Arten von Orten und Karte mit dem 5/15-Minuten-Radius zu Fuß und dem 15-Minuten-Radius mit dem Fahrrad in Bezug auf den geplanten Standort.

2.2 SOZIALER INFRASTRUKTUR SCAN

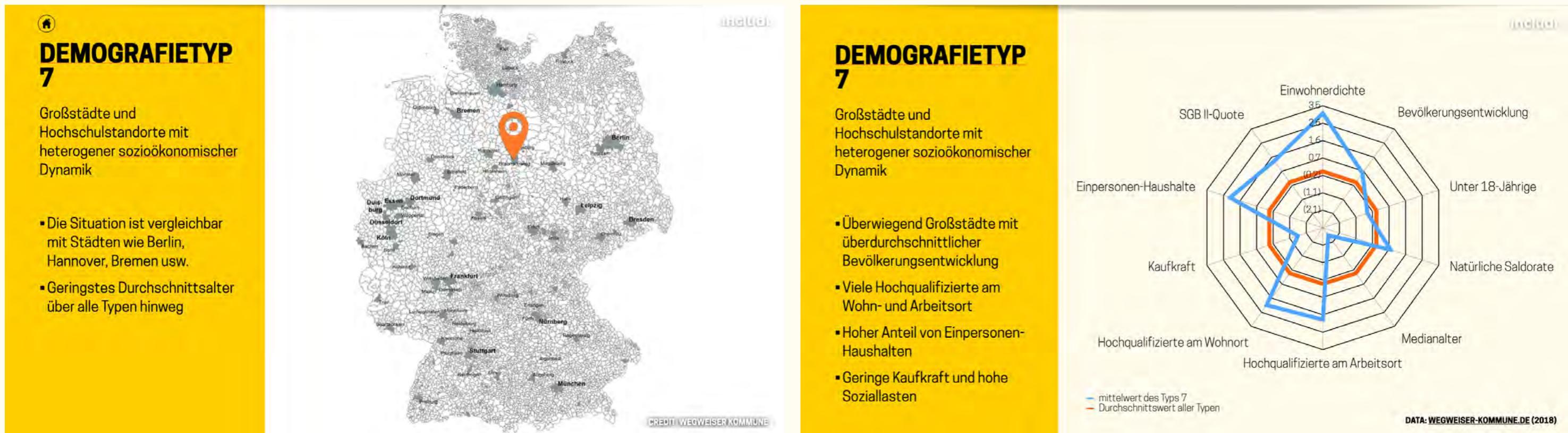
Demographie

Demographische Situation

Laut Wegweiser Kommune fällt Braunschweig unter den Demografiertyp 7, der Großstädte und Hochschulstandorte mit heterogener sozioökonomischer Dynamik charakterisiert. Damit liegt Braunschweig in einer ähnlichen Kategorie wie Berlin, Hannover und Bremen, wobei sich der Demografiertyp 7 dadurch auszeichnet, dass er im Vergleich zu den anderen Klassifizierungstypen das niedrigste Durchschnittsalter aufweist. Dies deutet darauf hin, dass Städte, die in diese Kategorie fallen, in der Regel eine relativ junge

Bevölkerung haben. Der demografische Typ 7 umfasst überwiegend Großstädte mit überdurchschnittlichem Bevölkerungswachstum. Diese städtischen Gebiete ziehen oft eine beträchtliche Anzahl hochqualifizierter Personen an, die sowohl in ihnen wohnen als auch arbeiten. Darüber hinaus weist diese demografische Kategorie eine hohe Prävalenz von Ein-Personen-Haushalten auf, was die Lebensumstände ihrer Bewohner widerspiegelt. Trotz der Anwesenheit hochqualifizierter Einwohner haben diese Gebiete jedoch tendenziell eine geringere Kaufkraft und höhere soziale

Belastungen. Diese Kombination von Faktoren prägt die komplexe sozioökonomische Landschaft der Städte des Demografiertyps 7, zu denen auch Braunschweig gehört.



2.3 DEMOGRAFISCHE STUDIE

Nachbarschaft und weiteren Umgebung

Profil der unmittelbaren Nachbarschaft (innerhalb von 15 Minuten zu Fuß)

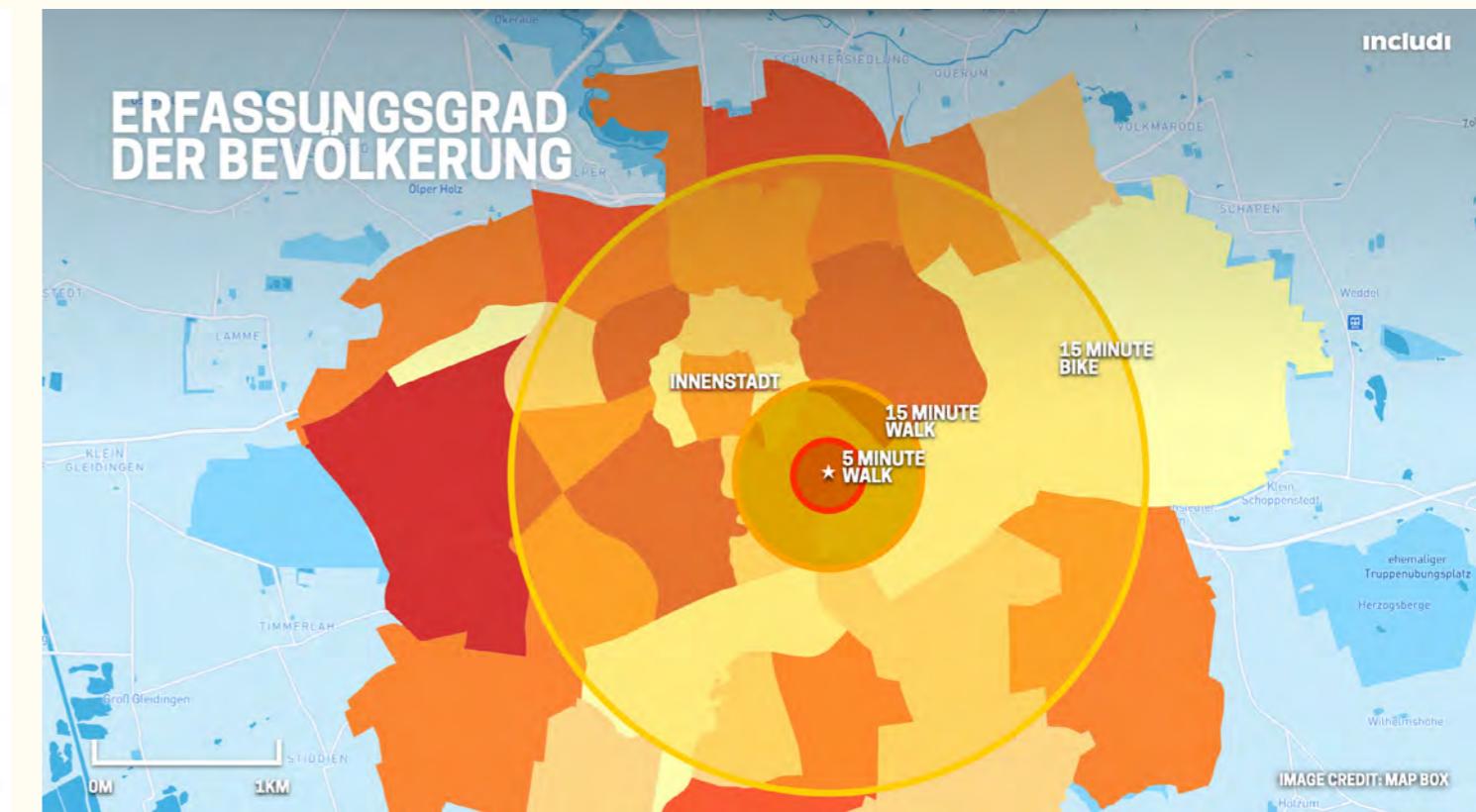
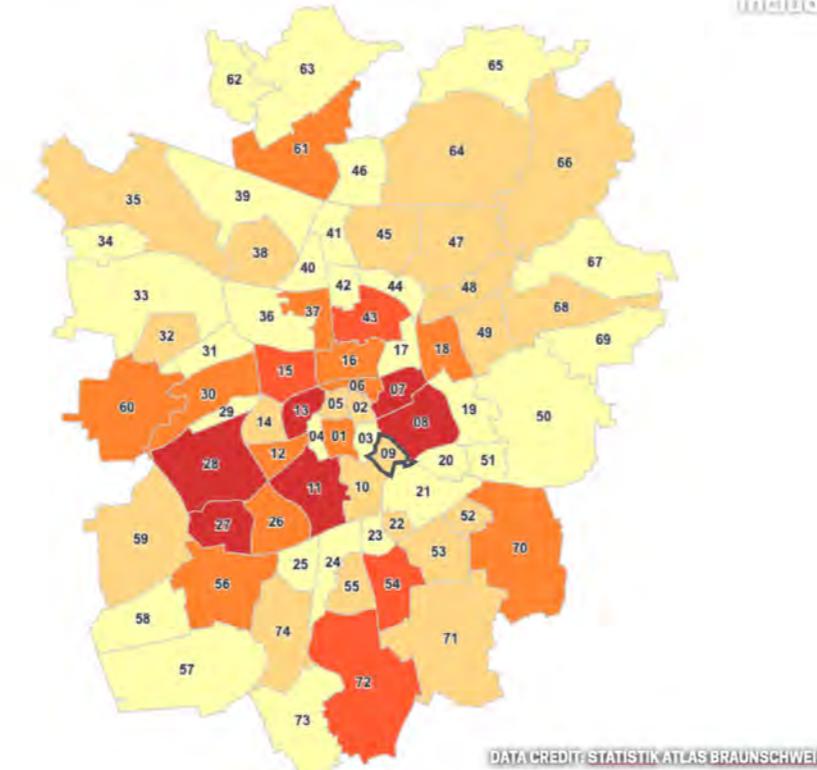
In dieser besonderen Ecke der Stadt ist die Bevölkerung im Vergleich zu anderen Teilen der Innenstadt auffallend dünn. Sie grenzt jedoch an ein Viertel, das in starkem Kontrast dazu steht und eines der am dichtesten besiedelten Gebiete Braunschweigs ist. Demografisch gesehen gehört die Mehrheit der Bewohner dieses Stadtteils zur Altersgruppe der 18- bis 45-Jährigen, also der Altersgruppe, die sich in der Blütezeit ihres Berufslebens befindet. Was die Wirtschafts- und Beschäftigungsdynamik betrifft, so entsprechen die finanzielle Situation und die Arbeitslosenquote der Bewohner dieses Gebiets

weitgehend dem gesamtstädtischen Durchschnitt. Während das Stadtzentrum insgesamt von einer vielfältigen kulturellen Zusammensetzung geprägt ist, bildet das Gebiet um das zukünftige Haus der Musik eine Ausnahme. Hier ist die Bevölkerung in Bezug auf den kulturellen Hintergrund weniger vielfältig und setzt sich hauptsächlich aus Einheimischen zusammen.

Profil der weiteren Umgebung (innerhalb von 15 Minuten mit dem Fahrrad)

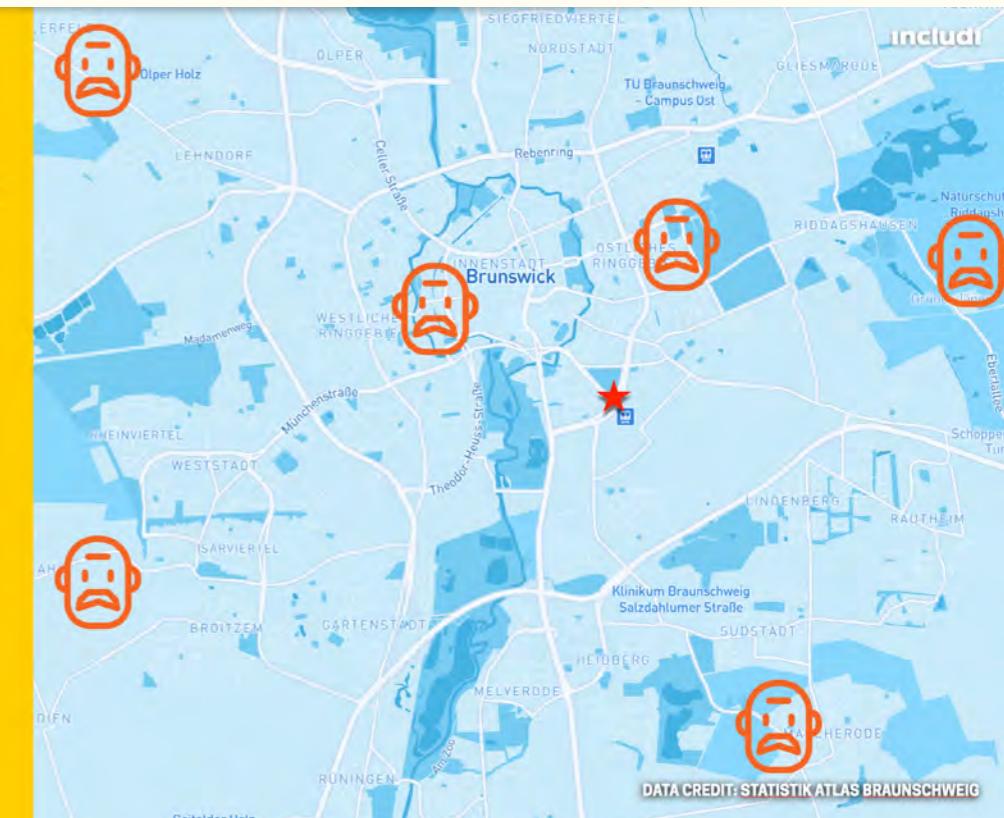
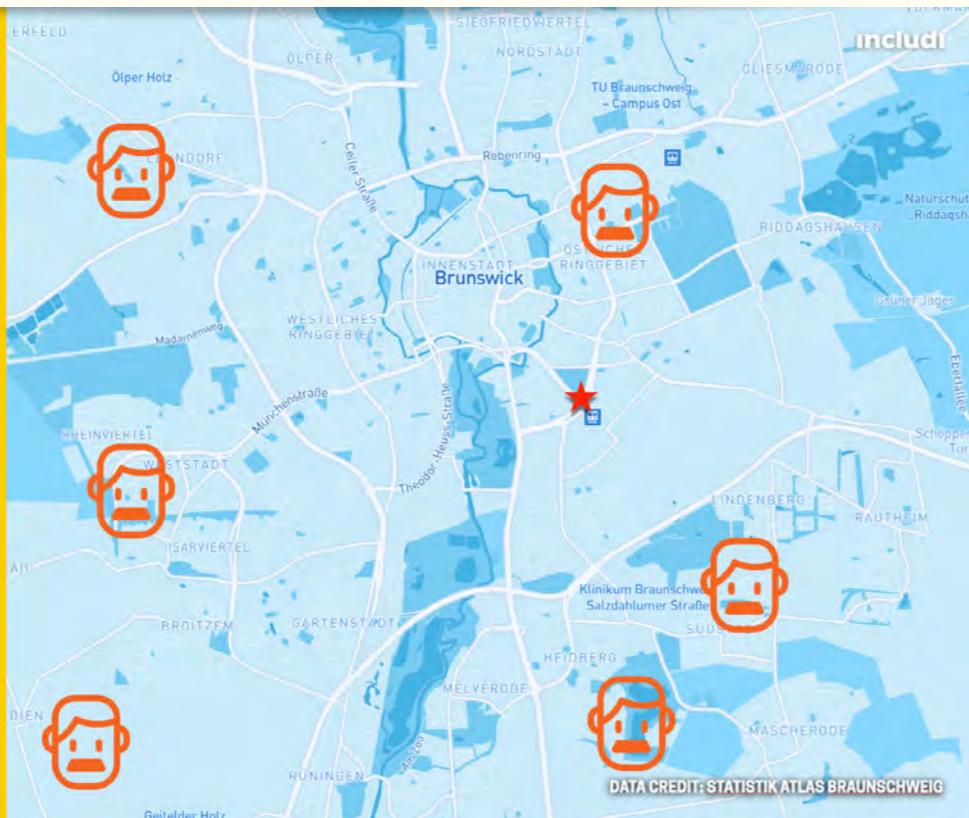
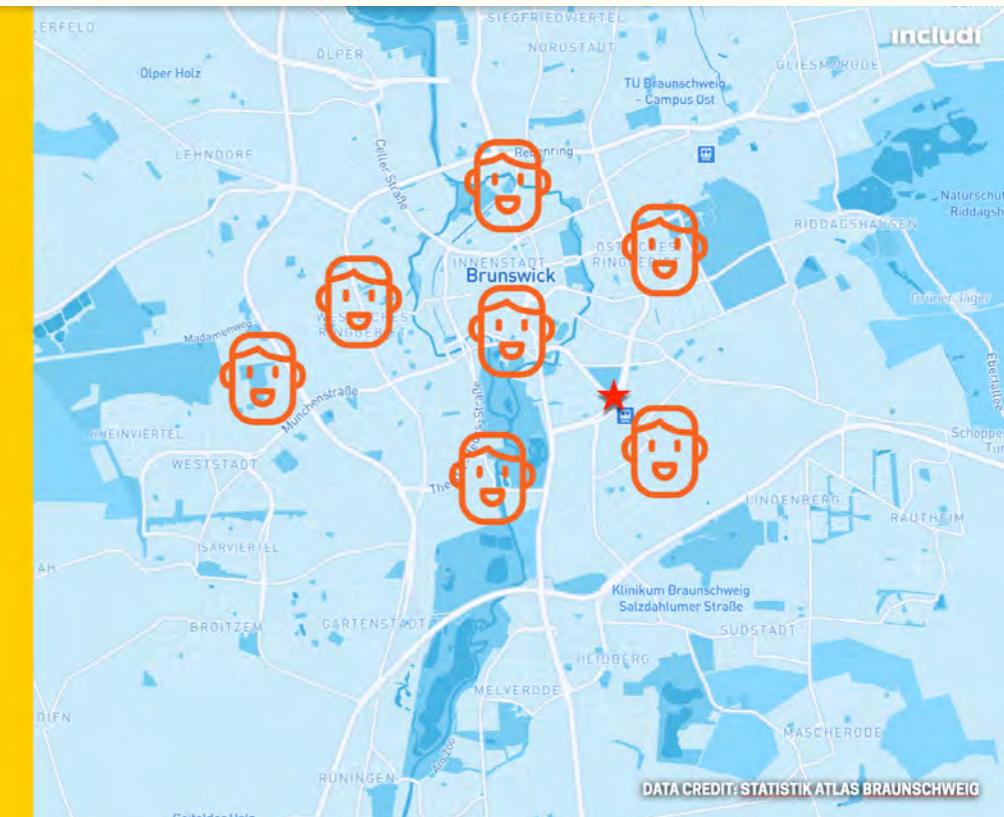
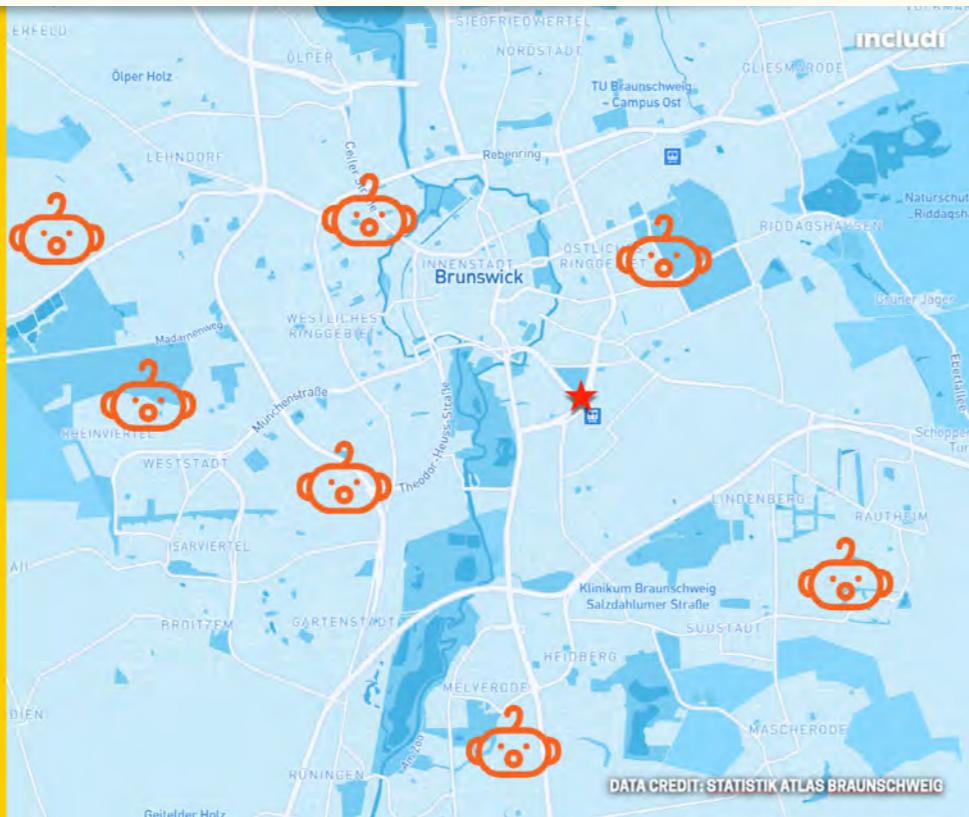
Das künftige "Zentrum für Musik" profitiert von einer strategischen Lage innerhalb eines Radius von 15 Minuten Fahrzeit, die einen

wesentlichen Teil der dicht besiedelten Gebiete Braunschweigs umfasst. In diesem Gebiet leben vor allem Menschen unter 18 Jahren und Menschen zwischen 18 und 45 Jahren. Darüber hinaus erstreckt sich der Standort auch auf Gebiete, in denen Menschen mit unterschiedlichem kulturellem Hintergrund ansässig sind. Er umfasst auch Regionen mit einer höheren Konzentration von Personen, die mit einer geringeren finanziellen Stabilität konfrontiert sind und eine höhere Arbeitslosigkeit aufweisen.



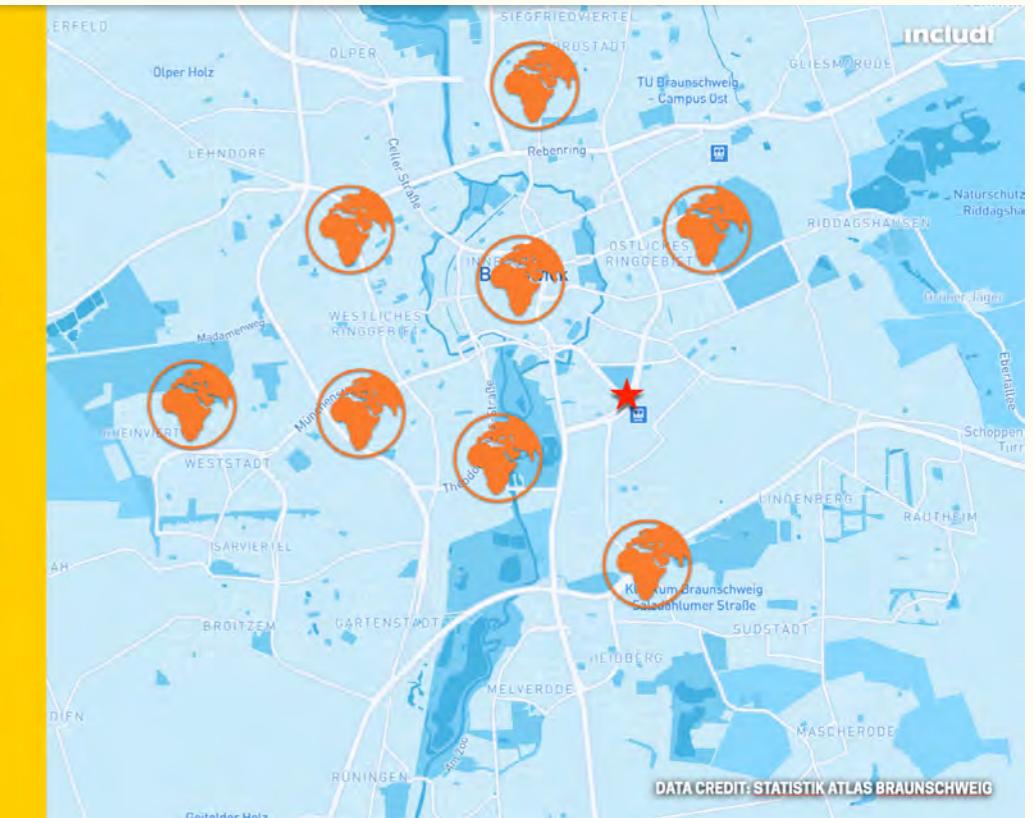
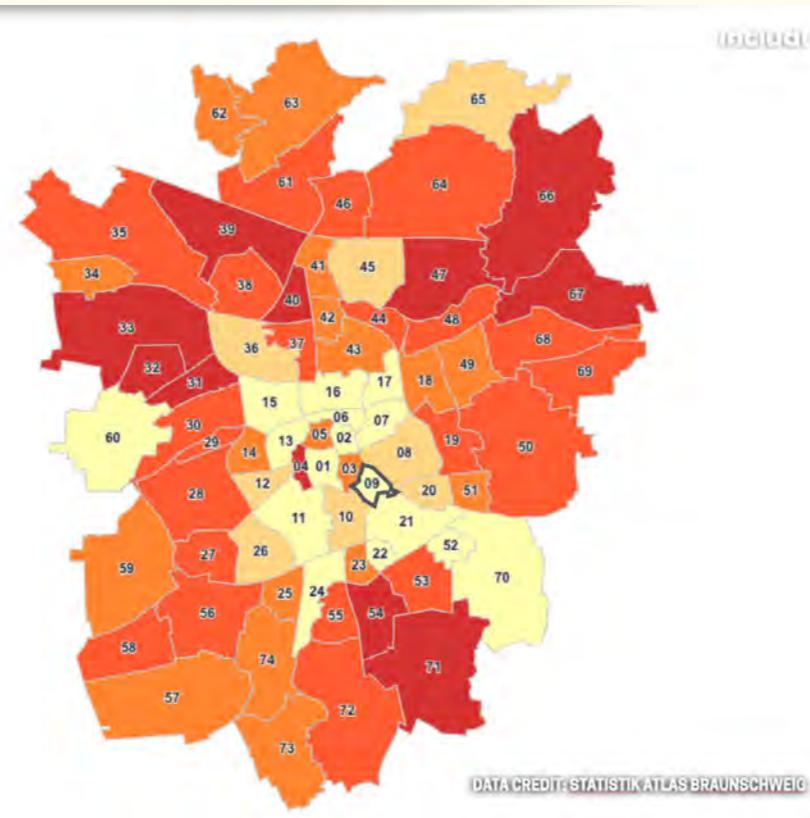
2.3 DEMOGRAFISCHE STUDIE

Altersgruppenverteilung im Umkreis des Zentrums Braunschweig



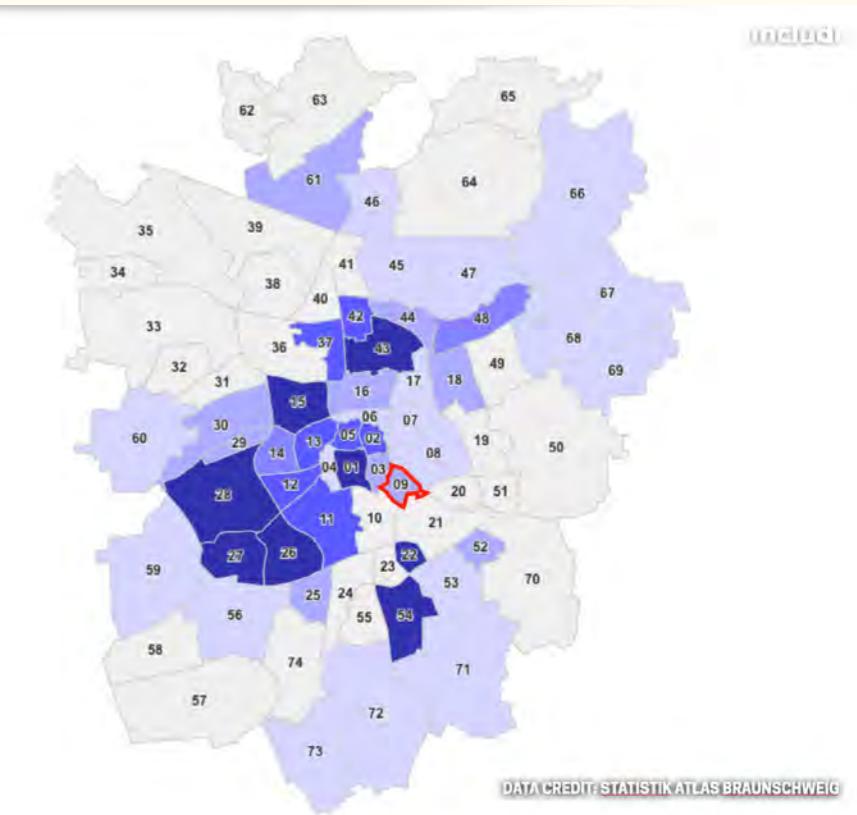
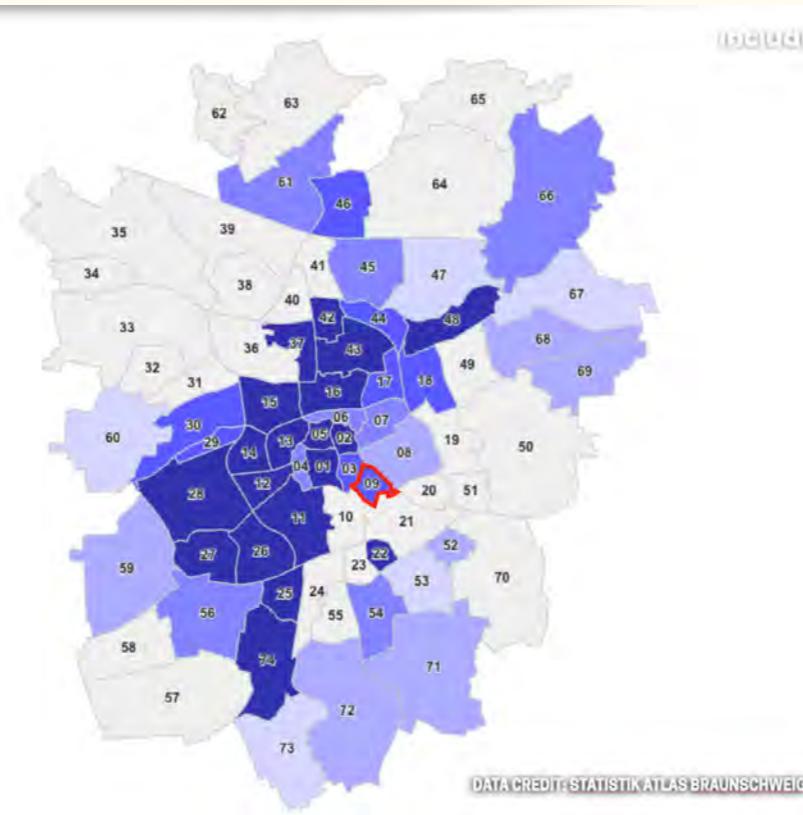
2.3 DEMOGRAFISCHE STUDIE

Alter pro Stadtteil und nicht lokaler kultureller Hintergrund



2.4 FINANZIELLE SITUATION

Einkommensunterstützung und Arbeitslosigkeit

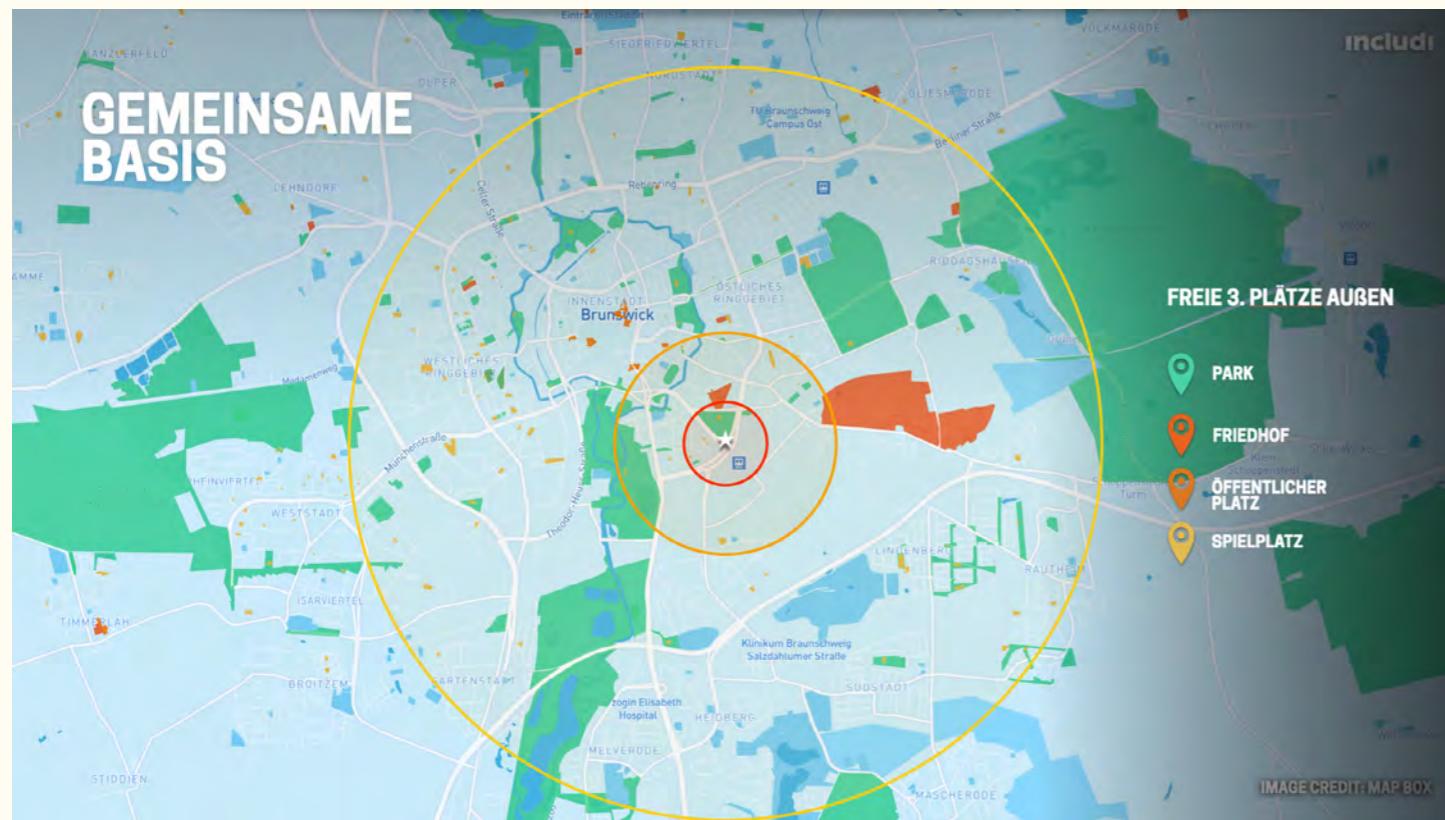


2.5 FREIE 3. ORTE IM AUSSENBEREICH

Kategorie 1 - "Common ground"

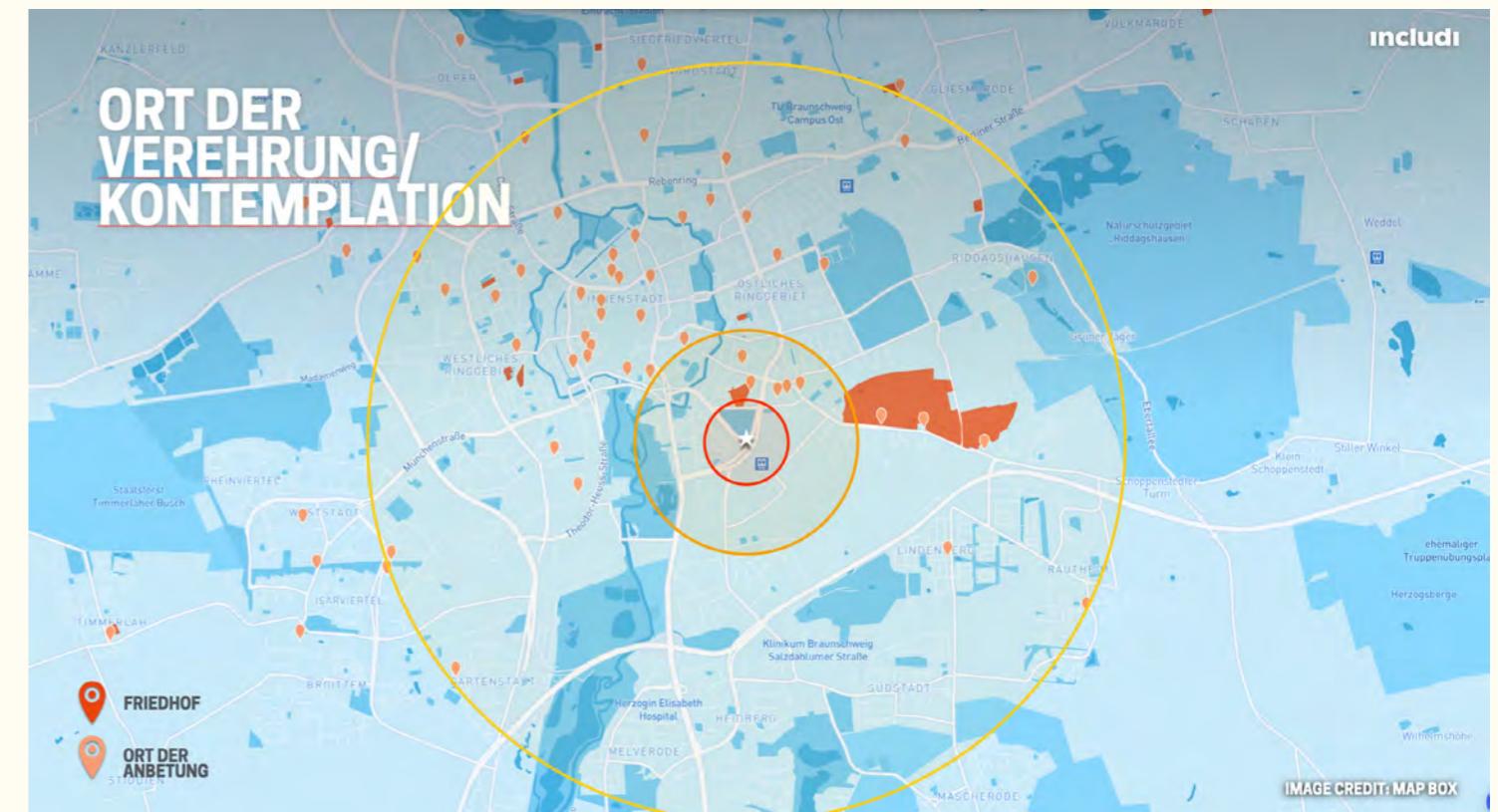
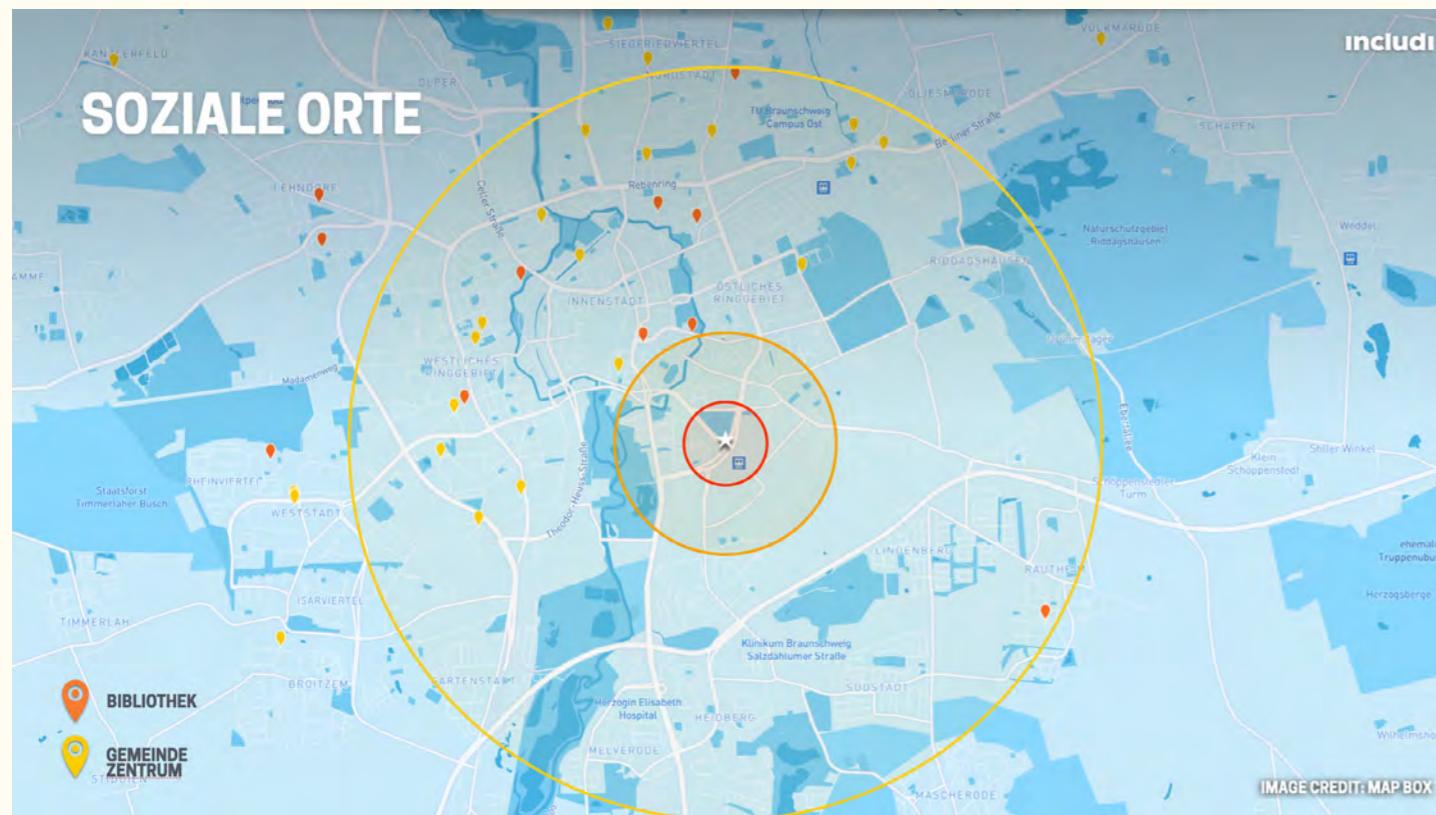
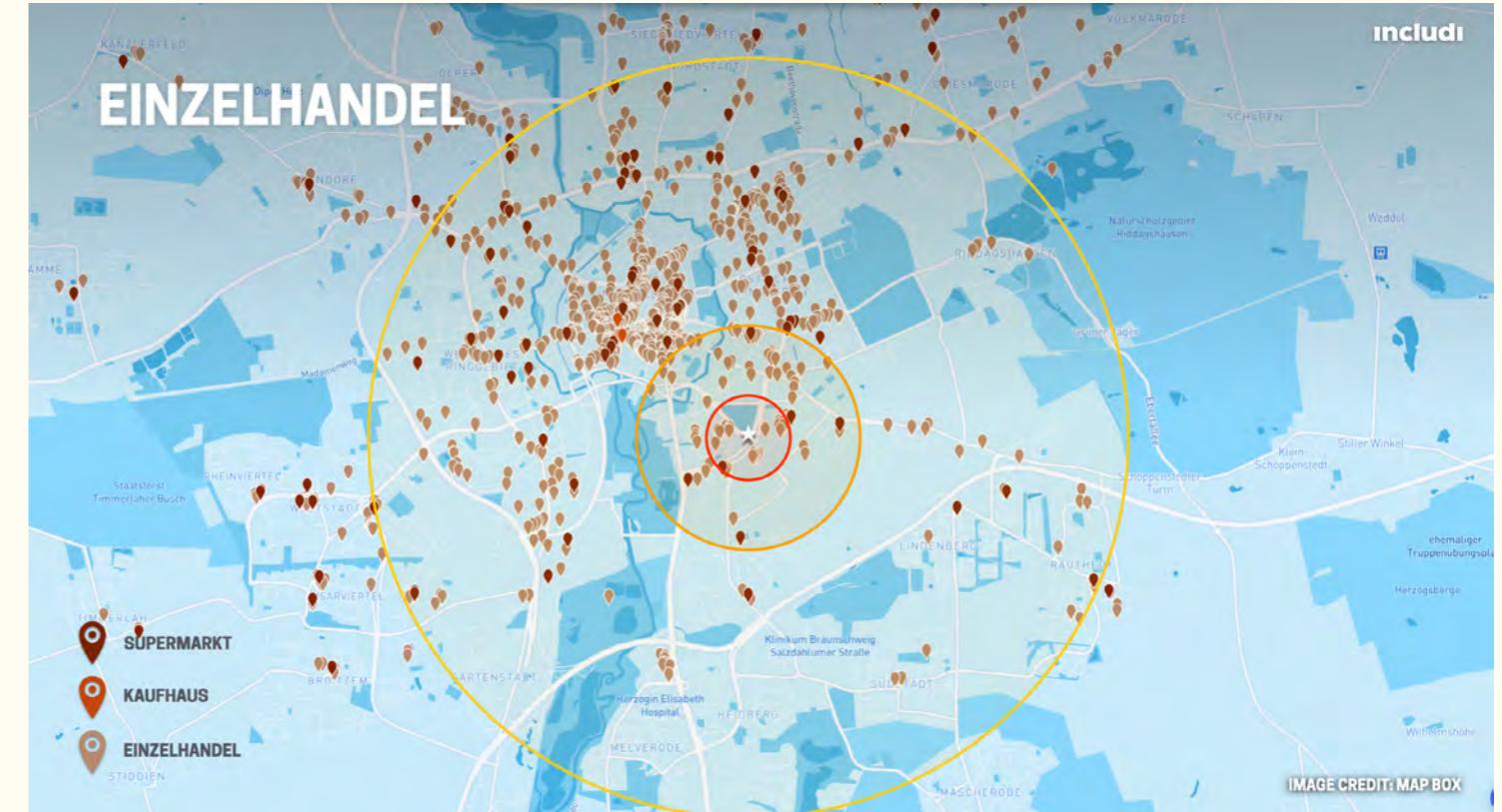
Das kommerzielle Zentrum, mit der größten Konzentration an Geschäften und Gastronomiebetrieben, liegt in der Mitte der Stadt; ebenso wie die Bibliotheken, (soziokulturelle) Stadtteileinrichtungen, Gemeindezentren und Kirchen. Mit dem neu zu entwickelnden „Bahnhofsquartier“ entsteht ein urbanes Stadtquartier, das zukünftig durch kurze Wege, öffentliche Orte und Einrichtungen wie Parks, grünen Straßenräume und Plätze sowie kulturellen und sozialen Angeboten in Gebäuden und im öffentlichen Raum gekennzeichnet sein wird. Dieser Standort für das geplante „Zentrum für Musik“, gegenüber von dem Bahnhof, bietet die Chance

die Innenstadt mit dem Bahnhof zu verbinden und gleichzeitig als sozialer und kultureller Ort und Ankerpunkt für diesen Teil der Stadt zu fungieren, zumal sich in diesem Stadtteil bislang weithin keine Kultureinrichtung befindet, wie sie bereits in anderen Stadtteilen(Theater, Soziokulturelle Zentren etc.) zu finden sind.



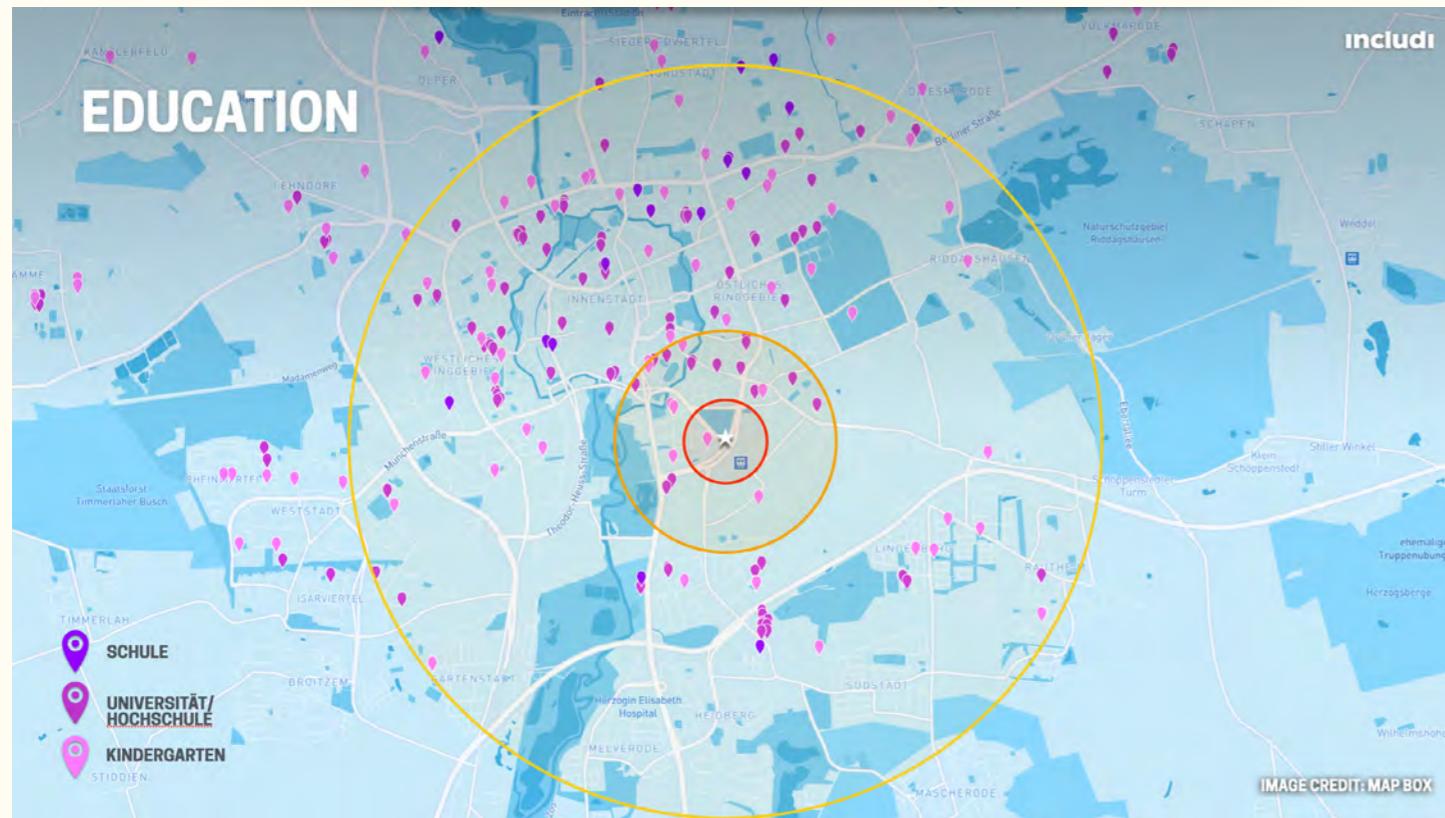
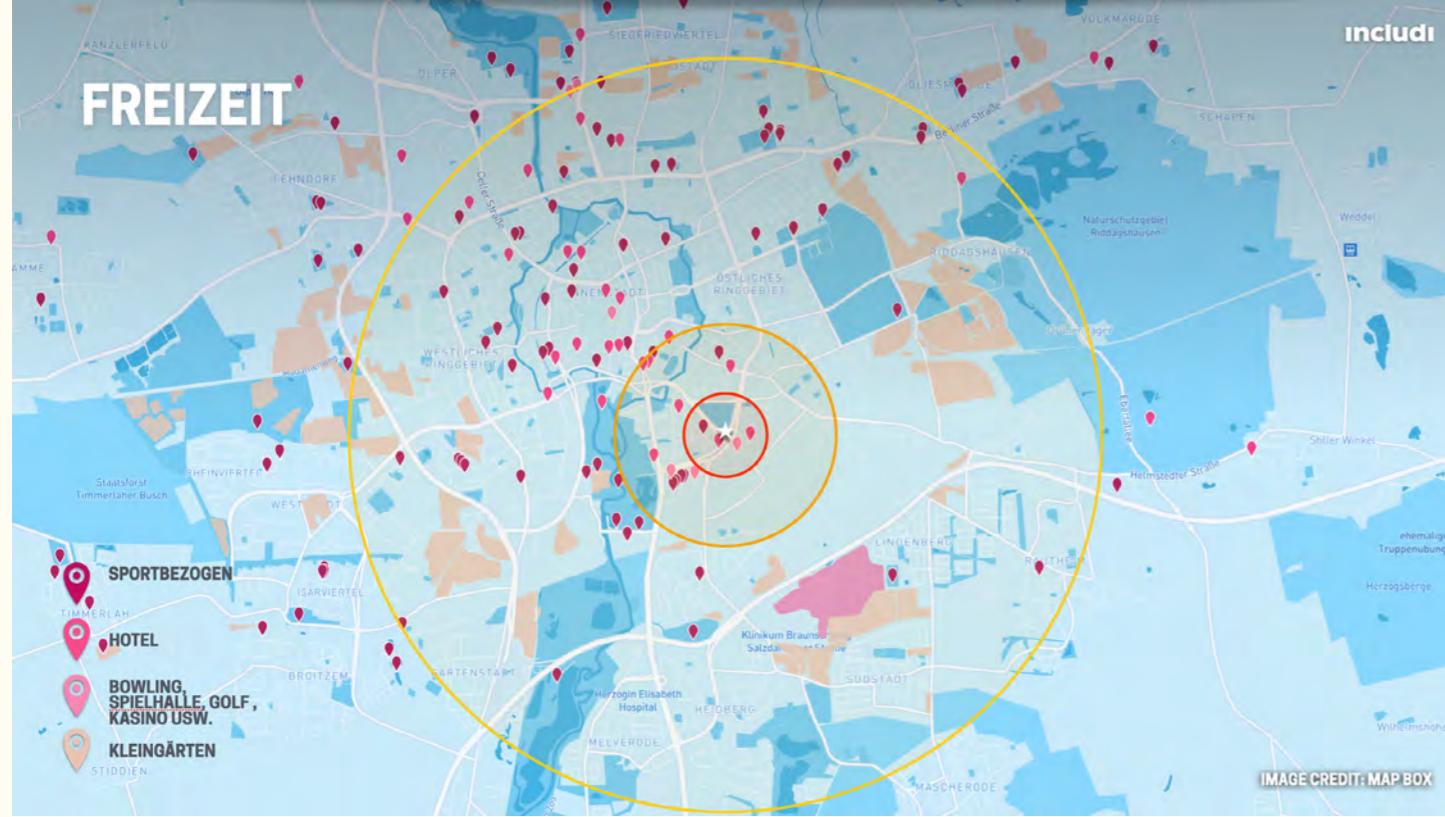
2.6 OFFENTLICHE PLATZE

Kategorie 2 Sozialer Infrastruktur



2.7 KOLLEKTIVE HOTSPOTS UND NICHT OFFENTLICHE ORTE

Kategorie 3 Sozialer Infrastruktur + Kategorie 4 Sozialer Infrastruktur



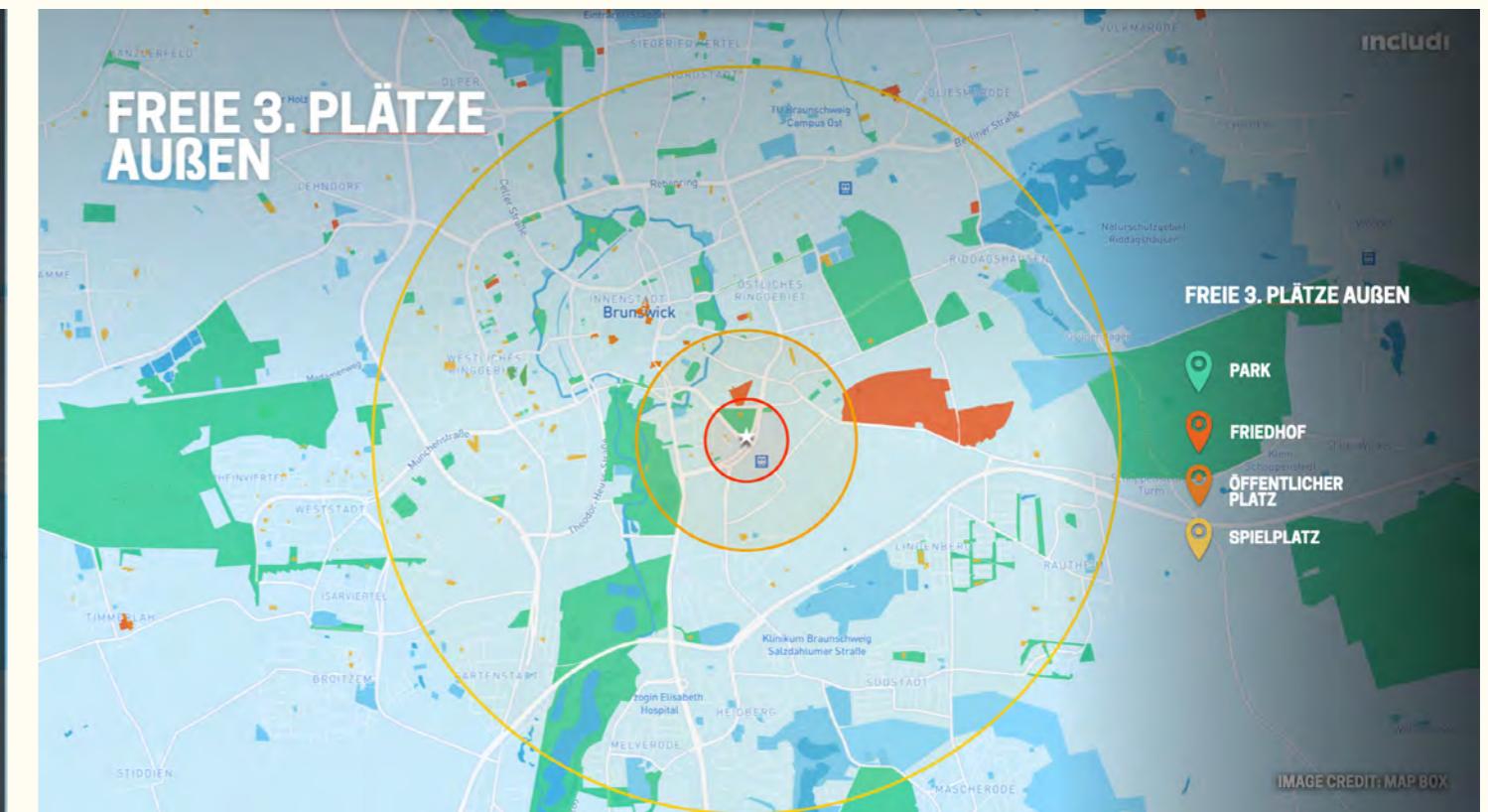
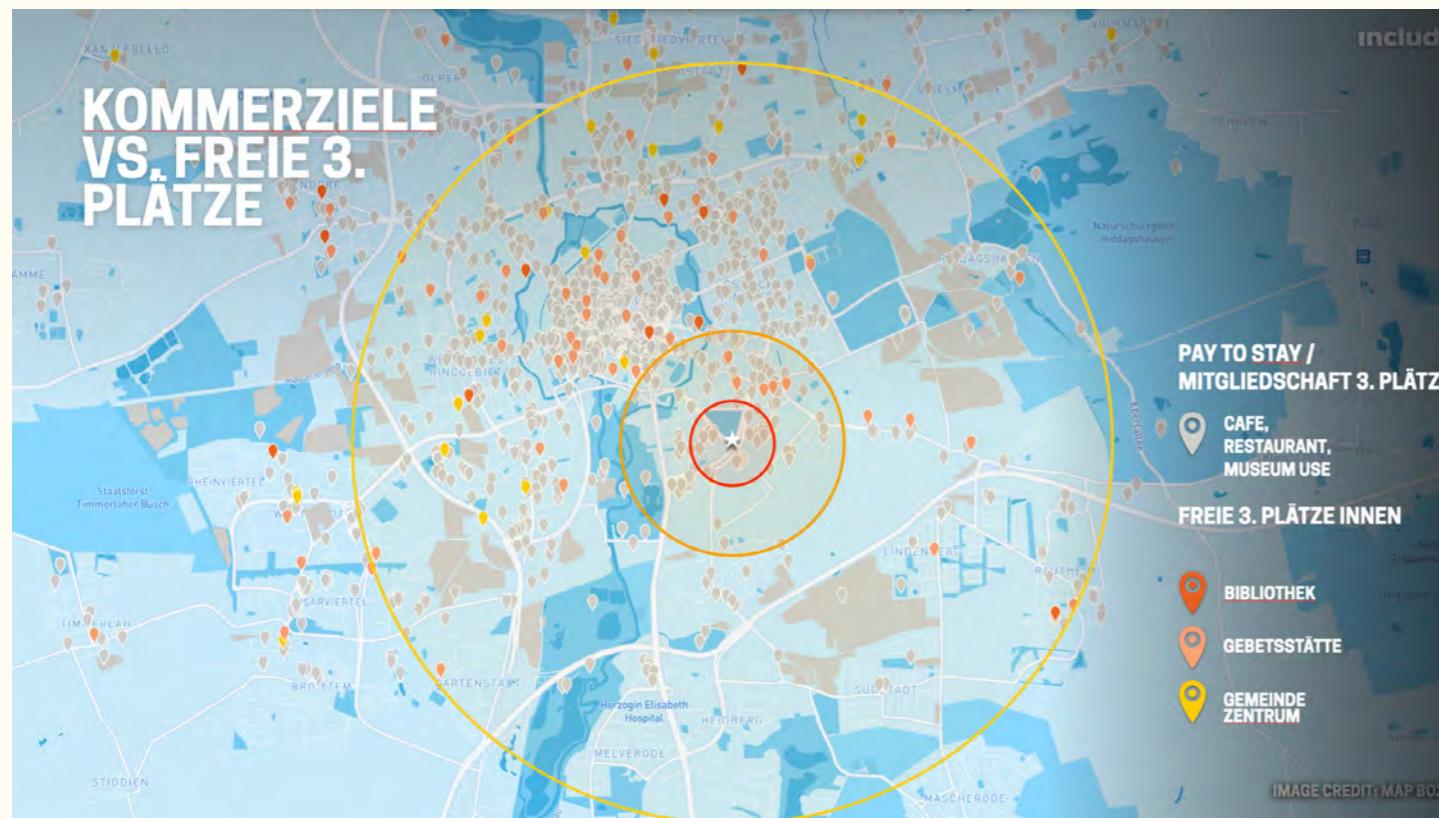
2.8 OFFENTLICHE PLATZE

Analyse bereits vorhandenes Angebot

Wenn es darum geht, "Third Place"-Erlebnisse zu bieten, die für alle Jahreszeiten geeignet sind und über Innenräume verfügen, ist es wichtig zu wissen, dass die meisten dieser Orte mit Kosten verbunden sind oder eine Mitgliedschaft erfordern. Dies kann zu Ungleichheiten führen, da Menschen mit begrenzten finanziellen Mitteln, insbesondere unterprivilegierte Menschen und Kinder, keinen Zugang zu Treffpunkten außerhalb ihres Hauses haben. Die Stadt bietet zwar eine Vielzahl kostenloser Freiflächen wie Parks, Plätze und Spielplätze für verschiedene Altersgruppen, darunter auch Kinder, doch sind sie aufgrund der Witterungsbedingungen

und des Fehlens strukturierter Programme oder Aktivitäten nicht unbedingt ideal für längere soziale Interaktionen. Es gibt viele Bibliotheken, Gemeindezentren und Gotteshäuser in der ganzen Stadt, die sich an Menschen richten, die über ein höheres Einkommen verfügen. Diese Einrichtungen richten sich an Menschen, die das ganze Jahr über Indoor-Aktivitäten suchen. Vor allem Bibliotheken und Gemeindezentren bieten kostenlosen Zugang zu Wissen und Gemeinschaftsräumen, sind aber nicht unbedingt für große Gruppen oder längere Aufführungszeiten und Musikgenuss ausgelegt. Außerdem sind sie oft schallempfindlich und unterliegen

betrieblichen Einschränkungen. Es besteht Bedarf an einem umfassenderen "Dritten Ort" auf Stadtbene, einem zentralen Punkt, der verschiedene Gruppen aus der ganzen Stadt zusammenbringen kann. Ein solcher Ort würde erweiterte Möglichkeiten für soziale Interaktion, Ideenaustausch und die Erkundung alternativer Ausdrucksformen bieten und damit ein einzigartiges und derzeit unerfülltes gesellschaftliches Bedürfnis erfüllen.



2.9 NUTZERBEDÜRFNISSE

Sich zu Hause fühlen

Es wurde eine Online-Nutzerumfrage mit insgesamt 227 Teilnehmern durchgeführt, die hauptsächlich der Altersgruppe von 35 bis 66 Jahren angehörten. Die Geschlechterverteilung unter den Teilnehmern war ziemlich ausgewogen. Außerdem ist es bemerkenswert, dass die Mehrheit der Befragten derzeit in irgendeiner Form berufstätig ist. Die Altersgruppe 0-17 Jahre wurde aus der Analyse herausgenommen, da nur eine Antwort eingegangen ist und diese nicht repräsentativ für den Rest von Braunschweig ist.

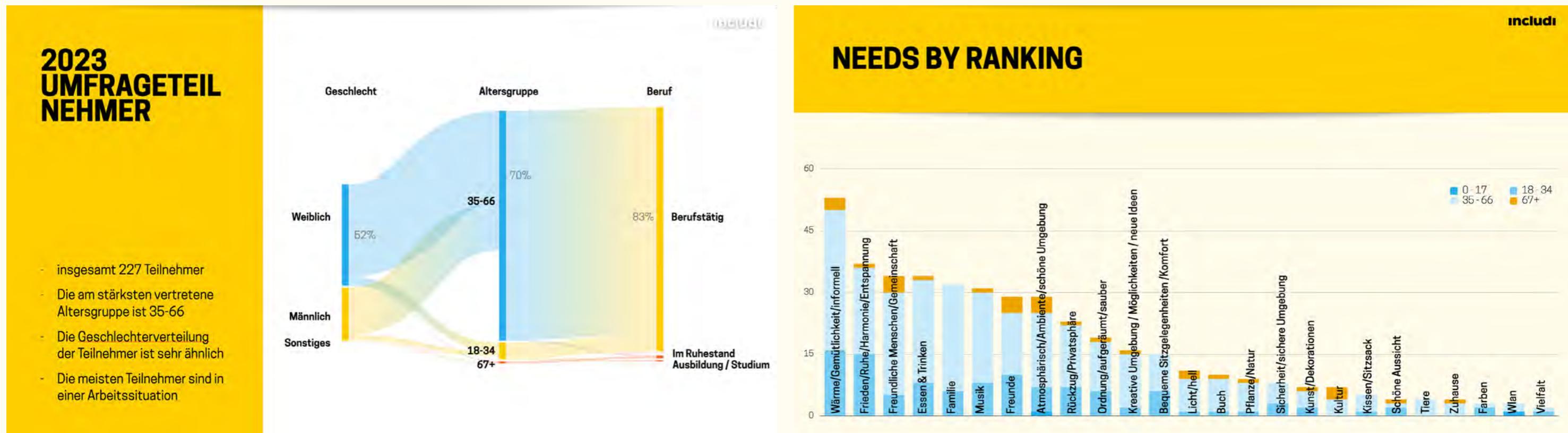
Auf die Frage 'Was brauchen Sie, damit Sie sich Zuhause fühlen wenn Sie nicht Zuhause sind?' ist folgendes geantwortet. Im Allgemeinen legen die Nutzer Wert auf Komfort und ein Gefühl der

Vertrautheit. Sie legen großen Wert auf eine gemütliche Atmosphäre, die Anwesenheit von Freunden und Familie, den Genuss von gutem Essen und persönliche Entspannung. Diese Elemente sind ausschlaggebend für die Schaffung einer Umgebung, in der sie sich zu Hause fühlen können, auch wenn sie nicht zu Hause sind. Das unterstreicht ihr Bedürfnis nach einer warmen, einladenden und pflegenden Atmosphäre, die ihr Wohlbefinden steigert und ihnen hilft, sich zu entspannen.

18-34 Jahre: Sie suchen eine gemütliche Atmosphäre, die Gesellschaft von Freunden und Familie, gutes Essen, Musik und ein Gefühl der Sicherheit. Außerdem legen sie Wert auf Ästhetik und hochwertige Materialien.

35-66 Jahre: Sie schätzen Komfort, Ruhe, Natur, die Gesellschaft von Freunden und Familie und Rückzugsmöglichkeiten. Sie schätzen auch Sauberkeit, Ordnung, den Komfort des eigenen Bettes und die Annehmlichkeiten einer vertrauten, einladenden Umgebung.

Alter 67 und älter: Sie sehnen sich nach Natur, Kultur und geselligen Nachbarn. Sie bevorzugen eine friedliche Umgebung, freundliche Menschen und die Anwesenheit von Familie und Freunden. Eine einladende und warme Atmosphäre sowie eine gute Beleuchtung sind ihnen wichtig.



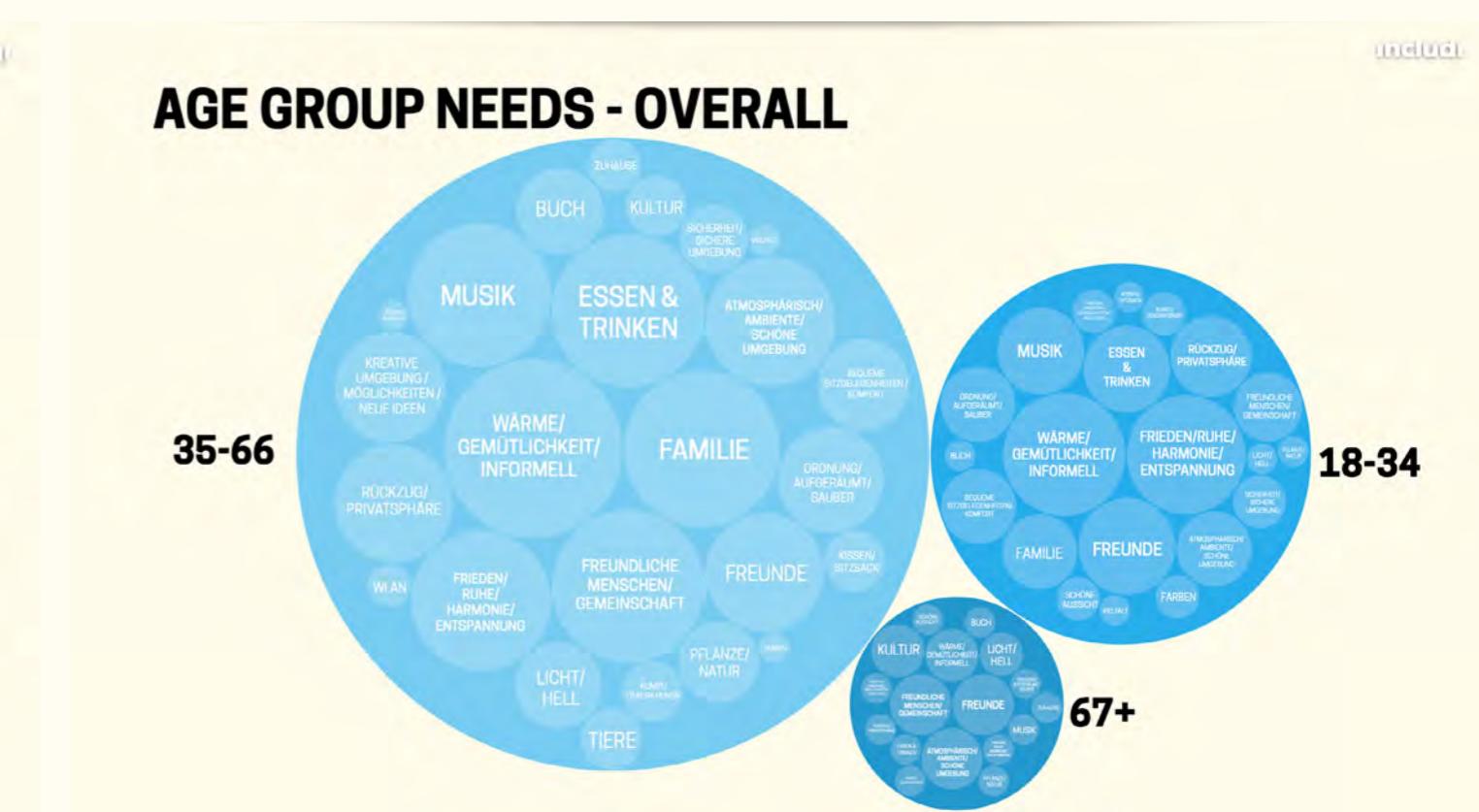
2.9 NUTZERBEDÜRFNISSE

Sich zu Hause fühlen

Beginnend mit den grundlegenden physiologischen Bedürfnissen betonen die Befragten die Bedeutung von Wärme, Gemütlichkeit, Ruhe und Zugang zu Essen und Trinken in ihren idealen Umgebungen. Die sozialen Bedürfnisse folgen dicht darauf: Die Teilnehmer suchen nach Umgebungen, die den Austausch mit freundlichen Menschen ermöglichen, die Gemeinschaft stärken und die Verbindung zu Familie und Freunden anregen. Die Selbstverwirklichung ist eine weitere wichtige Priorität: Musik, Ästhetik, Kreativität und kulturelle Erlebnisse zeigen, dass die Teilnehmer sich nach Umgebungen sehnen, die persönliches und geistiges Wachstum ermöglichen. Auch

Sicherheit spielt eine Rolle, was sich in den Vorlieben für Sauberkeit, Ordnung und ein sicheres Umfeld zeigt. Individueller Komfort wird hoch geschätzt, was sich in dem Wunsch nach persönlichem Freiraum, Privatsphäre, bequemen Sitzgelegenheiten und WLAN-Zugang äußert, die den Komfort erhöhen. Die Teilnehmer drücken auch ihre Verbundenheit mit der Natur aus, indem sie grüne Elemente wie Pflanzen und schöne Aussichten bevorzugen. Die Bedeutung von kulturellem und künstlerischem Engagement wird deutlich, wenn die Befragten Interesse an Kunst, kulturellen Erfahrungen und Musik zeigen. Diese unterschiedlichen Prioritäten unterstreichen

die Komplexität der Nutzerbedürfnisse und machen deutlich, wie wichtig es ist, Räume so zu gestalten, dass sie einer Vielzahl von Bedürfnissen nach Wohlbefinden, Komfort und Erfüllung gerecht werden. Abschließend lässt sich sagen, dass die Berücksichtigung dieser vielfältigen Bedürfnisse entscheidend für die Schaffung von Umgebungen ist, die die allgemeine Zufriedenheit der Nutzer fördern und ihre Lebensqualität verbessern.



2.9 NUTZERBEDÜRFNISSE

Begegnung

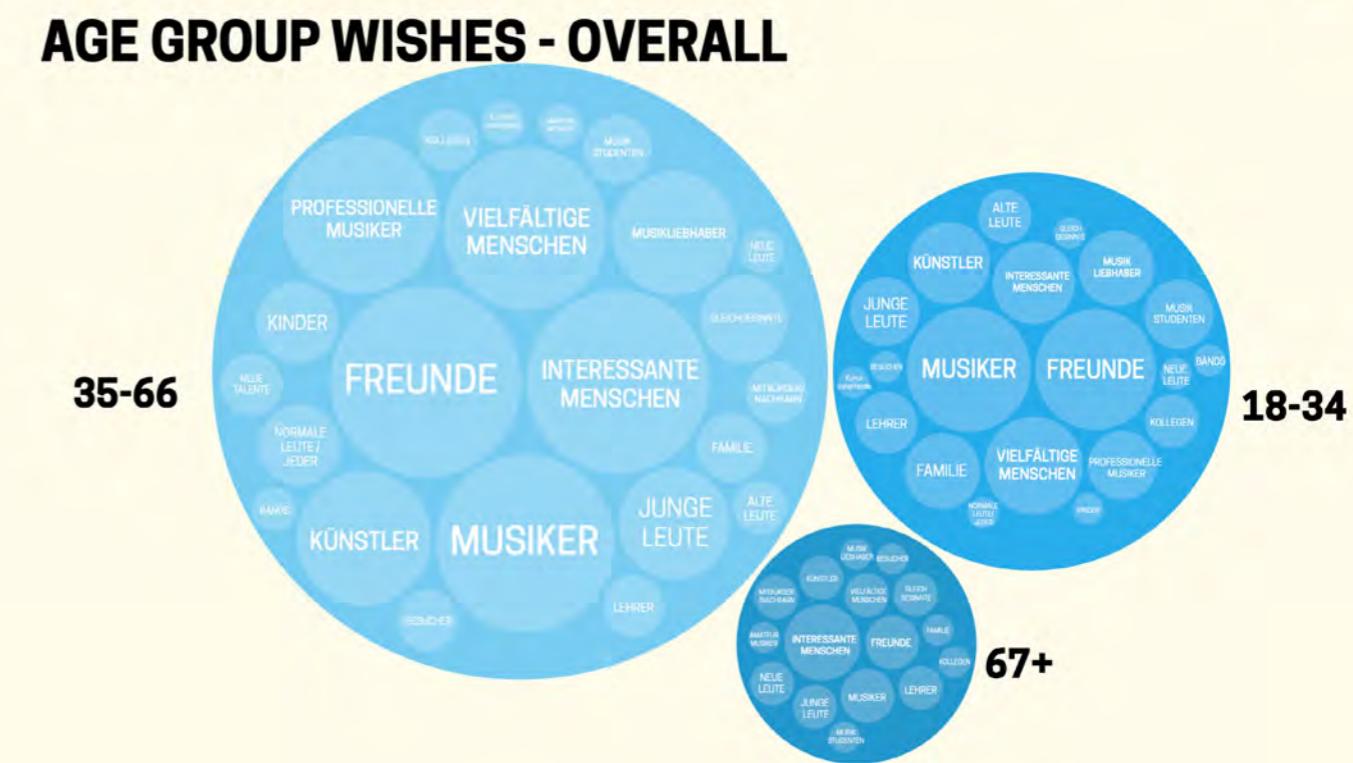
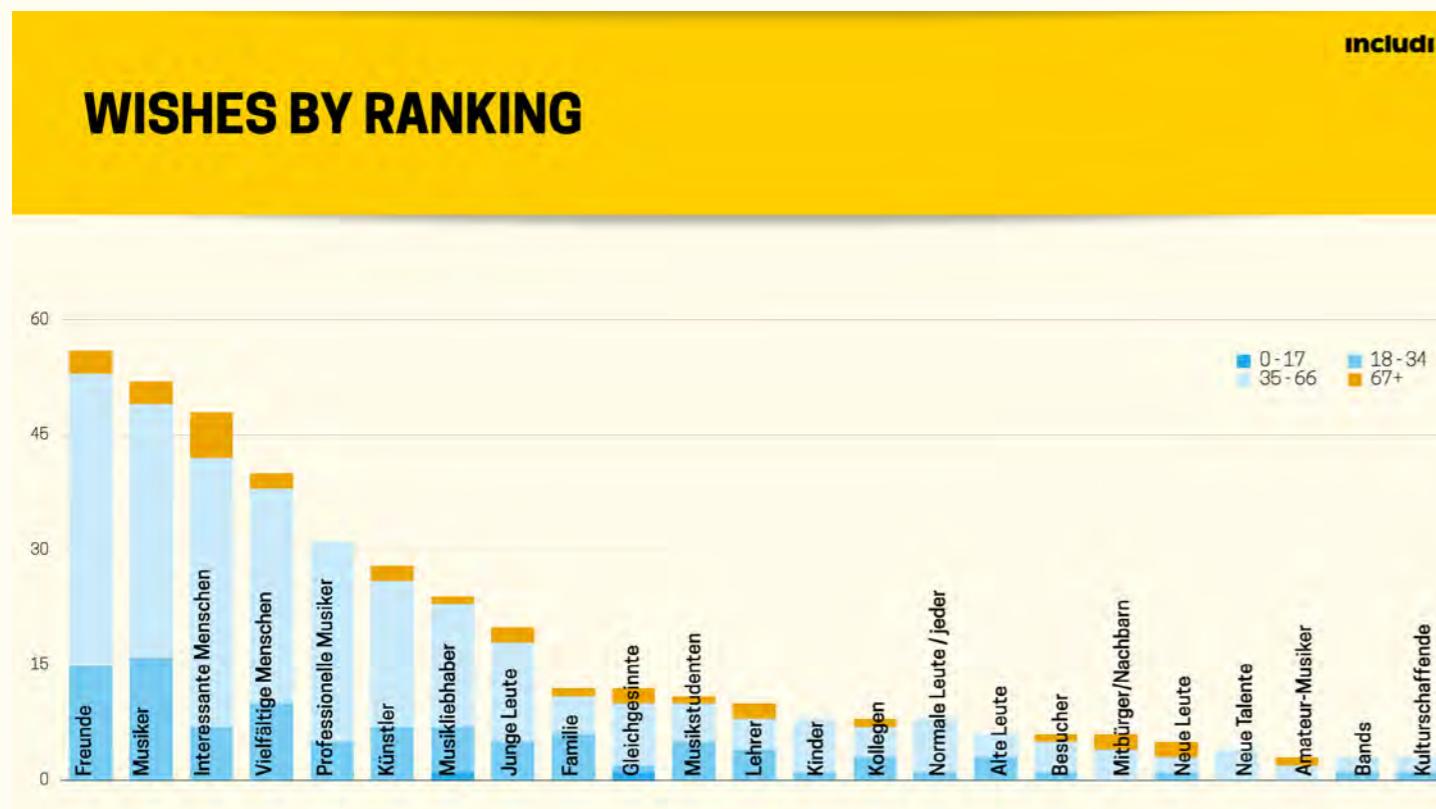
Die Antworten auf die Frage: "Wem würden Sie gerne begegnen"? offenbaren eine Vielzahl von Antworten. Gemeinsam haben diese Altersgruppen die Idee, dass das zukünftige Haus der Musik ein Ort der musikalischen Erkundung, des kulturellen Austauschs und des harmonischen Miteinanders sein soll. Professionelle Musikerinnen und Musiker zu sehen, ist ebenfalls wichtig, aber nicht der einzige Grund für einen Besuch. Der Wunsch, mit anderen Musikliebhabern und Künstlern in Kontakt zu treten, ist generationsübergreifend und deutet darauf hin, dass ein solcher Ort eine Brücke zwischen den verschiedenen Altersgruppen schlagen und ein reichhaltiges, dynamisches kulturelles Umfeld fördern könnte.

18-34 Jahre: Diese Altersgruppe zeichnet sich durch eine bemerkenswerte Offenheit für vielfältige Begegnungen aus, von Musikerkollegen und Künstlern bis hin zu Menschen unterschiedlichen Alters und Hintergrunds. Sie ist eine Generation mit einer starken Neigung zur Inklusion und dem Wunsch, sich mit Menschen zu treffen, die neue Perspektiven einbringen und den Dritten Platz zu einer Drehscheibe für den kulturellen und musikalischen Austausch machen.

35-66 Jahre: Ein gemeinsames Thema in dieser Altersgruppe ist der Wunsch, mit Menschen unterschiedlichen Alters in Kontakt zu treten, was ein breiteres Spektrum an Interessen und Erfahrungen widerspiegelt. Sie wünschen sich eine Gemeinschaft, in der sie

sich mit Künstlern, Musikern und ihren Freunden und Familien austauschen können. Die Einbeziehung junger Talente und aufgeschlossener Menschen zeigt, dass sie mit der universellen Sprache der Musik Generationen und kulturelle Unterschiede überbrücken wollen.

67 Jahre und älter: Die ältere Generation neigt zu eher traditionellen Interaktionen. Sie sehnen sich nach Zusammenkünften mit Musikschülern, Lehrern und Künstlerkollegen. Ihr Wunsch, "schöne Stimmen" zu treffen, und ihre Vorliebe für etablierte Musiker/innen und Musikschulveranstaltungen verdeutlichen ihre Vorliebe für etablierte, hochwertige Auftritte.



2.9 NUTZERBEDÜRFNISSE

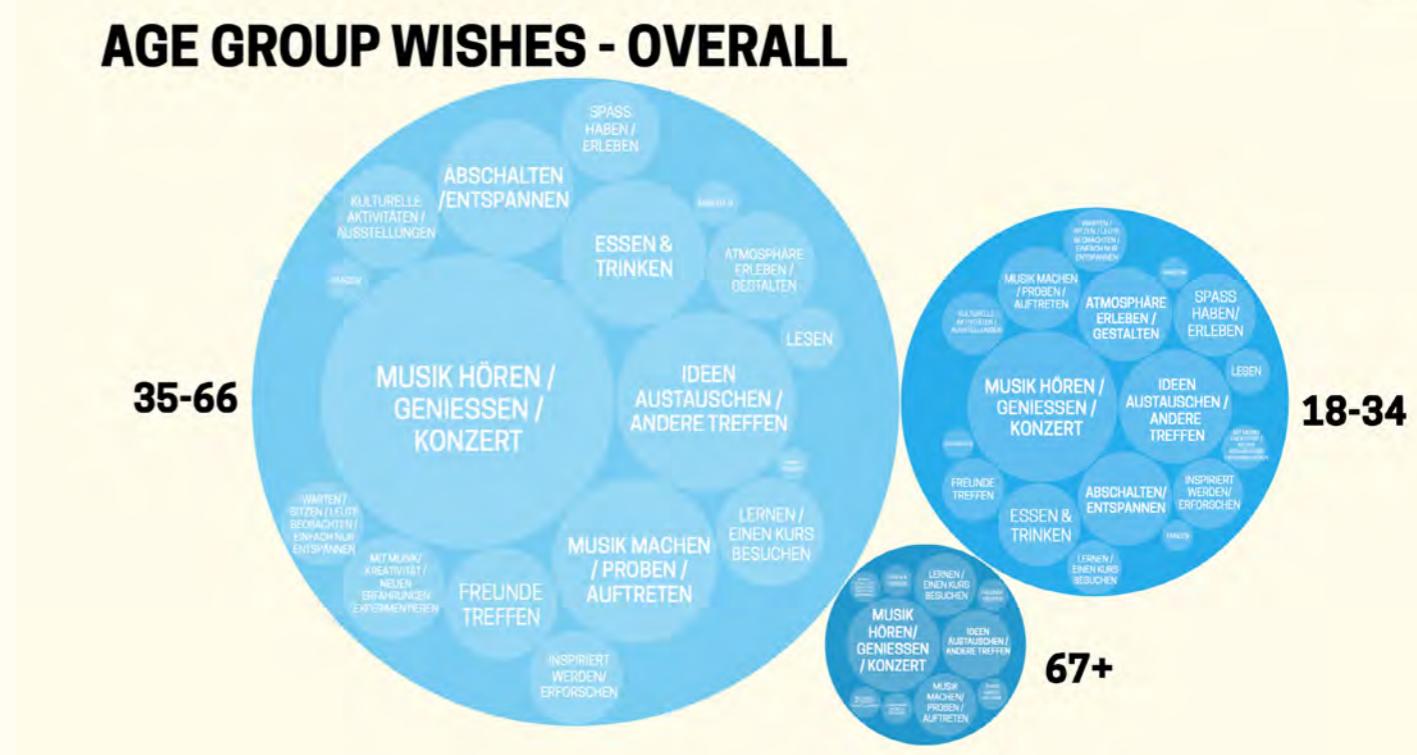
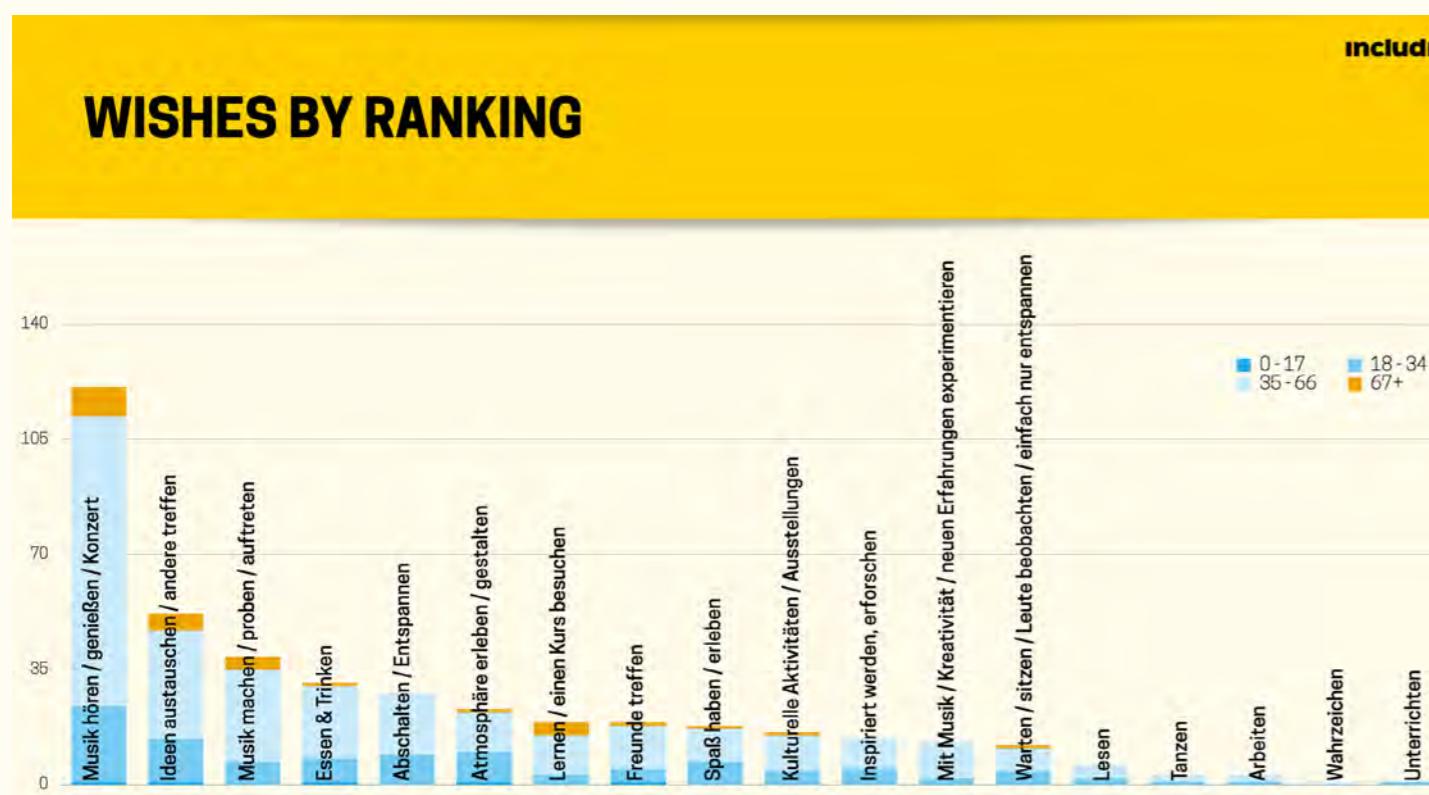
Aktivität

Die Antworten auf die Frage: "Was möchten Sie gerne tun"? offenbaren eine Vielzahl von Motivationen. Die Menschen äußern Interesse an sozialer Interaktion, verschiedenen Aktivitäten und kultureller Bereicherung. Sie wünschen sich einen multifunktionalen Raum zum Entspannen, Lernen und Interagieren und betonen seine Rolle als Zentrum der Gemeinschaft. Außerdem sind verschiedene Altersgruppen interessiert, was die Notwendigkeit eines inklusiven Programms unterstreicht. Einige praktische Überlegungen, wie Zugänglichkeit und Nachhaltigkeit, sind ebenfalls offensichtlich.

Die Altersgruppe der 18- bis 34-Jährigen wird von dem Veranstaltungsort energisch angezogen, weil sie einen inspirierenden Ort sucht, um in Musik, Kunst und Kultur einzutauchen. Ihre

Motivation wird durch ein starkes Bedürfnis nach sozialer Interaktion angeheizt, da sie Freunde treffen und neue Kontakte knüpfen wollen. Die angeborene Neugier dieser Altersgruppe führt sie dazu, neue Stile und Erfahrungen zu erforschen, was den Veranstaltungsort zu einem aufregenden Zentrum für Lernen und kreativen Ausdruck macht. In der Altersgruppe der 35- bis 66-Jährigen sind die Beweggründe vielfältig: Die Besucher suchen einen vielseitigen Ort der Entspannung, des gesellschaftlichen Engagements und der kulturellen Bereicherung. Soziale Interaktion ist nach wie vor ein zentrales Thema, um sich mit Freunden zu treffen, Konzerte zu besuchen und kulinarische Köstlichkeiten zu genießen. Praktische Faktoren wie Erreichbarkeit und Bequemlichkeit sind ebenfalls entscheidend und unterstreichen die Rolle des Veranstaltungsortes

als Quelle kultureller Bereicherung und Bequemlichkeit. In der Altersgruppe 67+ ist eine tiefe und dauerhafte Wertschätzung für Musik, Kunst und Kultur offensichtlich. Die Besucher dieser Altersgruppe betrachten den Veranstaltungsort oft als lebenslange Leidenschaft, die von dem Wunsch angetrieben wird, zu lernen, Musik zu genießen und sich mit anderen auszutauschen.



3. PROGRAMM UND BEZIEHUNGEN

3.1 PROGRAMM

Arbeitsweise

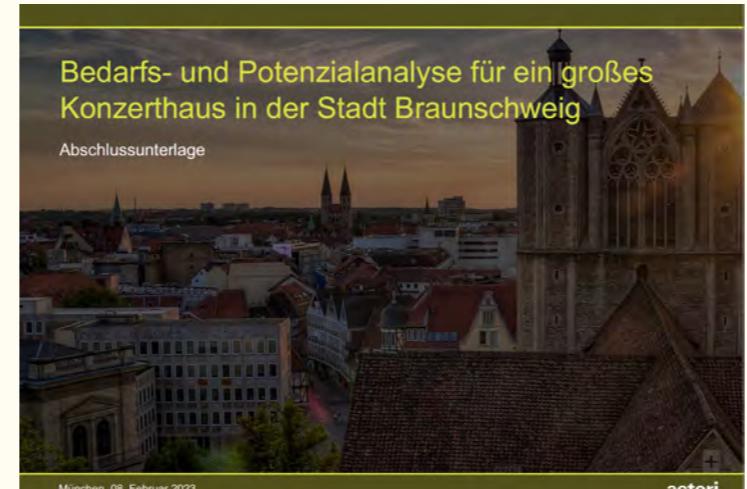
Ressourcen

In diesem Kapitel wurden die räumlichen Voraussetzungen, die das neue "Zentrum für Musik" benötigt, kategorisiert. Der erste Schritt dazu ist eine genauere Analyse der Dokumente, die bereits vor dem Beginn dieser Machbarkeitsstudie erstellt wurden. Aufgrund der großen Zahl der vorliegenden Dokumente wurde mit dem Kernteam vereinbart, nur die gezeigten Dokumente zu analysieren. Diese Dokumente bilden einen Ausgangspunkt für das Raumprogramm der Wünsche und Anforderungen. Bei der Analyse wurde auf mehreren Ebenen unterschieden, um ein möglichst breites und vollständiges Verständnis der Anforderungen zu erhalten. Bei der Analyse dieser Dokumente wurden sie in Programm, harte und weiche räumliche Wünsche und Anforderungen unterteilt. Harte Anforderungen betreffen messbare und physische Elemente. Weiche Anforderungen betreffen atmosphärische und eher mentale Elemente.

Außerdem wurden in einem interaktiven Workshop mit das Kernentwicklungsteam die von includi entwickelten Kartenspiele (digital) gespielt, um Aktivitätsbedürfnisse ("Essential & Expected" und "Have & Do"), räumliche Bedingungen ("Typologie") und potenzielle Partner ("Partners & Patrons") zu entdecken und zu erfassen.

Schließlich wurde ein interaktives (digitales) Online-Spiel (Miro-Game) gespielt, um die Programmkomponenten einen Öffentlichkeitskoeffizienten zuzuordnen und die räumlichen Beziehungen der Programmkomponenten zu entdecken.

Auf den folgenden Seiten werden zunächst die Ergebnisse des Kartenspiels und dann die Ergebnisse der Analyse der Dokumente dargestellt.



CAPTION Die oberen 3 Bilder und das Bild unten links sind die Dokumente, bereitgestellt durch den Auftraggeber, die analysiert sind. Das Bild unten rechts zeigt das von includi entwickelte Kartenspiel.

3.2 WÜNSCHE & BEDÜRFNISSE

Kartenspiel Ergebnisse

Die hier gezeigten Ergebnisse der Kartenspiele beziehen sich auf die folgenden Themen.

Beim gelben Spiel "Essential & Expected" geht es darum, einen Einblick in die physischen und psychologischen Anforderungen zu erhalten (die "Need to haves"). Bei dem roten Spiel "Have & Do" geht es um die Aktivitäten (Nice to haves), bei dem blauen Spiel "Partners & Patrons" um externe Stakeholder, mit denen das "Zentrum für Musik" zusammenarbeiten kann (Content Enrichment), und bei dem Spiel "Look&Feel" mit mehrfarbigen Fotos um die Anforderungen an die Aufenthaltsqualität. Das letzte Spiel ist das Typologie-Kartenspiel und mit der räumlichen Gestaltung zu tun hat.

Die Ergebnisse aus dem "Essential & Expected" und "Have & Do" Spiel sind die Kombination aus dem Kernentwicklungsteam und der Nutzerumfrage. Die Ergebnisse aus dem "Look & Feel" Spiel sind aus der Nutzerumfrage. Die Ergebnisse aus dem "Partners & Patrons" und "Typologie" Spiel sind von dem Kernentwicklungsteam.

Um ein tieferes Verständnis dieser Ergebnisse zu bekommen, werden die Ergebnisse (außerhalb "Typologie") auf einer Matrix analysiert (nächste Seite).

Die typologischen Karten zeichnen sich durch eine informelle Atmosphäre, Inklusion, einen angemessenen Maßstab, Flexibilität sowie Sichtbarkeit und Aktivität über die physischen "Grenzen" des Gebäudes hinaus aus.



CAPTION Übersicht über die meistgewählten Karten pro Spiel.

3.2 WÜNSCHE & BEDÜRFNISSE

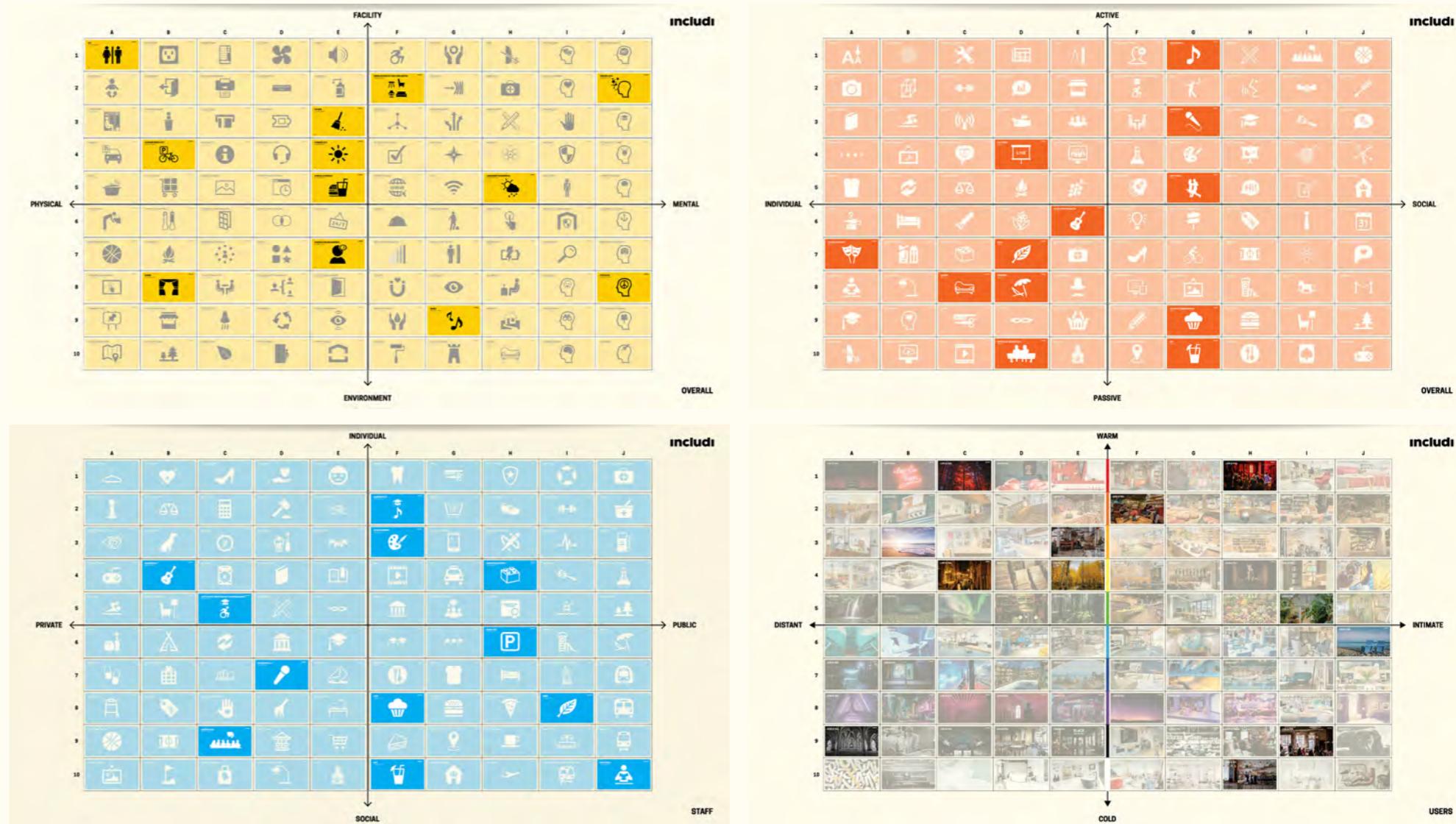
Kartenspiel Ergebnisse - Matrixen

Die Übersicht über das "Essential & Expected" Spiel zeigt eine Ausrichtung auf die "facility"-bezogenen Bedürfnisse, die sowohl physisch als auch mental sind.

Die Übersicht über das "Have & Do" Spiel zeigt eine leichte Tendenz zu passiven und individuellen Aktivitäten, konzentriert sich aber hauptsächlich auf das Herz und balanciert individuelle und soziale Aktivitäten aus.

Der Überblick über das Spiel "Partner & Patrons" zeigt ein gemischtes Bild, das sich jedoch mehr in Richtung öffentlicher Partner bewegt.

Das "Look & Feel" Überblick zeigt eine Präferenz für eine warme, nahe Atmosphäre, die sowohl "distanziert" als auch intim sein kann.



CAPTION Die am meisten gewählten Karten auf den Matrizen für jedes Spiel eingetragen.

3.3 RÄUMLICHE BEDÜRFNISSE

Globale Zusammenfassung

Um die Erkenntnisse über die Bedürfnisse des Projekts weiter zu strukturieren, sind drei Kategorien definiert, anhand derer die Informationen aus den Dokumenten destilliert sind: harte Anforderungen (d. h. Bedingungen, die durch einmalige Maßnahmen erfüllt werden müssen), weiche Anforderungen (d. h. beziehungsbasierte Eigenschaften, die ständig entwickelt und gepflegt werden müssen) und Programmanforderungen (d. h. die Bereitstellung von Angeboten und Aktivitäten). Dieser Überblick hat nicht den Anspruch, exakt richtig oder vollständig zu sein, sondern die wichtigsten Punkte zu erläutern.

Das künftige Haus der Musik soll sich nahtlos in die Außenumgebung einfügen und eine einzigartige urbane Präsenz gewährleisten. Nutzerkomfort und kreative Inspiration stehen an erster Stelle, wobei der Schwerpunkt auf sozialer Interaktion und Inklusion liegt. Das Gebäude sollte eine außergewöhnliche Akustik, Klimakontrolle und Beleuchtung bieten und flexible Raumnutzung gewährleisten. Sicherheit am Eingang, Raumaufteilung, Effizienz und Nachhaltigkeit sind wichtige Aspekte. Das Design sollte einladend und multifunktional sein und die kulturelle Inklusion fördern, damit es zu einem Zentrum für Kreativität, Gemeinschaft und kulturelle Aktivitäten wird.

HARTE ANFORDERUNGEN	WEICHE ANFORDERUNGEN	PROGRAMMANFORDERUNGEN
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbindung zum Außenbereich ▪ Tiefgarage ▪ Städtische Sichtbarkeit ▪ Gute Akustik, Klima und Beleuchtung ▪ Mobiles Mobiliar - leichte Zugänglichkeit zu allen Räumen ▪ Trennung von Backstage mit Frontstage und Musikschule 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angenehm für alle Benutzer ▪ Künstlerisch anregend ▪ Soziale Qualität des Aufenthalts ▪ Ein Ort der Begegnung ▪ Verkehrssicherheit im Eingangsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Effizient und funktionell ▪ Flexibel ▪ Zukunftsorientiert ▪ Einladend ▪ Ort der Begegnung, Kreativität und Entspannung ▪ Veranstaltungen und Konzerte ▪ Musik entdecken, entwickeln, lehren, praktizieren und teilen ▪ Kulturarbeit (mit Flüchtlingen, Migranten und Menschen mit Behinderungen)

CAPTION Übersicht der Anforderungen nach Kategorie.

3.4 ANALYSE RAUMPROGRAMM

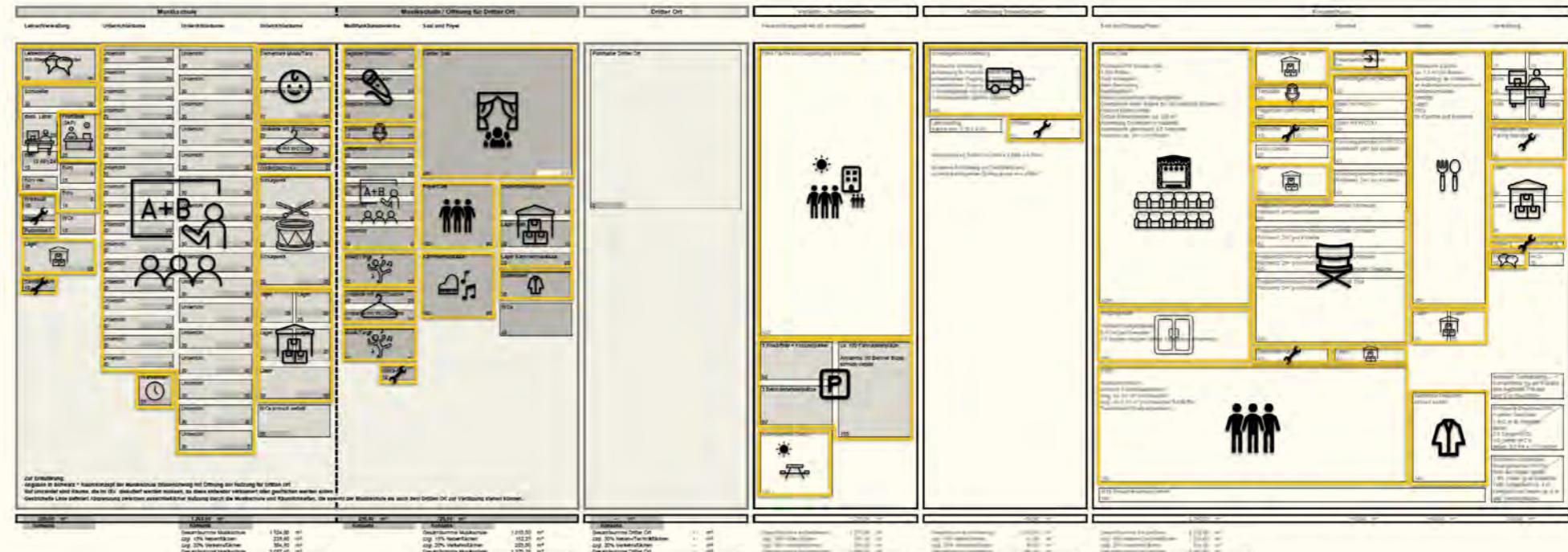
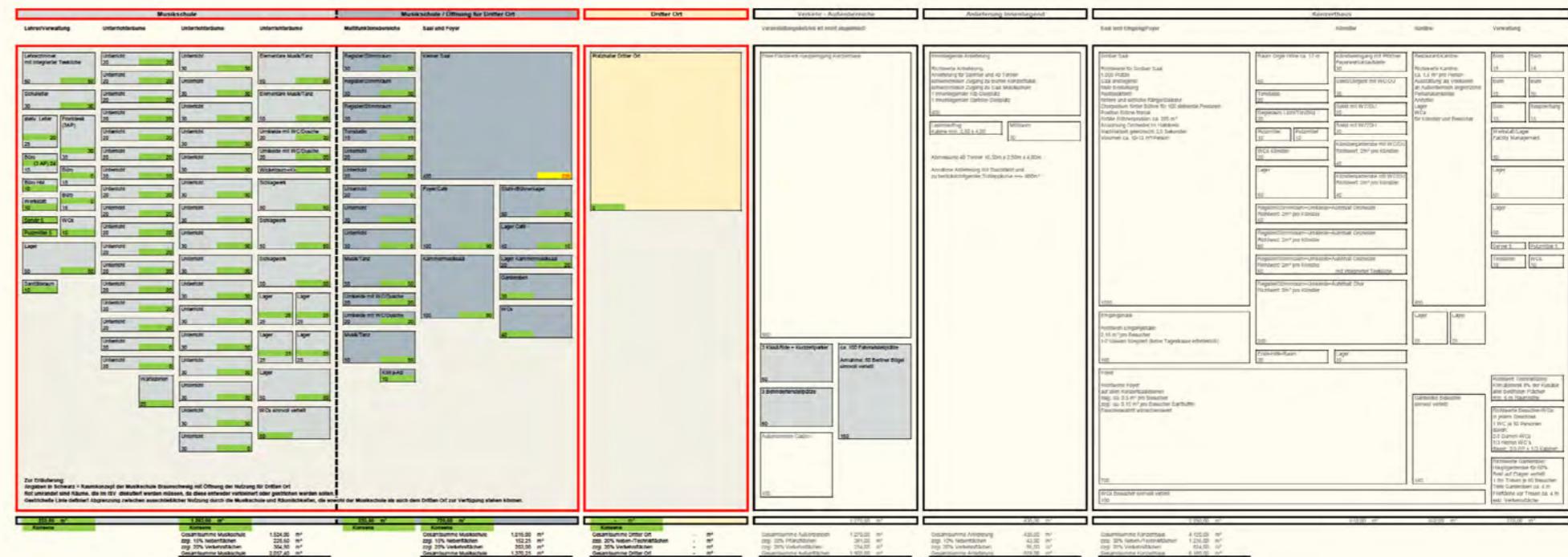
Dokumentanalyse und Miro Game

Welche Rolle spielt der dritte Ort im räumlichen

Anforderungsprogramm? Wo ist der dritte Ort zu finden und wie ist er mit dem Programm der Musikschule und des Konzerthauses verwoben? Wie verhält sich das Raumprogramm zueinander und welche Verbindungen sind denkbar? Dies sind die wichtigsten Fragen, die in diesem Kapitel beantwortet werden. Zur Beantwortung dieser Frage wurde eine Reihe von Schritten unternommen.

Schritt 1 Als erstes wurde das aktuelle Raumprogramm analysiert. Es zeigt auf, dass das Programm nach Instituten (Musikhochschule oder Konzertaal) aufgeteilt ist. Noch nicht festgelegt oder bestimmt ist in diesem Schritt der Umfang und Funktion(en), der dem dritten Ort zuzuordnen ist.

Schritt 2 Das aktuelle Programm wurde in Cluster eingeteilt, um eine interaktive Art und Weise (durch ein Online-"Spiel") zu ermöglichen, das Programm zu studieren und zu analysieren.



CAPTION Bild oben: Schritt 1. Bild unten: Schritt 2.

3.5 ÖFFENTLICHKEITSKOEFIZIENT

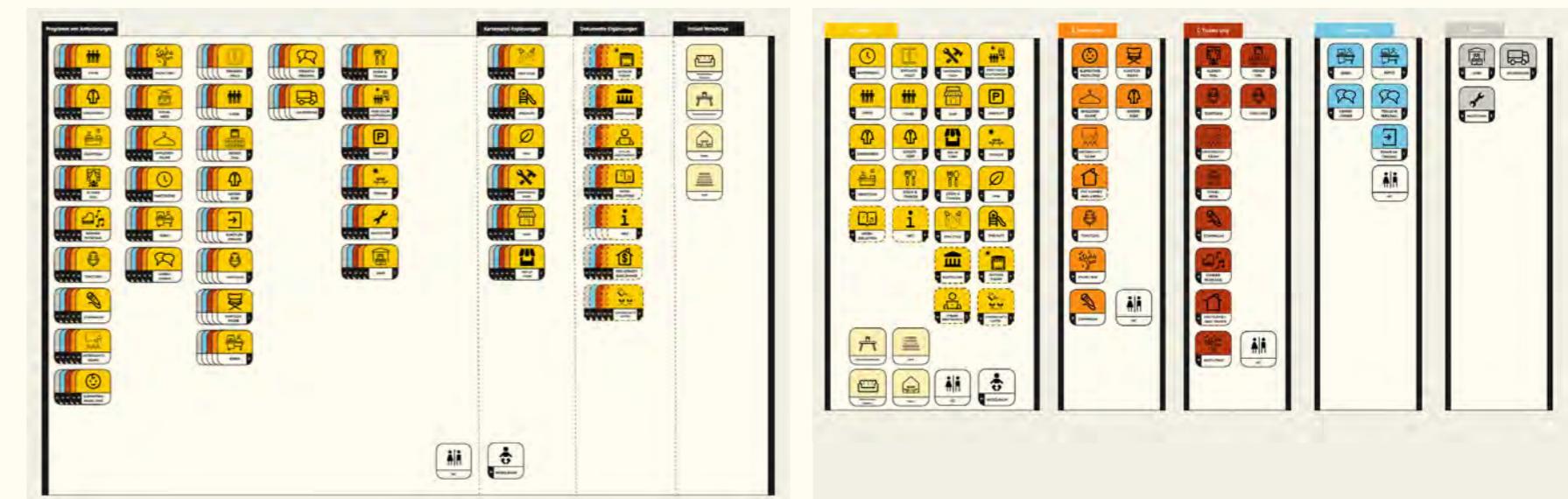
Eine neue Art der Kategorisierung

In Schritt 3 wurden "Funktionsstempel" (ohne m2-Bezug) erstellt, in denen die Programmbestandteile zunächst mit einem undefinierten Grad an Öffentlichkeit, dem sogenannten Öffentlichkeitskoeffizienten, abgebildet wurden (unten links). Im Öffentlichkeitskoeffizienten wurde von der größten bis zur geringsten Öffentlichkeit unterschieden, nämlich: public, semi-public, ticket only, invitation oder service. Diese Formen der Öffentlichkeit werden in der nebenstehenden Tabelle erläutert.

In Form von Workshops hat sich das Kernentwicklungsteam in verschiedene Teams aufgeteilt, um zu klassifizieren, welche Funktion zu welchem Öffentlichkeitskoeffizient gehört (unten rechts). Die kategorisierte Übersicht zeigt, dass eine Vielzahl von Funktionen als public oder semi-public bezeichnet wird.

Das ist eine gute Nachricht! Dies bietet Möglichkeiten und Chancen, das Raumprogramm und das künftige Gebäude so zu gestalten und aufzuteilen, dass sich der Nutzer möglichst reibungslos durch das künftige "Zentrum für Musik" bewegen kann, in dem Barrieren so weit wie möglich reduziert werden und zufällige und wertvolle Begegnungen stattfinden und eine gegenseitige Bereicherung zwischen den verschiedenen Funktionen stattfindet.

	BERECHTIGUNG				KOSTEN	
	OFFEN	RESERVIERUNG	AUF EINLADUNG	NICHT ZUGÄNGLICH/ BERECHTIGUNG	KOSTENLOS	(MÖGLICH) KOSTENPFLICHTIG
PUBLIC	X				X	
SEMI - PUBLIC		X			X	
TICKETS ONLY		X				X
INVITATION			X		X	
SERVICE				X	X	



CAPTION Überblick über Schritt 3.

3.6 RÄUMLICHE BEZIEHUNGEN

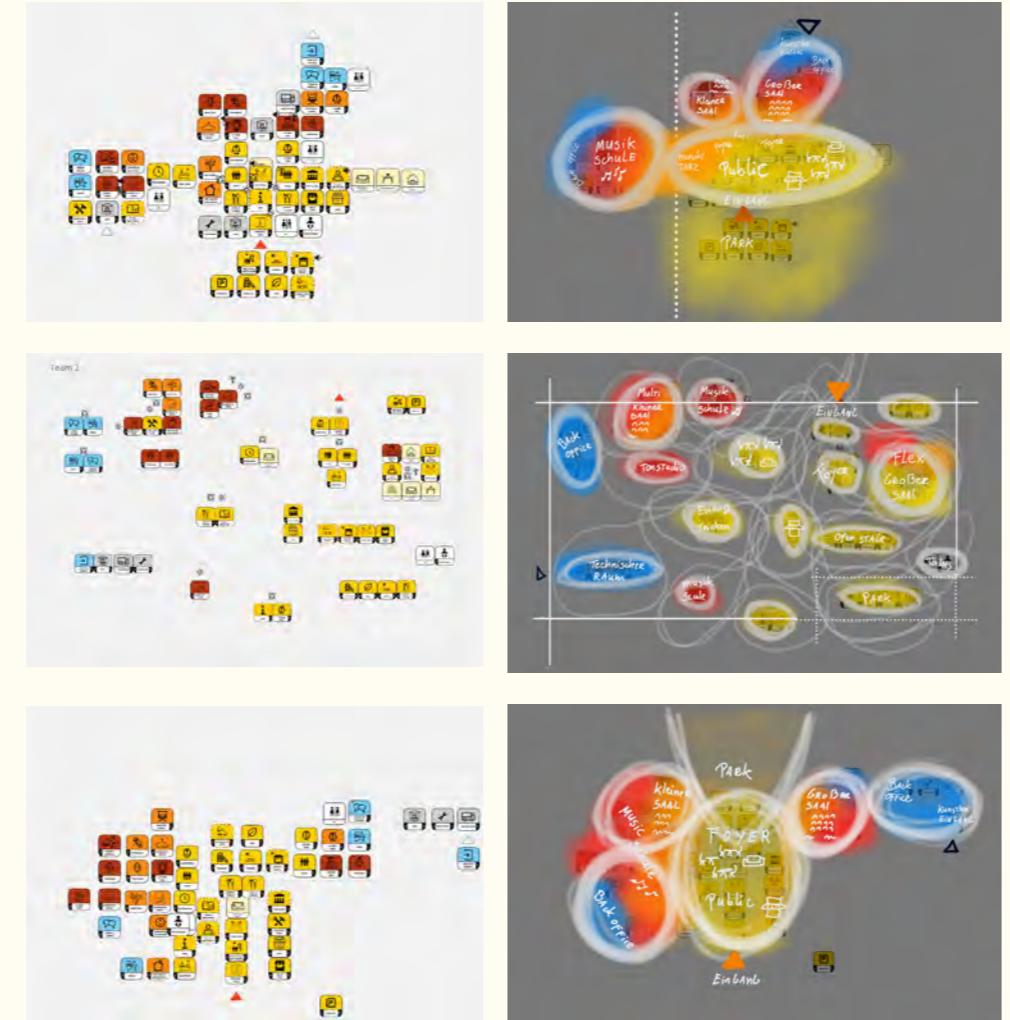
Miro Game, Analyse und Ambitionsskizze

Schritt 4 Mit der neuen Zuordnung der Funktionen nach dem Offentlichkeitskoeffizienten haben die Teams ein räumliches Beziehungsdiagramm entwickelt, das die Frage beantwortet: Wie verhalten sich die Funktionen/Programmkomponenten zueinander?

Schritt 5 Die Ergebnisse des räumlichen Beziehungsspiels wurden analysiert und in einer Skizze zusammengefasst, die das Hauptkonzept darstellt.

Das Hauptkonzept ist charakterisiert durch

- eine starke Verbindung zwischen innen und außen
- das "Grün" der Umgebung, das auch innerhalb des Gebäudes eine Rolle spielt
- als "gemeinsame Basis" oder Grundlage für verschiedene Funktionscluster
- wodurch eine zugängliche, niedrigschwellige Umgebung geschaffen wird
- in der die menschliche Maßstab eine wichtige Rolle spielt
- und die Funktionen wie in einer "Minestrone-Suppe" miteinander vermischt werden.



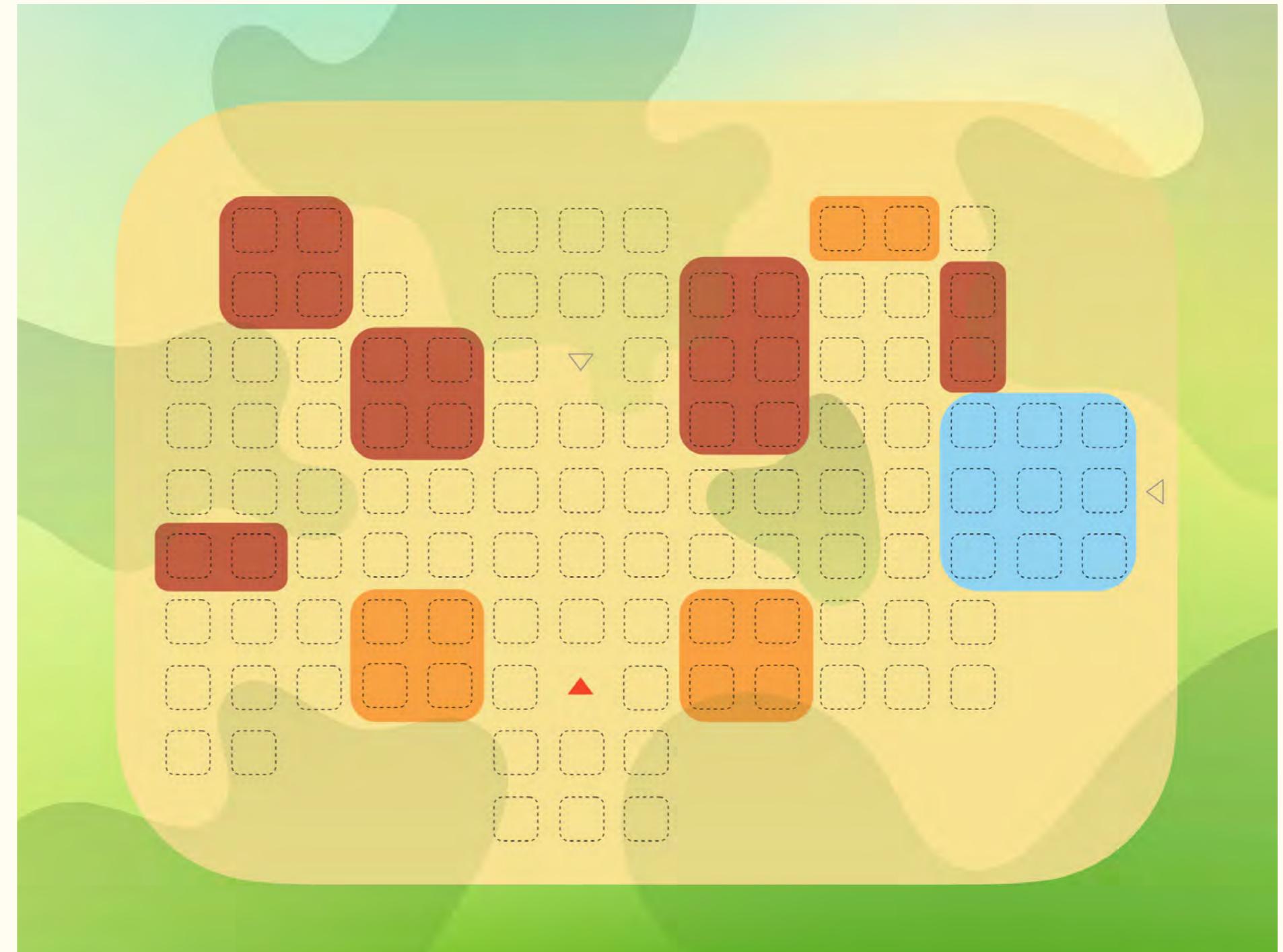
CAPTION Bilder Links: Schritt 4. Bilder mitten und rechts: Schritt 5.

3.7 RÄUMLICHEN STRUKTUR

Eine Grundlage

Schritt 6 Die Ziele, Ergebnisse und das Hauptkonzept wurden in eine räumliche Struktur gezeigt, die die Grundlage für die weitere Entwicklung des räumlichen Beziehungsschemas in einer nachfolgenden Phase bildet.

- Außenumgebung verbunden mit Innen
- "public" Funktionen / Bereiche als "common ground"
- "semi public" Funktionen / Bereiche
- "ticket only" Funktionen / Bereiche
- "invitation" Funktionen / Bereiche

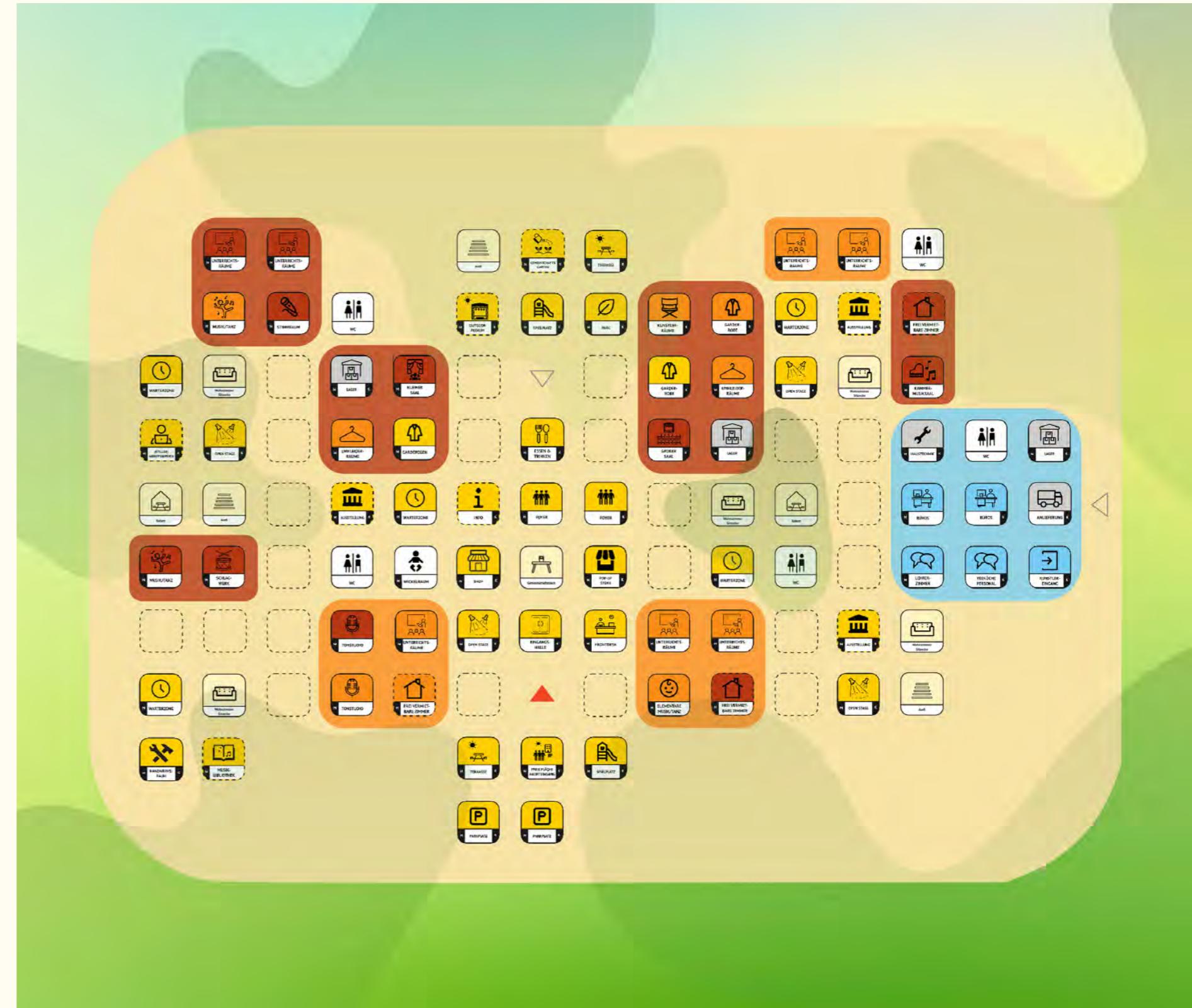


CAPTION Der räumlichen struktur: Schritt 6.

3.7 RÄUMLICHEN STRUKTUR

Eine Grundlage, erste Test

Schritt 7 Innerhalb der räumlichen Struktur wurde auf der Grundlage der Ergebnisse von Schritt 4 ein Test eines möglichen Programmlayouts durchgeführt.



CAPTION Der räumlichen struktur mit ein Test-Fit: Schritt 7.

4. RPM

LERNEN VON REFERENZEN

4.1 RPM ERKLÄRUNG

Theoretische und methodische Grundlagen

Um ein neues Produkt zu entwickeln - sagen wir mal eine neue Zigarette (warte eine Sekunde und buh uns nicht gleich aus!), besteht eine Möglichkeit, den Entwicklungsprozess zu beginnen, darin, die Eigenschaften anderer Produkte zu untersuchen und die Qualitäten herauszufiltern, die das neue Produkt haben sollte. Dabei wenden wir die Relative Positionierungsmethode (RPM) an. Der erste Schritt besteht darin, die Ausgangssituation, die sogenannte "Default Line", zu betrachten, die auch als Benchmark dient.

Als Nächstes legen wir die gewünschten Eigenschaften fest; für eine neue Zigarette könnten wir Verpackung, Preis, Suchtpotenzial, gesundheitliche Wirkung und soziales Potenzial in Betracht ziehen. In einem dritten Schritt untersuchen wir Referenzen, die sowohl unmittelbar verwandt als auch weniger offensichtlich sind, und bewerten jede von ihnen im Vergleich zur Default Line. Nachdem wir alle Referenzen analysiert und unsere Präferenzen geprüft haben, erstellen wir eine sogenannte "Needs line", die die erwarteten Eigenschaften des neuen Produkts beschreibt. Auf den ersten Blick zeigt die Needs line, welche Referenzen bereits eng mit unseren Präferenzen übereinstimmen. Schließlich hilft es uns, genau die Eigenschaften zu antizipieren, die wir in das neue Produkt einbringen wollen, und so ein Bild zu schaffen, das dem Produkt entspricht.

Die Anwendung der Hierarchie der Raumbedürfnisse macht deutlich, dass das Gebäude geschaffen wird, um seinen Besuchern zu dienen. Wir glauben, dass es wichtig ist, die Faktoren zu untersuchen, die einen Ort zu einem erfolgreichen Dritten Ort machen, an dem

sich alle wohlfühlen, und dass wir, wenn wir sie als theoretische Grundlage nutzen, die grundlegenden Bedürfnisse der Menschen verstehen können. Aber lass uns hier erklären, was wir mit der Hierarchie der Raumbedürfnisse meinen: Die Hierarchie der Raumbedürfnisse basiert auf einer Vielzahl von theoretischen Ansätzen. Abraham Maslow legt mit seiner Bedürfnishierarchie (erstmals 1943) den Grundstein, indem er feststellt, dass erst dann, wenn weitere Grundbedürfnisse des Menschen befriedigt sind - von den Grundbedürfnissen bis zu den psychologischen Bedürfnissen -, geistige Erfüllung erreicht werden kann.

William H. Whyte (1980) und Aga Skorupka (2008) ergänzen Maslows Denken, indem sie den räumlichen Aspekt als entscheidenden Beitrag zum psychischen Wohlbefinden hinzufügen. Dies erleichtert uns das Verständnis dafür, wie wir für einen angenehmen und dauerhaften Aufenthalt sorgen können. Ray Oldenburg (1989) wendet diese Ideen auf den öffentlichen Raum an, indem er die soziale Rolle von Third Places definiert und aufzeigt, welche Art von Umgebung erforderlich ist, damit Orte florieren. Joseph Pine (1999) geht der Frage nach, was genau die geistige Erfüllung - die letzte Stufe der Maslowschen Hierarchie - fördert: Erfahrung schafft nicht nur bleibende Erinnerungen, sondern verändert letztendlich auch denjenigen, der sie macht. Letztlich ist jedes Kriterium für dritter Orte wichtig, und doch ist es unterschiedlich ausgeprägt. Daraus ergibt sich für uns die Notwendigkeit einer Analyse mit der RPM-Methode, um die Eckpfeiler des neuen "Zentrums für Musik" gründlich zu verstehen.

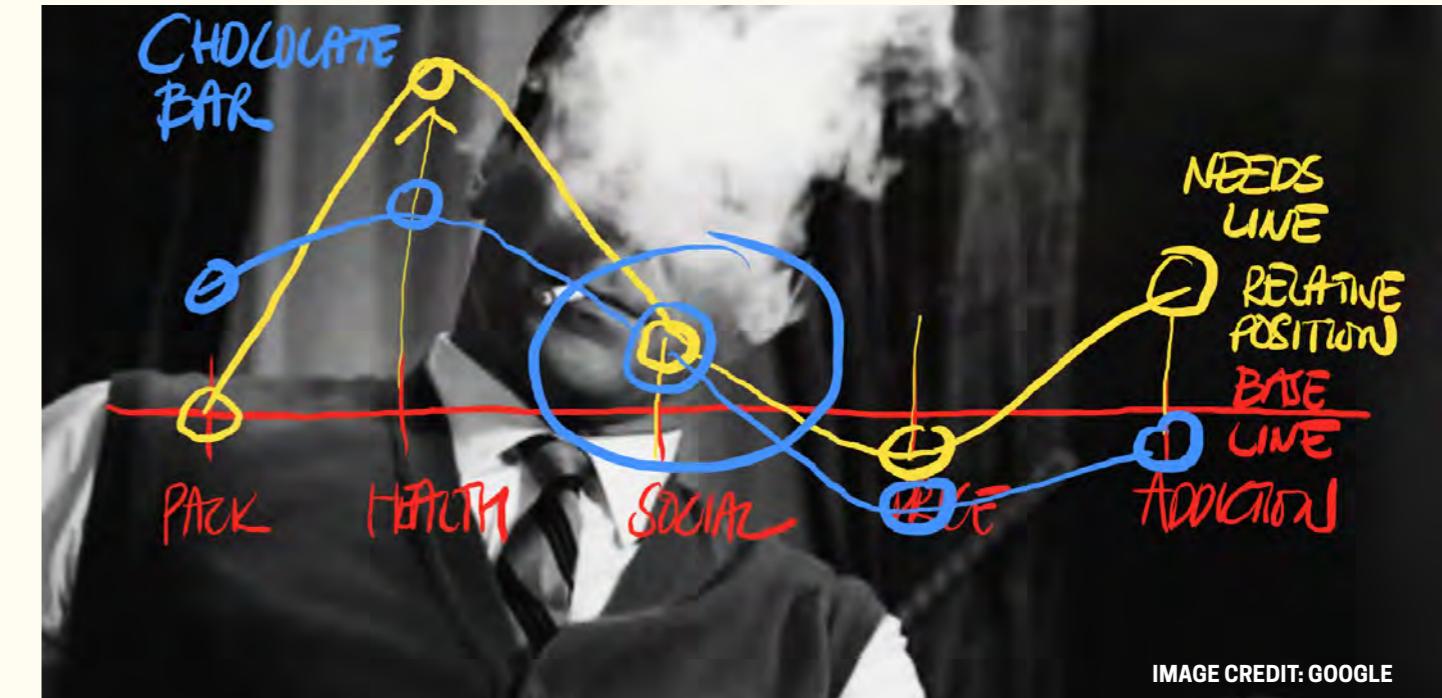


IMAGE CREDIT: GOOGLE

MASLOV & WHYTE, OLDENBURG, SKORUPKA AND PINE HIERARCHY OF SPATIAL NEEDS

SELF-ACTUALIZATION

(E1) INSPIRATIONAL (E2) ICONIC (E3) EXPERIENCE (E4) TRANSFORMATION (E5) BRAND IDENTITY

INDIVIDUAL NEEDS

(D1) VARIETY OF SPATIAL SIZES (D2) TRANQUILITY (D3) ACCESSIBILITY (D4) PRIVATE NEEDS (D5) COMFORT

SOCIAL NEEDS

(C1) HOSPITABLE, ENGAGING AND INVITING (C2) PLACES FOR GROUPS (C3) USABILITY (C4) INFORMATIVITY (C5) PROGRAMMABILITY

SAFETY NEEDS

(B1) SAFETY (B2) ORIENTATION (B3) HUMAN SCALE (B3) INSIDE OUTSIDE CONNECTION (B5) FLOW BETWEEN SPACES

PHYSIOLOGICAL AND PHYSICAL NEEDS

(A1) VISIBILITY (A2) LOW - THRESHOLD (A3) SHELTER (A4) FOOD & DRINKS (A5) WELL - BEING

CAPTION RPM applied to the case of cigarettes (top), and the Hierarchy of Spatial Needs (bottom) (Credits: aatvos).

4.2 WAS DAS NEUE "ZENTRUM FÜR MUSIK" BRAUCHT

Kriterienkatalog

Bei den RPM-Eigenschaften handelt es sich um einen Katalog von Kriterien, die für die Bewertung jeder Referenz verwendet werden. Die Tabelle zeigt die besonderen Bedürfnisse für das "Zentrum für Musik". Jedes Kriterium ist wichtig, um einen florierenden Dritten Ort zu schaffen.

A. Physiologische und physische Bedürfnisse

Der Ort befriedigt alle grundlegenden physiologischen Bedürfnisse, um einen langen Aufenthalt zu ermöglichen, einschließlich Essen und Trinken, sanitäre Einrichtungen usw.

B. Sicherheitsbedürfnisse

Die Menschen fühlen sich wohl und sicher, wenn sie das Gebäude betreten und nutzen. Es ist leicht zu navigieren und zu überblicken.

C. Soziale Bedürfnisse

Die Umgebung ist familiär und das Personal ist gastfreundlich. Es gibt Raum für die Menschen, um miteinander in Kontakt zu treten und durch die Programmierbarkeit ein Gefühl der Verantwortung zu bekommen.

D. Individuelle Bedürfnisse

Einzelpersonen können Räume und Unterstützung finden, die ihren speziellen Bedürfnissen entsprechen. Die Einrichtung und das Mobiliar sind für alle Altersgruppen und Menschen mit Behinderungen geeignet.

E. Selbstverwirklichungsbedürfnisse

Die Menschen profitieren von einem Besuch: Sie fühlen sich inspiriert, lernen etwas Neues und entwickeln ein gestärktes Gefühl der Zugehörigkeit. Das "Zentrum für Musik" ist einprägsam, hat eine starke Präsenz und ist für alle zugänglich.

"ZENTRUM FÜR MUSIK" SPEZIFISCH RPM CONDITIONS				
A1 VISIBILITY Prominente Lage, Sichtachse des Hauptbahnhofs.	B1 SAFETY Kinder können sicher herumlaufen, Schutz wertvoller Materialien.	C1 HOSPITABLE Räume, die dazu einladen, länger zu bleiben und andere zu treffen.	D1 VARIETY OF SPACES Vielfältige Räume für ruhige und aktive Aktivitäten, für große und kleine Gruppen und für 1-on-1-Interaktionen.	E1 INSPIRATIONAL Ein künstlerisch anregendes Umfeld.
A2 LOW - THRESHOLD Sichere Verkehrssituation am Eingang, leichter Zugang für Familien und Kinder.	B2 ORIENTATION Klare Orientierung für die verschiedenen Nutzungen des Gebäudes.	C2 GROUP SPACES Viel Platz für große Gruppen bei Veranstaltungen, Unterricht und Musizieren.	D2 BELONGING Ein Ort, an dem sich Introvertierte und Extrovertierte wohlfühlen können.	E2 LANDMARK Ein landesweiter Leuchtturm Charakter aufgrund seiner Einzigartigkeit mit einem prominenten Platz in der Stadt.
A3 SHELTER Regulierbares Raumklima, gute Akustik und Beleuchtung. Bequeme und gemütliche Wartebereiche.	B3 USABILITY Ergonomisch geeignet für verschiedene Zielgruppen, auch für Kinder. Einfache Beweglichkeit von Möbeln und Instrumenten.	C3 USABILITY Förderung einer aktiven Gemeinschaft von Schülern, Musikern und Musikliebhabern.	D3 INCLUSIVITY Angenehm für alle Nutzer: in Bezug auf Alter, Kultur, sozioökonomischen Status und Fähigkeiten.	E3 EXPERIENCE Das Haus eines Musikers ist besonders einladend und einladend.
A4 FOOD & DRINKS Wichtig, um alle Sinne des Besuchers anzusprechen und einen lebendigen Ort der Begegnung zu schaffen.	B4 IN OUT CONNECTION Der Außenbereich kann für Veranstaltungen und Aktivitäten genutzt werden.	C4 INFORMALITY Ein Ort, an dem sich jeder entspannen, treffen, Ideen austauschen und etwas schaffen kann.	D4 OWNERSHIP Der Wunsch nach De-Institutionalisierung	E4 TRANSFORMATION Musik entdecken und musikalisches Talent entwickeln, neue Kenntnisse erwerben.
A5 WELL - BEING Gute Zugänglichkeit für Menschen mit körperlichen Behinderungen und Transport von Instrumenten.	B5 OVERFLOW SPACES Klare Trennung zwischen Backstage- und Frontstage-Funktionen.	C5 PROGRAMMABILITY Flexible Nutzung der Räume; einfache Anpassung an unterschiedliche Nutzungen.	D5 INDIV. EXPRESSION Ausdruck in Musik, Tanz und Theater. Gelegenheit, das Gelernte vor einem breiten Publikum zu präsentieren.	E5 BRAND IDENTITY Ein musikkultureller Treffpunkt und Zentrum für alle Bürger der Stadt.

CAPTION Overview of the RPM conditions (Credits: aatvos).

4.3 RPM ANGEWANDT

Die Reise kann beginnen!

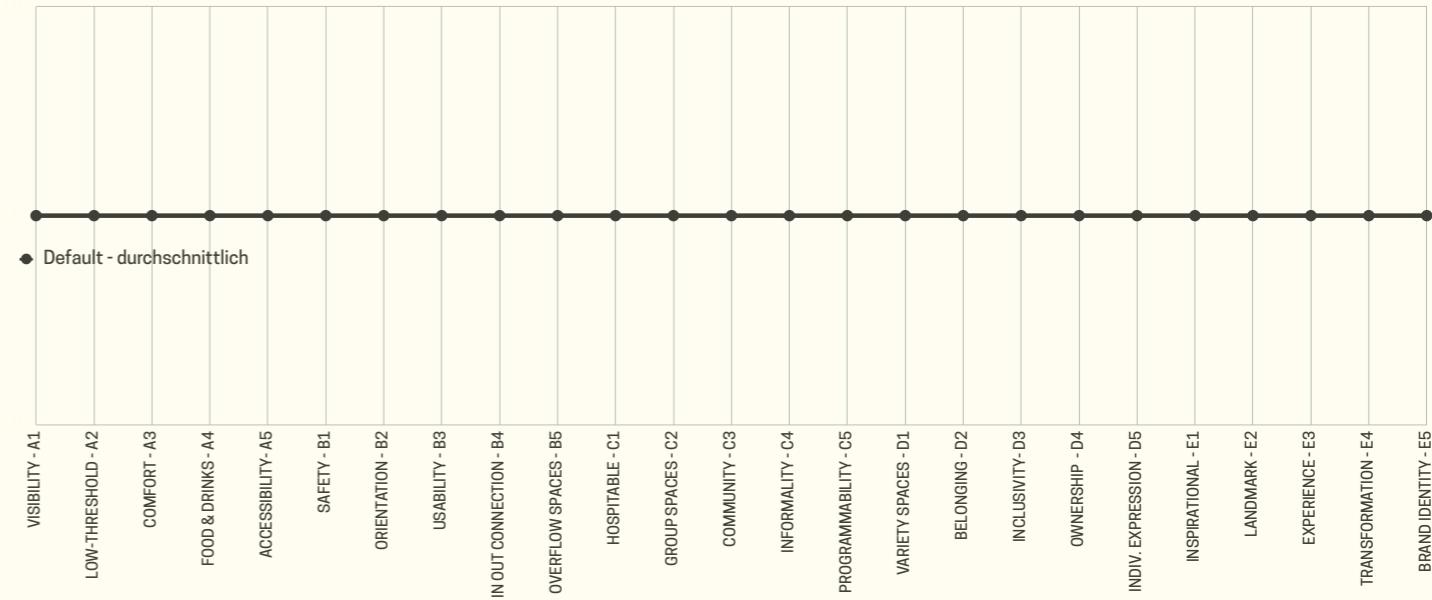
Bevor wir RPM auf den Fall des "Zentrums für Musik" anwenden, werden wir kurz rekapitulieren:

Die Default Line stellt die Ausgangssituation dar und dient als neutrale Benchmark für einen relativen Vergleich. Es ist daneben eine Future Needs Linie entwickelt, in dem die Beziehung zu 9 Referenzen untersucht wurde.

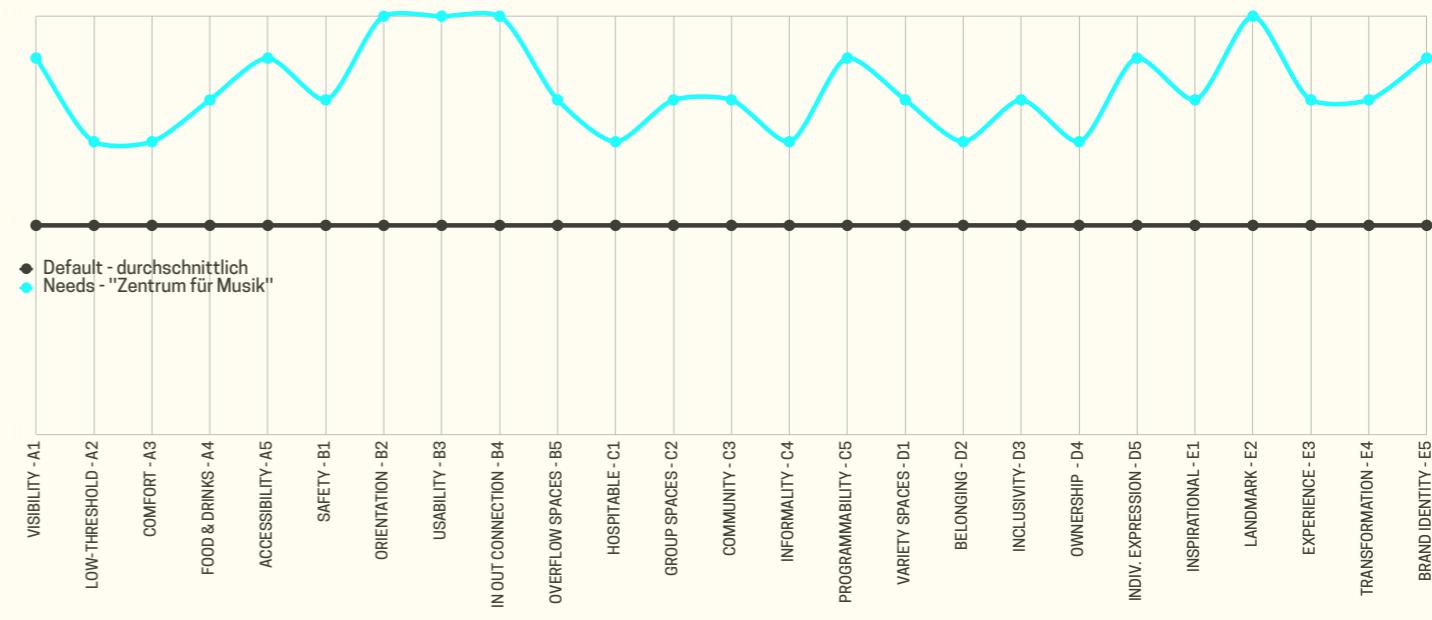
Wie in der Linie "Future Needs" auf der rechten Seite dargestellt, gibt es eine Reihe von Schwerpunkten und Prioritäten für das zukünftige "Zentrum für Musik". Es besteht ein klarer Bedarf an einem hohen Maß an Sichtbarkeit und einer Verbindung zwischen Innen und Außen, an Zugänglichkeit, Nutzbarkeit, Programmierbarkeit und einer ausgeprägten Identität, einem Landmark.

Bei der Analyse der Referenzen wird jeweils untersucht, welche spezifischen Aspekte die Referenzen mit dem Ziel übereinstimmen: die Future Needs Line.

DEFAULT



FUTURE NEEDS



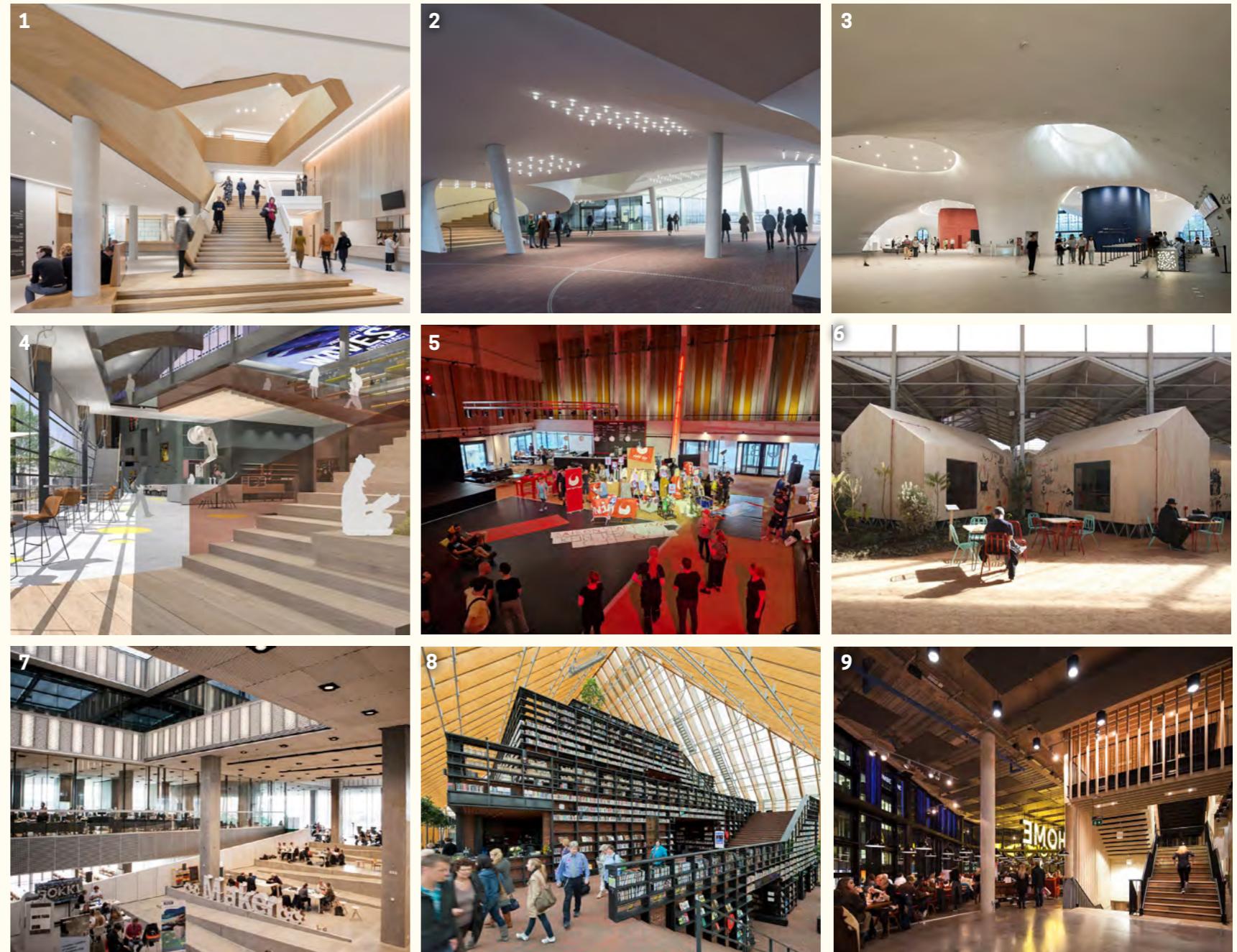
4.4 LERNEN VON REFERENZEN

Introduction

Wir stehen auf den Schultern von Giganten und haben neun öffentliche Orte als Referenzen ausgewählt, die zusammen mit das Kernentwicklungsteam des "Zentrums für Musik" eingehend untersucht sind. Die Referenzen reichen von Bibliotheken über Kulturzentren bis hin zu anderen Institutionen; darunter Orte, die innovative Wege gehen, um ihre Kunden zu erreichen, und Orte, die ausschließlich nutzergenerierte Inhalte ausstellen:

1. Ventspils koncertzäle, Lettland
2. Elbphilharmonie, Hamburg
3. National Taichung Theater, Taiwan
4. Muziekkwartier Enschede, Niederlande
5. Theater Basel, Schweiz
6. Red Bull Music Academy, Spanien
7. Dokk 1, Dänemark
8. Book Mountain, Niederlande
9. HOME Manchester, Vereinigtes Königreich

Auf den folgenden Seiten werden die verschiedenen Konzepte und räumlichen Strategien der oben aufgeführten Orte auf der ganzen Welt vorgestellt und über RPM auf den speziellen Fall des "Zentrums für Musik" angewendet.



CAPTION Eine Reise mit neun Stationen rund um den Globus (Credits: Diverse).

4.5 LERNEN VON REFERENZEN

1. Ventspils koncertzāle, Lettland

Hintergrund

Musik spielt eine wichtige Rolle in der lettischen Kultur und stärkt die Identität von Gemeinschaften. Das neue Musikschul- und Konzerthaus in Ventspils ist das Herzstück der Stadterneuerung und verwandelt einen verlassenen Park in ein lebendiges Zentrum. Es bietet hochmoderne Räume für Proben und Aufführungen mit innovativem Umweltschutz.

Räumliche Strategie

Die einzigartige Dachkonstruktion schützt das Gebäude vor Witterungseinflüssen und sorgt für einen einzigartigen Eindruck. Durch seine Lage in einem offenen Bereich integriert es sich in den zentralen Platz und die umliegenden Straßen. Im Inneren steht die formale Struktur eines Konzertaals im Kontrast zu den informellen Foyers. Neben den Foyers gibt es eine Musikbibliothek, einen grünen Raum und Unterrichtsräume, die sich bis zu den Terrassen und Balkonen erstrecken. Die offenen Raumverbindungen schaffen einen zusammenhängenden Raum mit zahlreichen Bereichen für verschiedene Aktivitäten.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Reichlich Sonnenlicht erhellt das Gebäude, doch die Wahl der Materialien und Farben kann aufgrund der vielen leeren Räume ein kühles, unpersönliches Gefühl vermitteln. Das Gebäude wurde gezielt so entworfen, dass es ein erkennbares Merkmal und ein Identitätssymbol für die Gegend darstellt. Außerdem kann es sich flexibel zur Umgebung hin öffnen und Konzerte im Freien veranstalten.

CAPTION Ventspils koncertzāle, Lettland.
(Credit: <https://www.haascookzemmrich.com>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

2. Elbphilharmonie, Hamburg

Hintergrund

Die Elbphilharmonie in Hamburg, Deutschland, ist ein architektonisches Meisterwerk mit ihrer markanten wellenförmigen Gestaltung. Dieser renommierte Konzertsaal wird für außergewöhnliche Akustik gefeiert und zieht Musikliebhaber aus der ganzen Welt an. Sie bietet atemberaubende Panoramablicke auf die Stadt und die Elbe, schafft ein einzigartiges sinnliches Erlebnis.

Räumliche Strategie

Das Innendesign der Elbphilharmonie ist eine Mischung aus Klasse und Eleganz, geprägt von der wellenförmigen Struktur und der Verwendung von warmem Holz, das für eine bemerkenswerte Akustik sorgt. Offene Verbindungen und viel natürliches Licht schaffen ein Gefühl der Einheit und Anpassungsfähigkeit und fördern verschiedene Programmierungsmöglichkeiten. Das futuristische Design des Gebäudes ist ein Highlight der Stadt, das an einen Leuchtturm erinnert. Es bietet eine spektakuläre Aussicht und eine luftige Atmosphäre, auch wenn der erhöhte öffentliche Eingang und die begrenzte Begrünung ein Gefühl der Abgeschiedenheit vom städtischen Umfeld vermitteln.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Die großen offenen Räume in Kombination mit der Wahl der Materialien und Farben können dem Innenraum gelegentlich einen unpersönlichen Touch verleihen. Das Fehlen von einladenden Möbeln kann dazu führen, dass sich der Raum kalt anfühlt und nicht als Treffpunkt geeignet ist, an dem sich die Besucher wohlfühlen und lange bleiben.

CAPTION Elbphilharmonie, Hamburg
(Credit: <https://www.architectenweb.nl>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

3. National Taichung Theater, Taiwan

Hintergrund

Das National Taichung Theater in Taiwan ist ein architektonisches Meisterwerk mit seinem modernen Design und herausragender Akustik. Es vereint auf harmonische Weise Kunst und Architektur und bereichert die Kulturlandschaft Taiwans, wobei es weltweit Anerkennung für seine innovativen Räume und fließenden Linien erhält.

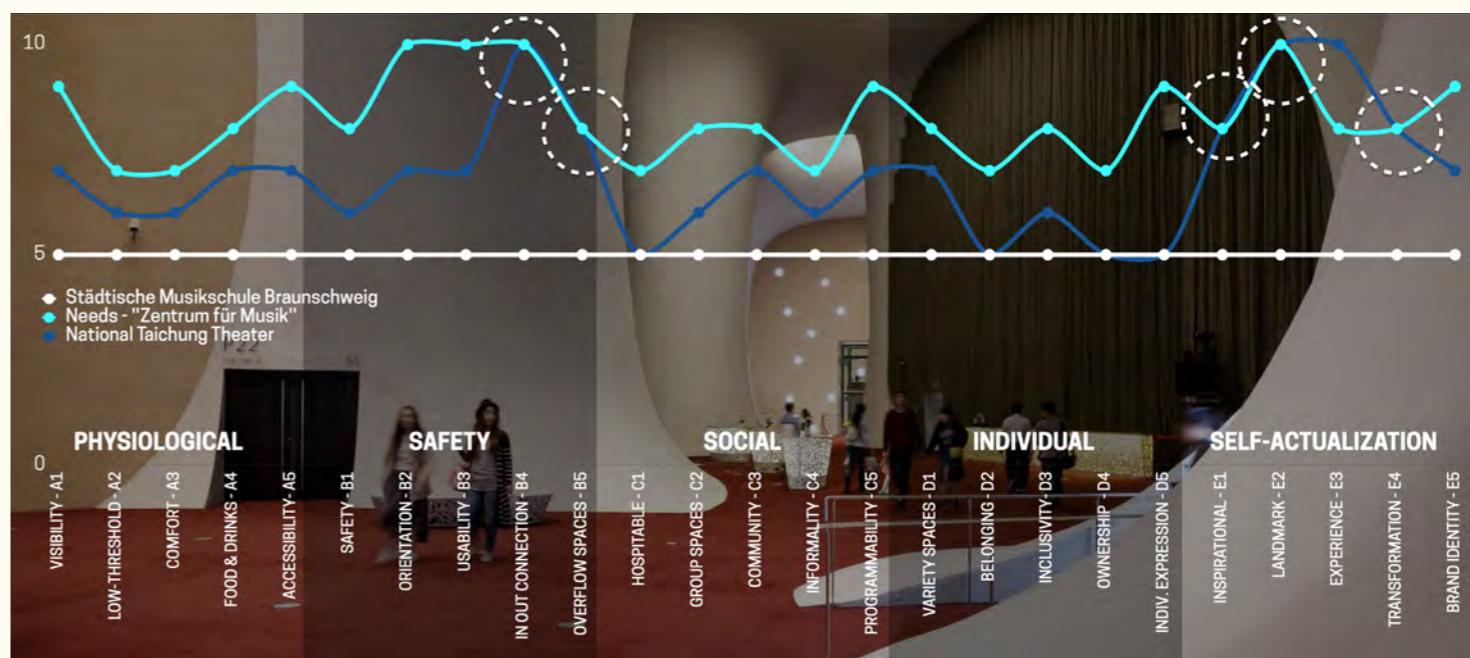
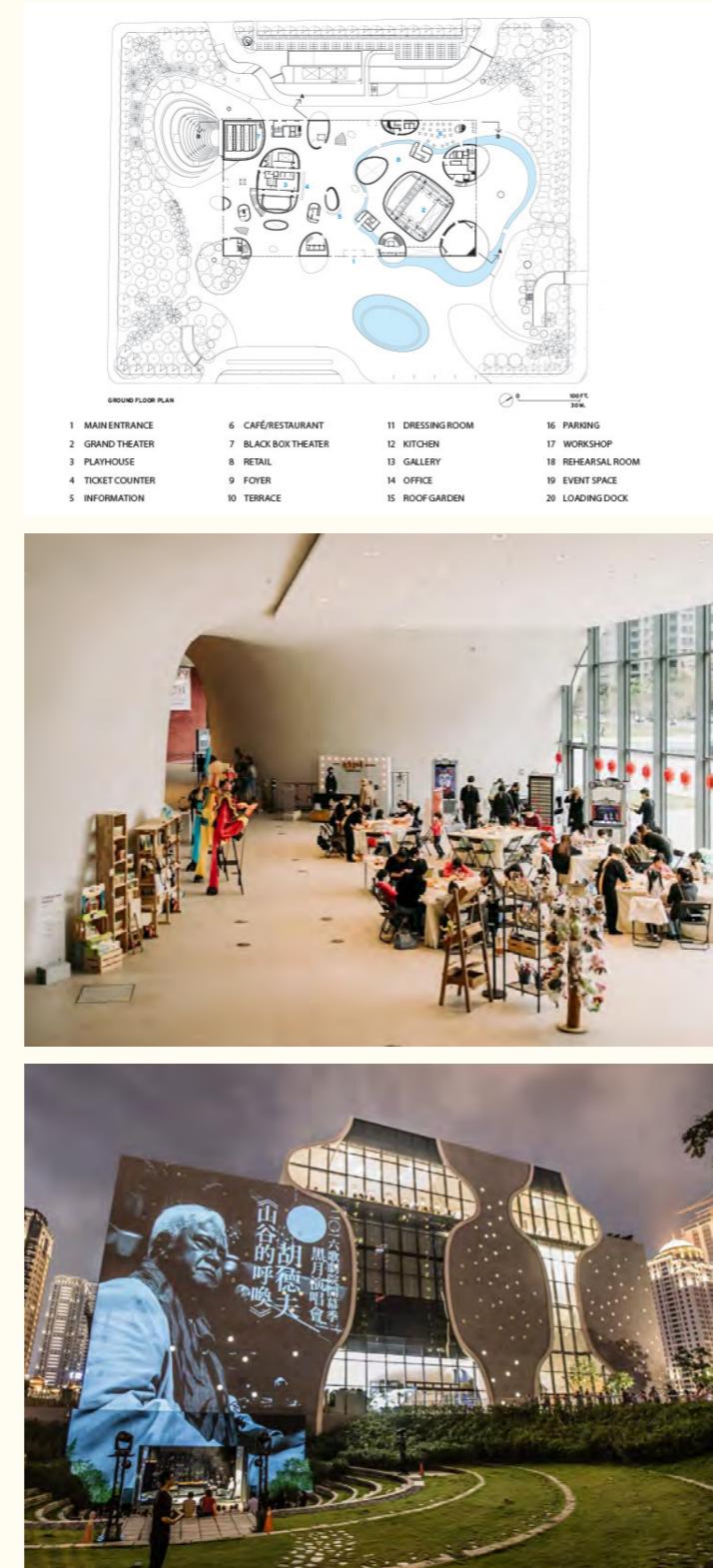
Räumliche Strategie

Das Interieur ist ein verspieltes, geschwungenes Erlebnis, das zu Fantasie und vielfältigen Interpretationen einlädt und sich ideal für Ausstellungen, Pop-up-Events und mehr eignet. Die sanften Kurven schaffen ein sanftes, einladendes Ambiente, und der offene, lichtdurchflutete Raum ist eine Leinwand für kreativen Ausdruck. Das Gebäude fügt sich nahtlos in die urbane Umgebung ein und fördert eine lebendige Nachbarschaft, die die Menschen dazu einlädt, am Theatergeschehen teilzunehmen. Vom Dachgarten bis zum Freiluftkino und Amphitheater, das mit einer vielseitigen Bühne verbunden ist, schließt es die Lücke zwischen Innen- und Außenunterhaltung. Durch den innovativen Einsatz digitaler Projektionen verwandelt das Theater Kunst in ein multidimensionales Erlebnis und erweitert die Grenzen der Kreativität. Sein kühnes und futuristisches Design mag für den lokalen Kontext unkonventionell erscheinen, aber es ist ein Leuchtturm der architektonischen Innovation.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Dieser Referenz ist in Bezug auf dieses Projekt zu futuristisch und bietet zu wenig Integration von grün in die Inneneinrichtung.

CAPTION National Taichung Theater, Taiwan
(Credit: <https://www.npac-ntt.org/>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

4. Muziekkwartier Enschede, Niederlande

Hintergrund

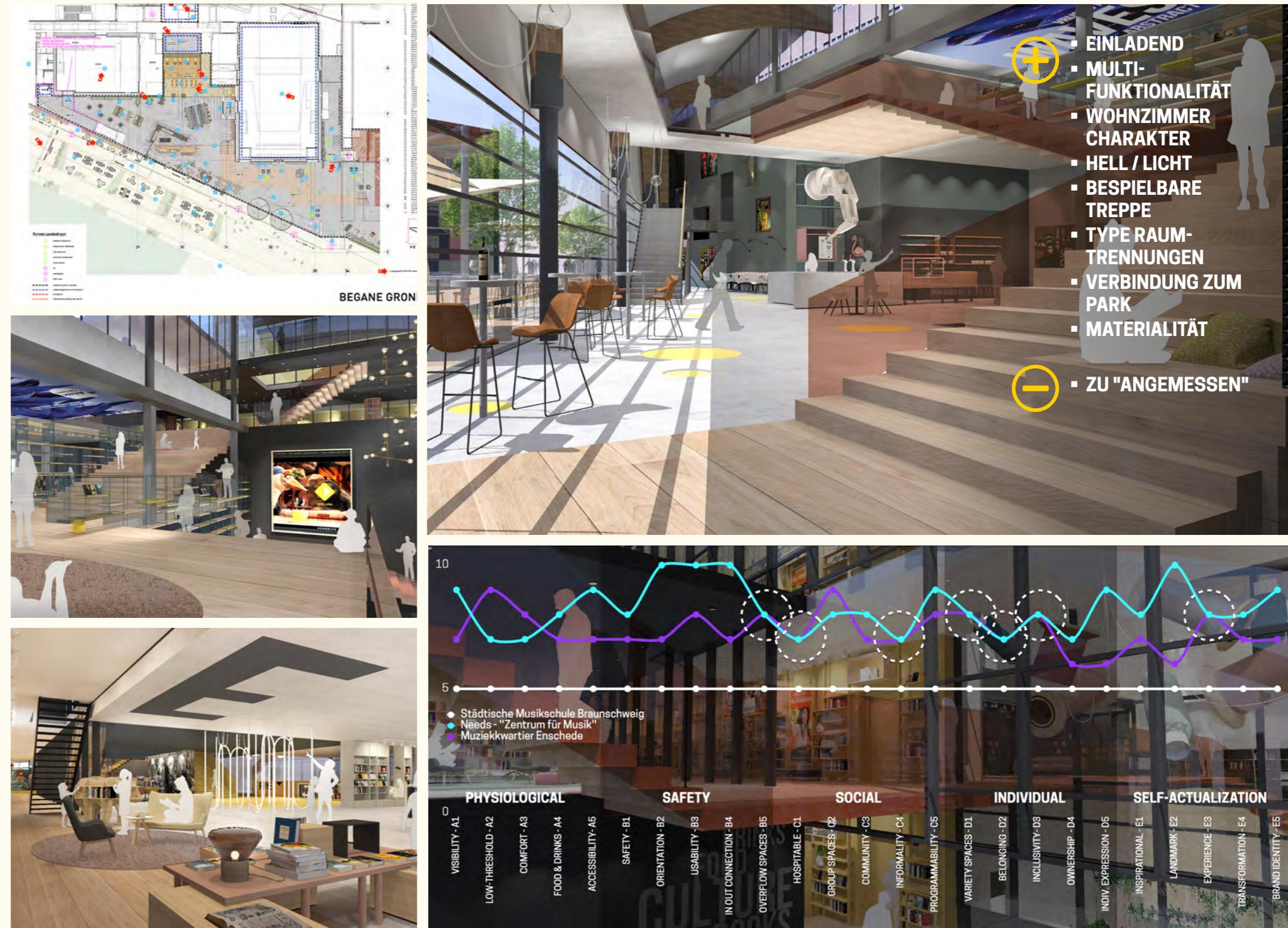
Muziekkwartier in Enschede erfährt Revitalisierung, mit Integration der Zentralbibliothek. Partner streben ein lebendiges Kulturzentrum an, um Sichtbarkeit, Sicherheit und Programm zu steigern. Neue Identität bis 2022 mit vielfältigen Aktivitäten und einem dynamischen Gemeinschaftsraum. Zu den Highlights zählen eine vernetzte Treppenschleife, erweiterte Fläche und gestiegerte Transparenz.

Räumliche Strategie

Im Mittelpunkt dieses Gebäudes steht eine Treppenschleife, die verschiedene Funktionen auf spielerische und nahtlose Weise verbindet und trennt. Die Treppe dient auch als Mittel, um die Identität des Gebäudes zu vereinheitlichen. Das Muziekkwartier bietet ein ganztägiges Programm, das die Besucher zu Vorträgen, Workshops und Live-Auftritten einlädt. Außerdem schaffen der Innenraum und der angrenzende Park einen harmonischen Übergang von der Natur zum kulturellen Leben.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Den Braunschweiger Kontext ist zu berücksichtigen, wo eine stärkere, eindeutige Identität als Konzerthaus mit Musikschule erforderlich ist.



CAPTION Muziekkwartier Enschede, Niederlande
(Credits: includi, MARS interieurarchitecten).

4.5 LERNEN VON REFERENZEN

5. Theater Basel, Schweiz

Hintergrund

Das Foyer des Theater Basel wird zu einem lebendigen urbanen Zentrum, das für alle zugänglich ist. Hier können Besucher eine Vielzahl von Aktivitäten genießen, ohne kommerziellen Druck. Es gibt Zugang zu Bühnen, offenen Räumen, Workshop-Räumen, einer öffentlichen Bibliothek, Arbeitsplätzen, gemütlichen Sitzbereichen und mehr, was eine gemeinschaftsorientierte Umgebung für gemeinsame Erlebnisse und Interaktion schafft.

Räumliche Strategie

Das Foyer besteht aus einer großzügigen Halle und einer Treppe, die zum Haupttheater führt. Bei der Gestaltung wurde darauf geachtet, einen offenen und vielseitigen Raum zu schaffen, der die kulturelle Bedeutung des Theaters unterstreicht. Das Theater dient auch als Veranstaltungsort für Vorträge, Literaturveranstaltungen und Buchvorstellungen. Es entwickelt sich den ganzen Tag über weiter und bietet Platz für lokale Künstler, Darsteller und eine Vielzahl von Aktivitäten. Die Nutzer gestalten das Programm nach ihren Bedürfnissen mit. Das Café im Obergeschoss bietet einen Blick auf das Atrium und stellt eine räumliche Verbindung zum bunten Geschehen darunter her. Sowohl wochentags als auch an den Wochenenden herrscht hier Aktivität.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Es fehlt an kleineren Treffpunkten und die begrenzte Transparenz des Gebäudes macht die Aktivitäten von außen weniger sichtbar.

CAPTION Theater Basel, Schweiz
(Credit: <https://www.basel.com>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

6. Red Bull Music Academy, Spanien

Hintergrund

Das Red Bull Music Academy (RBMA)-Event war für Tokio geplant, wurde jedoch nach einem Erdbeben nach Matadero Madrid verlegt. Die RBMA startete die Nave de Música in Matadero Madrid, einen Raum für Audioerstellung und Forschung. Das Design betonte Anpassungsfähigkeit, Akustik und Temporärkeit und bot eine vielseitige urbane Struktur für künstlerische Begegnungen innerhalb des bestehenden Lagers.

Räumliche Strategie

Diese temporäre Musikakademie fördert eine gemeinschaftliche Dorfatsphäre und besteht aus verschiedenen Holzhütten, die als individuelle Musikstudios für 60 Künstler/innen dienen. Neben den Studios gibt es auch Büros für die Mitarbeiter, einen Aufenthaltsraum, einen Vortragssaal und ein Aufnahmestudio. Die räumliche Organisation unterteilt das Programm in vier Hauptbereiche: Büros, Musikerstudios, Aufnahmestudios und einen multifunktionalen Bereich für Konferenzen, Radio und Lounges. Das Konzept zeichnet sich durch seine Anpassungsfähigkeit aus, die eine einfache Umgestaltung für künftige Veranstaltungen ermöglicht. Das Herzstück der Einrichtung sind die Cafeteria und der Konferenzraum, die den Mittelpunkt des Dorfes bilden und den Austausch von Ideen ermöglichen.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Die geschlossenen Hütten können ein Gefühl der Trennung vermitteln, und die Größe entspricht vielleicht nicht den Bedürfnissen eines öffentlichen Konzertsals oder einer Musikschule.

CAPTION Red Bull Music Academy, Spanien
(Credit: <https://www.archdaily.com>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

7. Dokk1, Dänemark

Hintergrund

Dokk1, in Aarhus, Dänemark, ist eine moderne, innovative Bibliothek und Kulturzentrum. Es zeichnet sich durch beeindruckende Architektur, vielfältige Gemeinschaftsräume und eine Fülle von Büchern und digitalen Ressourcen aus. Diese preisgekrönte Einrichtung dient als Zentrum für Bildung, Kultur und soziale Interaktion im Herzen der Stadt.

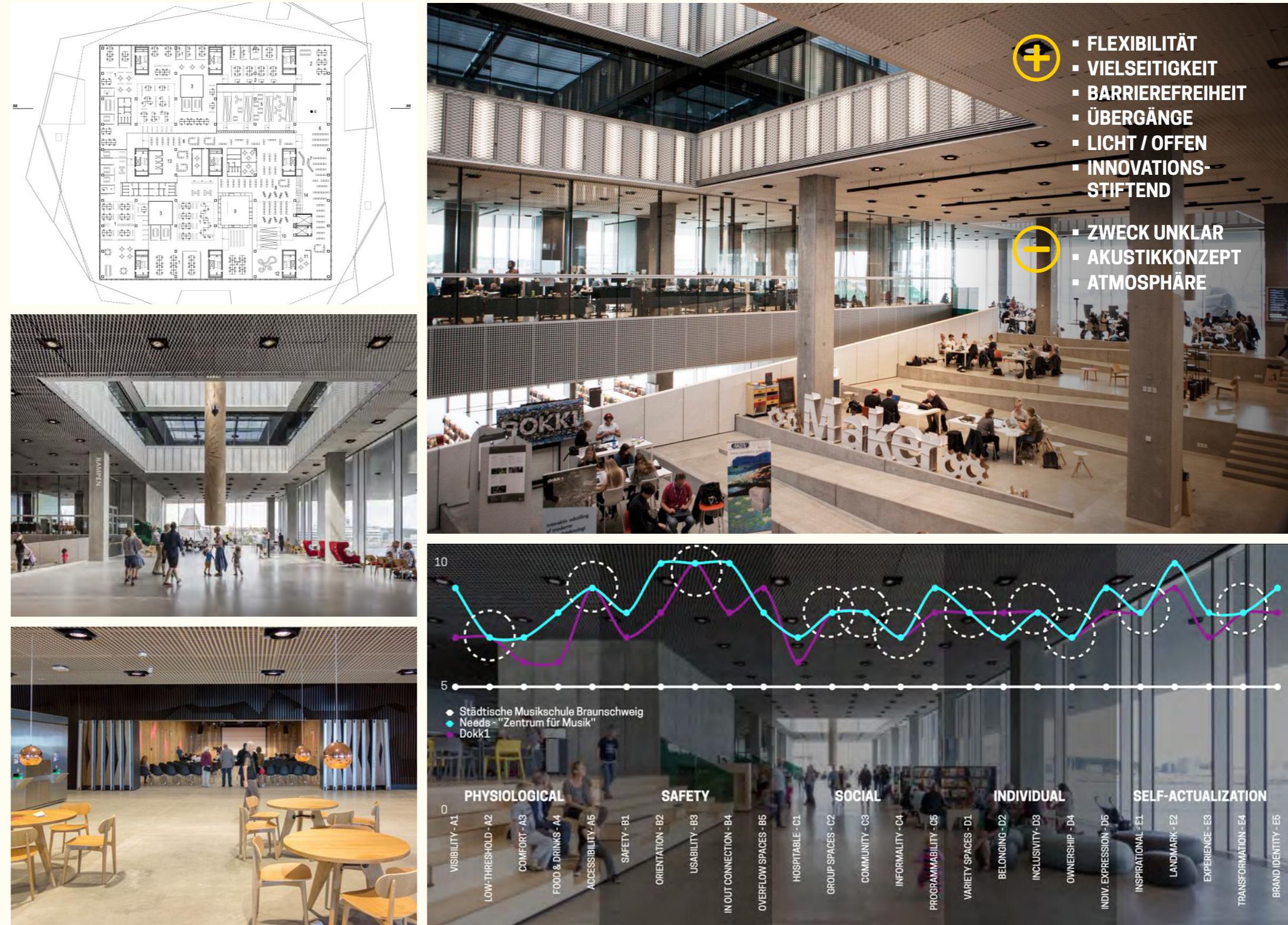
Räumliche Strategie

Dokk1 bietet eine innovative und anpassungsfähige Raumaufteilung. Die ruhige Lage am Wasser erhöht die Attraktivität von Dokk1 und sorgt für eine schöne Aussicht und eine friedliche Atmosphäre. Das Gebäude ist als multifunktionaler Raum konzipiert, in dem verschiedene Programme und Aktivitäten nahtlos nebeneinander bestehen. Sein offener Grundriss lädt zum Erkunden ein, da die verschiedenen Bereiche ineinander übergehen und an jeder Ecke spontane Veranstaltungen stattfinden können. Die zentrale Rampe verbindet nicht nur die Räume, sondern dient auch als multifunktionaler Veranstaltungsbereich, der die Identität des Innenraums prägt. Intime Leseecken mit Blick auf das Wasser schaffen eine einzigartige Verbindung zur Umgebung.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Die moderne, minimalistische Architektur des Gebäudes legt den Schwerpunkt auf Funktionalität und Zugänglichkeit. Zu bedenken ist aber, dass die Offenheit auch ein Gefühl der Distanz vermitteln kann und dass es akustische Herausforderungen geben könnte.

CAPTION Dokk1, Dänemark
(Credit: <https://www.dokk1.dk/>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

8. Book Mountain, Niederlande

Hintergrund

Das Book Mountain in Spijkenisse, Niederlande, ist eine außergewöhnliche Bibliothek, entworfen von MVRDV. Es gleicht einem Berg aus Büchern, beherbergt eine umfangreiche Sammlung und verfügt über ein Freilufttheater auf dem Dach. Dieses einzigartige Design fördert das Lesen, die Beteiligung der Gemeinschaft und kulturelle Bereicherung.

Räumliche Strategie

Das Konzept der Bibliothek besteht aus einem 480 Meter langen, spiralförmigen Weg, der mit Bücherregalen belegt ist und durch die gläserne Struktur der Bibliothek einen visuell beeindruckenden Mittelpunkt bildet. Das offene Design ermutigt zum Erkunden und die Struktur selbst teilt die Bibliothek auf subtile Weise ohne Wände - eine offene Einladung zum Lesen, besonders in einer Gemeinde, in der 10 Prozent der Bevölkerung mit Analphabetismus zu kämpfen haben. Dennoch gibt es eine klare Unterscheidung zwischen den verschiedenen Ebenen der Öffentlichkeit: Die hellen, offenen Gänge sind für die Öffentlichkeit bestimmt, während die hinter den Bücherregalen verborgenen Räume ein Auditorium, Konferenzräume und Büros beherbergen. Das zentrale Atrium ist in natürliches Licht getaucht und schafft eine einladende Atmosphäre, die zum Lesen und Studieren einlädt, wobei gemütliche Leseecken intime Plätze bieten.

Was lernen wir aus dieser Referenz?

Der offene Raum kann aufgrund seiner vielen Unterschiede auch unruhig oder zu zweckmäßig sein.

CAPTION Book Mountain, Niederlande
(Credit: <https://www.mvrvd.com>).



4.5 LERNEN VON REFERENZEN

9. HOME Manchester, Vereinigtes Königreich

Hintergrund

HOME Manchester ist ein lebhaftes Kulturzentrum im Stadtzentrum. Mit seinen Theatern, Galerien und Kinos bietet es eine breite Palette von Aufführungen, Ausstellungen und Filmen. Dabei steht die Förderung von Kreativität und die Stärkung der Gemeinschaftsbeteiligung im Mittelpunkt. HOME ist ein lebendiger Treffpunkt für kulturelle Erlebnisse und eine kreative Bereicherung in Manchester.

Räumliche Strategie

Die großen transparenten Fenster machen die Aktivitäten im Inneren des Gebäudes für die Umgebung sichtbar, schaffen eine urbane Verbindung und öffnen sich zu einem nahegelegenen Platz, der die Nachbarschaft belebt. Das Innendesign von HOME ist modern und funktional und wird durch eine klare Beschilderung ergänzt, die eine einfache Orientierung in den verschiedenen Einrichtungen ermöglicht. Das Innenraumkonzept und die Aufteilung entsprechen einem urbanen Wohnzimmer und vermitteln ein Gefühl von Wärme, Intimität und Robustheit. Das offene und lebendige Foyer dient als zentraler Treffpunkt mit vielen Sitzgelegenheiten und ist der ideale Ort, um sich vor und nach den Shows zu treffen. Die räumliche Aufteilung wurde so gestaltet, dass man sich leicht bewegen und interagieren kann, und macht es zu einem dynamischen Zentrum für die Kunst.

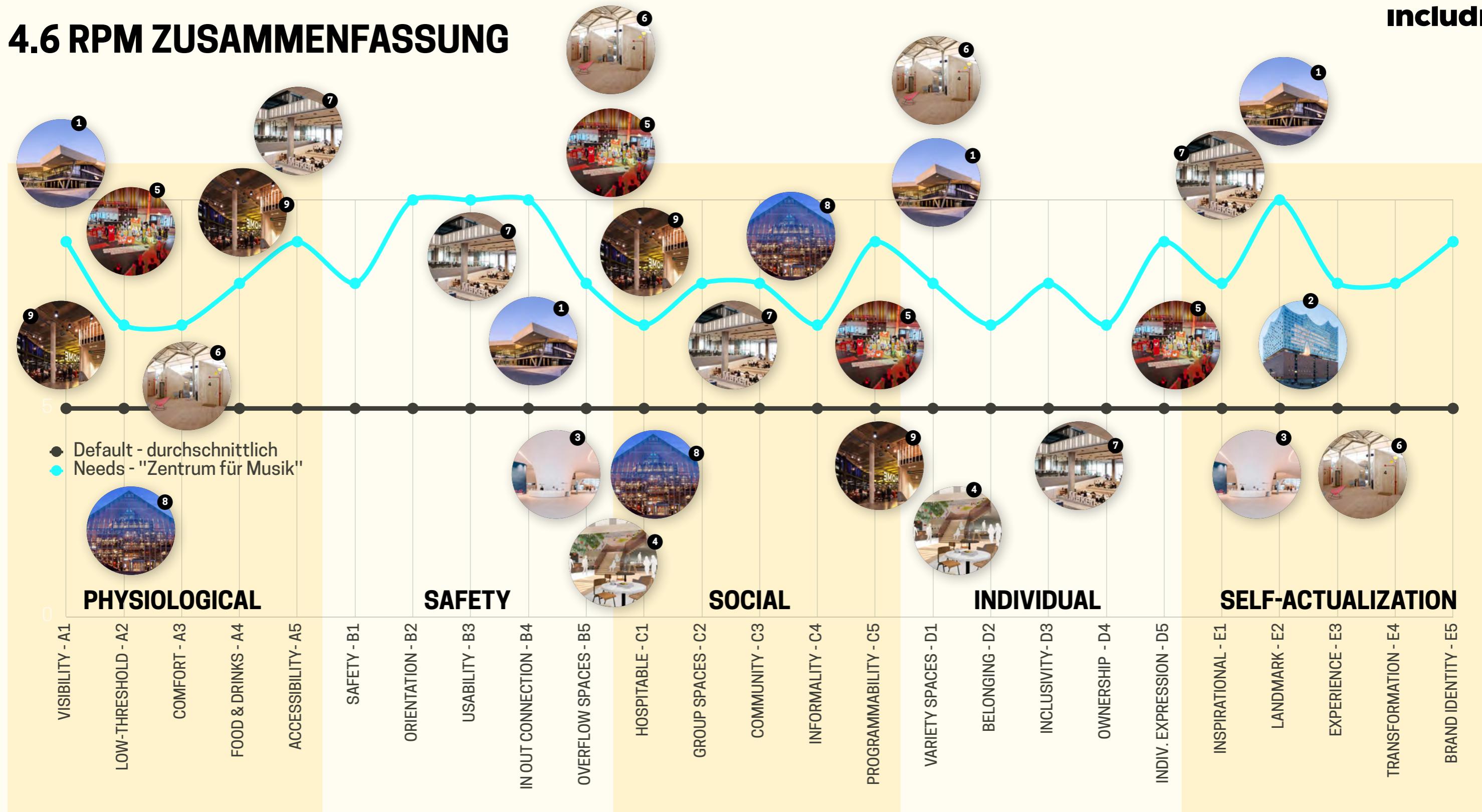
Was lernen wir aus dieser Referenz?

Was das künftige "Zentrum für Musik" betrifft, so könnte eine urbane Atmosphäre durch mehr Farbe und Lebendigkeit ergänzt werden.

CAPTION HOME Manchester, Vereinigtes Königreich
(Credit: <https://www.mecanoo.nl>).



4.6 RPM ZUSAMMENFASSUNG



Mit Hilfe der RPM-Analyse gibt es nun ein klareres Bild, wie das neue "Zentrum für Musik" im Vergleich zur ursprünglichen Situation aussehen könnte.

Die obige Grafik zeigt, welche Referenzen für welche Aspekte besonders relevant sind.

Zusammenfassend stehen der niederschwellige, sichtbare und barrierefreie Zugang zum Gebäude im Vordergrund, sowie eine hochflexible und programmierbare Nutzbarkeit des Gebäudes und des Raumes und die Schaffung eines Ortes, an dem individueller Expression und Inspiration in einem einzigartigen Gebäude zusammenkommen.

5. EMPFEHLUNGEN

5. EMPFEHLUNGEN

Auf der Grundlage von Untersuchungen, Analysen und Kriterien

Auf der Grundlage der Ergebnisse und Analysen aus dieses Dokument unterstreichen wir die Wichtigkeit der Programmierbarkeit (Design for Programmability) und der Voraussicht der Veränderbarkeit des Gebäudes (Shearing Layers). Beide Aspekte sind für Organisationen mit sich ändernden Bedürfnissen und einer reichen Mischung von Nutzern für das erfolgreiche Funktionieren des "Zentrums für Musik" als dritter Ort unerlässlich.

Ein weiterer Aspekt, der für das Florieren dieses dritten Ortes wesentlich ist, ist ein Staff, das die Rolle eines dritten Ortes für die soziale Infrastruktur versteht und die Rolle des Gastgebers übernimmt. Schließlich sind es die Menschen, die den Ort gestalten.

Außerdem verweisen wir noch ausdrücklich auf die Bedingungen für einen inklusiven Ort, an dem Gemeinschaften wachsen und gedeihen, wie weiter oben in diesem Papier beschrieben. Insbesondere die "weichen" Anforderungen, die nicht unbedingt in einem räumliches Programm beschrieben sind, verdienen bei der zukünftigen Gestaltung und Entwicklung des "Zentrums für Musik" Beachtung.

Was den Namen des zukünftigen Gebäudes betrifft, so empfehlen wir einen Namen, der de-institutionalisiert und persönlich ansprechend ist. Dabei hinterfragen der bisher verwendete Name "Zentrum für..." und laden dazu ein, weiter darüber nachzudenken.



CAPTION Bild oben: Ventspils Konzertsaal, Lettland. Bild unten: Goes Library durch includi.

FUSSNOTEN

1. 'What Our Cities Are Missing' by Andrewism (2023) https://www.youtube.com/watch?v=MD_CMrCpBMc
2. 'Hydraulics of Community Power' by Cormac Russel and John McKnight (2019)
3. 'Structural Transformation of the Public Sphere' by Jürgen Habermas (1962)
4. 'The Great Good Place' by Ray Oldenburg (1989)
5. 'Feminist Perspective on Third Places' by Simone Pullagar (2019). https://www.researchgate.net/publication/333299848_Feminist_perspectives_on_third_places
6. Nina Simon, OF/BY/FOR ALL: <https://www.ofbyforall.org> (Nov 25, 2019)
7. Joe Pine II, James Gilmore, The Experience Economy (updated edition, 2019)
8. Aga Skorupka, Hierarchy of Needs in Public Space (with Alfonso), interview in 3RD4ALL, How To Create A Relevant Public Space (Aat Vos, 2017): [nhttps://aatvos.com/product/3rd4all-how-to-create-a-relevant-public-space/](https://aatvos.com/product/3rd4all-how-to-create-a-relevant-public-space/) (Nov 25, 2019)
9. Stanislavski definition on Theatre, Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Theatre> (Nov 25, 2019)
10. Susan Bennett, The Role of the Theatre Audience (1988), School of Graduate Studies in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, McMaster University, page 2 and on.
11. IFLA Manifest on Public libraries (1994): <https://www.ifla.org/publications/iflaunesco-public-library-manifesto-1994> (Nov 2019)
12. 'Frames of Mind' by Howard Gardner (1983, neue, 1999 veröffentlichte Forschungen von Gardner erweitern die Zahl der Intelligenzen um naturbezogene, existenzielle und moralische Intelligenz)
13. 'How Buildings Learn: What Happens After They're Built' by Frank Duffy (1995)

CREDITS

Design, sketches & graphics

includi

Design & Research Team

includi team: Eunice Ma, Tessa Wennink, Manon Schuil, Hélène IJsselstijn, Niels van Veen, Pepijn Vos, Aat Vos

Texts

includi

Photography

Marco Heyda

Copyrights

All non specified images: various websites and includi archive.

Images used for internal and inspirational use only. Please contact us if we violate your rights. We reserve all rights to our work.

Want to use it? Please contact us.

includi

www.includi.com

Version

Date: 20210129

Version: V1.1



Veranstaltungskonzept für ein Konzerthaus in der Stadt Braunschweig

KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH



DIE KULTURIMMOBILIE

Planen – Bauen – Betreiben. Beispiele und Erfolgskonzepte

(zusammen mit Simone Raskob und Gabriele Willems), 384 S., Edition Umbruch - Texte zur Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, transcript-Verlag, Bielefeld 2016

OLIVER SCHEYTT, SIMONE RASKOB, GABRIELE WILLEMS (HG.)

DIE KULTUR-IMMOBILIE

PLANEN – BAUEN – BETREIBEN
BEISPIELE UND ERFOLGSKONZEPTE



Edition Umbruch | 32 Texte zur Kulturpolitik

ZEHN LEITLINIEN

PLANEN

- I. Phase 0 als das A und O
- II. Wechselspiel von Architektur und Funktionalität
- III. Realistisches Investitionsvolumen kalkulieren

BAUEN

- IV. Erfolgsfaktor Projektsteuerung
- V. Governance des Projekts
- VI. Parallelle Prozesse: Umzug, Zwischen-nutzung etc.

BETREIBEN

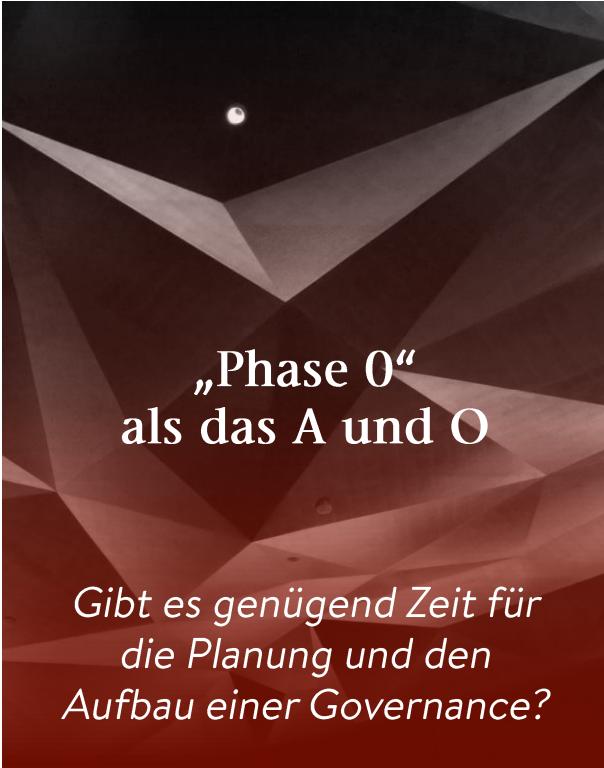
- VII. Erfüllung des kulturellen Auftrages
- VIII. Kulturbetrieb – Effekte erzielen!
- IX. Gebäudebetrieb – Effizienz schaffen!

X. DIE GOLDENE REGEL:

Partner suchen, finden und pflegen – Kreative Allianzen bilden!

PLANEN

I.



„Phase 0“
als das A und O

*Gibt es genügend Zeit für
die Planung und den
Aufbau einer Governance?*

II.



Wechselspiel
von Architektur und
Funktionalität

*Wer weiß, was gewollt ist und
um welche Qualitäten es
geht?*

III.



Realistisches
Investitionsvolumen
Kalkulieren

*Wie hoch sind die Baukosten
und dann auch noch die
Betriebskosten?*

BAUEN

IV.



Erfolgsfaktor
Projektsteuerung

*Wer steuert wen? Was
haben die Nutzer zu sagen?*

V.



Governance
des Projekts

*Welche Akteure gestalten in
welchen Gremien mit
welchen Befugnissen mit?*

VI.



Parallele Prozesse:
Umzug,
Zwischennutzung etc.

*Was passiert während der
Bauzeit, wie wird das
organisiert und finanziert?*

BETREIBEN

VII.



VIII.



IX.



KOMPLEXITÄT



Das Veranstaltungskonzept

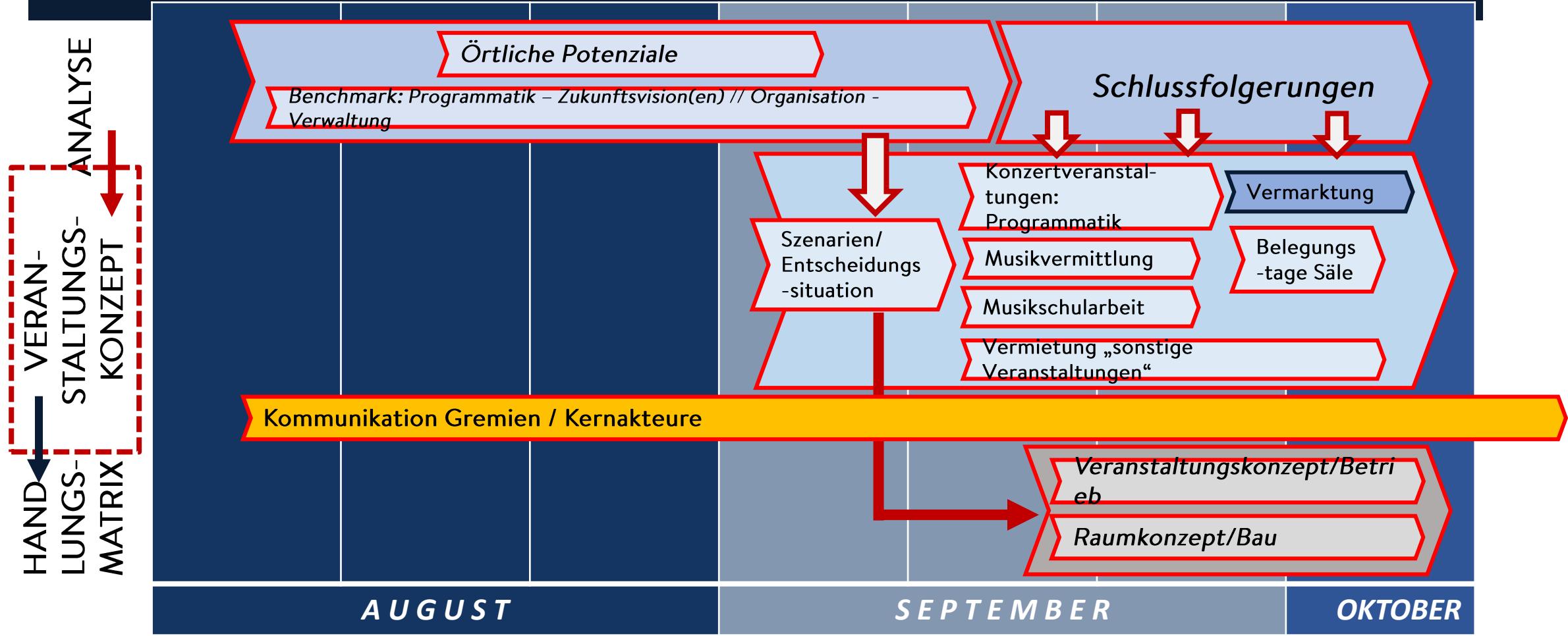
unter Mitwirkung von

Prof. Dr. Oliver Scheytt
Gernot Rehrl
Dr. Julia Ackerschott

KULTURIMMOBILIEN:Vorgehensweise



A. AUSGANGSLAGE: Zeitplan für die Erarbeitung des Veranstaltungskonzepts



ÜBERSICHT

- A. Ausgangslage: Projektziel, bisherige Beschlüsse und Gutachten
- B. Analyse: Örtliche Potenziale und Benchmark / Experteninterviews
- C. Veranstaltungskonzept:
 - I. Vision
 - II. Szenarien: Platzkapazität
 - III. Profil des Haus für Musik
 - 1. Charakter der Betriebsführung
 - 2. Programmatik und Profilierung
 - 3. Profilierung durch ein Festival
 - 4. Belegungstage
 - 5. Zusammenwirken mit der Musikschule
 - 6. Musikvermittlung
 - 7. Diverse Zielgruppen
 - 8. Synergien Dritter Ort
 - IV. Betreiberstruktur / Governance
- D. Raumkonzept: Nebenräume, Lager, Abläufe, Ausstattung, Außenräume
- E. Kampagne

A. AUSGANGSLAGE

A. AUSGANGSLAGE: Projektziel

Ziel dieses Projekts ist es, ein **inhaltliches, künstlerisches Veranstaltungskonzept für ein Konzerthaus** in der Stadt Braunschweig zu erarbeiten, das folgende Punkte umfasst:

- Vision
- Programmatik
- Potenziale und (mutige künstlerische) Profilierung
- Veranstaltungstypen (Synthese aus Potenzial und Profilierung)
- Charakter des Betriebes mit Blick auf Eigenveranstaltungen, Kooperationsveranstaltungen und Vermietungen
- Synergien zwischen Konzert, Musikvermittlung und Musikschularbeit und Schaffung eines „Dritten Ortes“ sowie Partizipation auch schon vor der Eröffnung des Gebäudes

A. AUSGANGSLAGE: Projektziel

Ziel dieses Projektes ist es zudem, die nächsten Planungsschritte in Phase 0 eng zu begleiten, da sich aus den Szenarien für das Veranstaltungskonzept die Anforderungen für den Raumbedarf ableiten lassen, die für die Ausschreibung des Architektenwettbewerbs wesentlich sind.

Das Veranstaltungskonzept enthält somit die **wesentlichen Leitlinien** für die Raumbedarfsplanung nicht nur für den Konzertsaal, sondern auch für die Ausgestaltung der Nebenräume sowie wesentliche Elemente der Ausstattung.

A. AUSGANGSLAGE: Projektziel

Aufgrund der Erfahrungen anderer Planungs- und Bauprozesse von Kulturimmobilien ist für den Erfolg derartiger Projekte eine solche **umfassende, intensive Erfassung der Anforderungen der künftigen Nutzung zwingend.**

Das Konzept zielt im Sinne der Profilierung Braunschweigs als Musikstadt darauf ab, sowohl die **Interessen der Ankernutzer zu erfassen als auch die Erfahrungen andernorts für die Raumbedarfsplanung** konzise auszuwerten, um trotz gewisser räumlicher und finanzieller Vorgaben mit dem Architektenwettbewerb/dessen Realisierung ein Optimum für das Haus und sein Umfeld zu schaffen.

B. ANALYSE

B. ANALYSE: Benchmark

Für die Benchmark-Analyse wurden

- zahlreiche Expert*inneninterviews geführt und
- Programme von Konzerthäusern / Philharmonien sowie Festivals und Ensembles in Betracht gezogen, die ein besonderes künstlerisches Profil aufweisen

B. ANALYSE: Experteninterviews

Themen

- Programmatik und Zukunftsvision(en)
➡ Profilierung, Zielgruppen, Kooperation, Musikvermittlung, Digitalisierung etc.
- Organisation und Verwaltung
➡ Personelle Ressourcen, Belegpläne, Vermietung, Einnahmen, Wirtschaftlichkeit etc.
- Vermietung / Zusammenarbeit mit Konzertdirektion Goette/Schmidt, undercover u.a.
➡ Raumbedarf / Nebenräume

B. ANALYSE: Experteninterviews

Programmatik und Zukunftsvision(en)

- Anneliese Brost Musikforum Ruhr: Thomas Kipp, Geschäftsführender Betriebsdirektor und Amtsleiter
- Philharmonie Essen: Marie Babette Nierenz, Künstlerische Leistung, zuvor Betriebsdirektorin
- Konzerthaus Wien: Matthias Naske, Intendant und Vorstand
- Bamberger Symphoniker: Marcus Axt, Intendant
- Kölner Philharmonie: Louwrens Langevoort, Intendant
- Konzerthaus Berlin: Dr. Sebastian Nordmann, Alleinstellungsmerkmal: Leitung Konzerthaus sowie Leitung und Intendanz des Hausorchesters /Konzerthausorchester Berlin
- Heidelberger Frühling: Intendant Thorsten Schmidt
- Podium Festivals Esslingen: Vorstandsvorsitzende Brigitte Russ-Scherer

B. ANALYSE: Experteninterviews

Programmatik und Zukunftsvision(en)

- Beethovenfest Bonn: Steven Walter
- Internationale Orgelwochen Nürnberg: Intendant Moritz Puschke
- Deutsche Kammerphilharmonie Bremen: Albert Schmitt, Intendant

Betreibermodelle / Wirtschaftlichkeit

- Tonhalle Düsseldorf: Burkhard Scheuer, Kaufmännischer Geschäftsführer, zuvor MDR Klassik
- Anneliese Brost Musikforum Ruhr: Thomas Kipp, Geschäftsführender Betriebsdirektor und Amtsleiter
- Gewandhaus Leipzig / Elbphilharmonie: Dr. Gereon Röckrath, Verwaltungsdirektor
- Musikfreunde Wien / Musikverein: Renate Futterknecht, Kaufmännische Direktion, StD. Intendantin, Prokuristin

B. ANALYSE: Konzerthäuser mit künstlerischem Profil

Folgende Konzerthäuser in Deutschland zeichnen sich durch eine besondere Profilierung aus, die als Benchmark herangezogen wurden:

- Konzerthaus Dortmund
- Konzerthaus Berlin
- Kölner Philharmonie
- Konzerthaus Blaibach
- Konzertkirche Neubrandenburg
- Leipziger Gewandhaus
- Elbphilharmonie

B. BENCHMARK: Profilierung

Die Profilierung ist nach Ansicht der Experten stets durch das Vorhandensein und Agieren einer Intendanz / Künstlerischen Direktion gekennzeichnet.

„Es gibt jemanden, der sich um die Profilierung des Hauses kümmert und persönlich eine Verbindung zu den Künstlern herstellt und pflegt.“

- Thorsten Schmidt, Intendant, Heidelberger Frühling -

B. BENCHMARK: Profilierung

Einbeziehung aller gesellschaftlichen Gruppen, also auch das „nicht-musikalische“ Milieu: Ausdehnung von „Education“ in alle Altersgruppen, z.B. über Mitsingkonzert IMMER bei Top-Qualität.

- Moritz Puschke, Intendant, Internationale Orgelwochen Nürnberg -

Klares inhaltliches Profil mit eigenen Kooperationsveranstaltungen.

- Brigitte Russ-Scherer, Vorstandsvorsitzende, Podium Festivals Esslingen -

Das jeweilige Profil ist ein UNIKAT, das sich über Inhalte schafft (nachhaltiger Ansatz): Wirkt das Profil als Identität, so dient es als starke Marke (z.B. Dortmund).

- Steven Walter, Intendant, Beethovenfest Bonn -

Spannungsreich, am Puls der Zeit, durchlaufendes, in sich gut kombiniertes Programm, das glaubhaft vermittelt wird.

- Albert Schmitt, Intendant, Deutschen Kammerphilharmonie Bremen -

Auch Angebote für das Bildungsbürgertum sind wichtig (Klassik/Tradition).

- Louwrens Langevoort, Intendant, Kölner Philharmonie -

*Das Konzerthaus sollte die Heimat des Orchesters der Stadt sein:
für Konzerte, aber auch für (teils öffentliche) Proben.*

- Louwrens Langevoort, Intendant, Kölner Philharmonie -

B. BENCHMARK: Profilierung

Nach Ansicht der Experten liegt die Chance einer Profilierung in einer engen Anbindung an die Stadtgesellschaft.

„Das Konzerthaus/Haus für Musik müsste das kulturelle Wohnzimmer der Stadt werden.“

- Steven Walter, Intendant, Beethovenfest Bonn -

Nicht zu groß: Klassik, Jazz, Pop, E + U-Musik bei flexible Raumnutzung
- Moritz Puschke, Intendant, Internationale Orgelwochen Nürnberg -

Profilierung als Ansprechpartner in der Stadtgesellschaft.
- Moritz Puschke, Intendant, Internationale Orgelwochen Nürnberg -

Das Konzerthaus benötigt EIN spezifisches Profil: z.B. in Kombination mit Naturwissenschaften oder Nachwuchs (Musikschule).
- Brigitte Russ-Scherer, Vorstandsvorsitzende, Podium Festivals Esslingen -

Das Profil sollte an Kreativität gekoppelt sein und in Kooperation mit der Musikschule ausgestaltet werden.
- Steven Walter, Intendant, Beethovenfest Bonn -

Potential bieten hochkarätige Tourneeprograme sowie Teilhabe der Stadtgesellschaft mit Werkstätten und Workshops in einem soziokulturellen Ort, also auch außerhalb des Konzerthauses.
- Steven Walter, Intendant, Beethovenfest Bonn -

B. BENCHMARK: Profilierung

Niedersachsen wird als wichtiger Standort für Soziokultur wahrgenommen. Konzertorte in Niedersachsen treten dahinter zurück und werden nicht bzw. unzureichend wahrgenommen.

Es werden lediglich genannt:

- Soziokulturelles Zentrum „Pavillon“, Hannover (3.000 Plätze)
- Oldenburgisches Staatstheater (auch für Konzerte)
- Ensemble Reflector + Festival, Lüneburg
- Kuppelsaal, HCC (wg. Mietvielfalt)

B. BENCHMARK: Zielgruppen

„EINE ZIELGRUPPE IST EINE ZIELGRUPPE. Es werden keine Unterschiede gemacht. Das Haus muss die Marketing-Hausaufgaben machen und es müssen die Stadtteile aufgesucht werden.“

- Albert Schmitt, Intendant, Deutschen Kammerphilharmonie Bremen -

„Die Intendanz muss vor Ort leben, den Puls spüren, mit den Menschen der Stadt sprechen und moderierend vermitteln, um dann genau auszudifferenzieren, wie die SEHNSÜCHTE SO KANALISIERT WERDEN können, dass die jeweiligen Zielgruppen kommen bzw. sich trauen zu kommen.“

- Matthias Naske, Intendant und Vorstand, Konzerthaus Wien -

*„Die Zielgruppenansprache ist eine HALTUNGSFRAGE:
Sie muss authentisch sein und auf Augenhöhe erfolgen.“*

- Steven Walter, Intendant, Beethovenfest Bonn -

B. BENCHMARK: Zielgruppen

MIGRATION

Vielgestaltig + vielsprachig

Spezielle Angebote in Absprache und Kooperation mit verschiedenen Communities (türkisch/arabisch/persisch/etc.) erarbeiten, die die jeweils andere Sprache einbindet.

Achtung: Die Wahl der Veranstaltungstage darf den kulturellen/religiösen Gepflogenheiten nicht entgegenstehen, z.B. Muslima/Juden: samstags keine Veranstaltungen.

- Louwrens Langevoort, Intendant, Kölner Philharmonie -

EXCELENZ(-FÖRDERUNG)

ThinkTank

Residenzen, Akademie/Fortbildung, Musikkonferenz, (perspektivisch) Musikcampus, Produktionsräume

gepaart mit Festival(s) und Abo-Reihen (Zielgruppenbindung)

- Thorsten Schmidt, Intendant, Heidelberger Frühling -

B. BENCHMARK: Wirtschaftlichkeit / Vermietung

Nach Aussagen der Experteninterviews mit den Kaufmännischen Direktionen/Geschäftsführungen von Konzerthäusern, ist es sinnvoll, für das Verhältnis zwischen Eigenveranstaltungen und Vermietungen eine Quote von je 50 % anzustreben.

Für die Wirtschaftlichkeit sowohl von Eigenveranstaltungen als auch von Vermietungen beschränkt die Saalgröße von 1.000 Plätzen allerdings die Wirtschaftlichkeit bei Veranstaltungen mit höherem Kostenaufwand.

Empfehlung von KULTUREXPERTEN: 1.200 Plätze

C. VERANSTALTUNGSKONZEPT

C. VERANSTALTUNGSKONZEPT: Übersicht

- A. Ausgangslage: Projektziel, bisherige Beschlüsse und Gutachten
- B. Analyse: Örtliche Potenziale und Benchmark / Experteninterviews
- C. Veranstaltungskonzept:
 - I. Vision
 - II. Szenarien: Platzkapazität
 - III. Profil des Haus für Musik
 - 1. Charakter der Betriebsführung
 - 2. Programmatik und Profilierung
 - 3. Profilierung durch Zyklen und ein Festival
 - 4. Belegungstage
 - 5. Zusammenwirken mit der Musikschule
 - 6. Musikvermittlung
 - 7. Diverse Zielgruppen
 - 8. Synergien Dritter Ort
 - IV. Betreiberstruktur / Governance
- D. Raumkonzept: Nebenräume, Lager, Abläufe, Ausstattung, Außenräume
- E. Kampagne

Ergebnisse Konsensworkshop (KW)

In das Veranstaltungskonzept sind die Ergebnisse des Konsensworkshops vom 20.9.23 eingeflossen.

Die Ergebnisse / Hinweise / Empfehlungen des Konsensworkshops sind durch das Kürzel „KW:“ und Kursivschrift kenntlich gemacht.

I. VISION

I. VISION

Die Vision für die „Musikstadt Braunschweig“ lautet
„**Musik von allen und für alle im Haus für Musik.**“

Das Haus für Musik wirkt in sein Umfeld: räumlich und sozial.

I. VISION: Räumlich

Räumlich

Mit dem Haus für Musik entsteht eine einmalige Kombination aus Drittem Ort, Musikschule und Konzertsaal *im (Musik-)Park*:

„Haus für Musik in der Musikstadt Braunschweig“

KW: Voraussetzung für die Öffnung des *Haus für Musik in den Park* ist, dass die Parkqualität nicht leidet.

Der Park kann mit verschiedenen Formaten bespielt werden, z.B. im Rahmen des Tags der offenen Tür der Musikschule. Zugleich kann er durch Elemente in Bezug zum Thema Musik gesetzt werden (z.B. Klangparkur), die die Wegebeziehungen bis zur Stadthalle unterstreichen.

I. VISION: Sozial

Als Ort der Begegnung/Partizipation/Inklusion treffen verschiedene Kulturen, Generationen und soziale Milieus aufeinander, um gemeinsam zu gestalten und wirken: musikalisch, künstlerisch von allen, für alle, mit allen.

Denn Braunschweig will mit dem Haus für Musik ein musikalisches Profil erschaffen, das durch seine inhaltliche und architektonische Anziehungs- und Strahlkraft Wirkung für Braunschweig, die Region und weit darüber hinaus erzeugt.

Das Haus der Musik möchte Gastfreundschaft ausstrahlen und Identifikation mit den eignen Potenzialen unterstreichen.

I. VISION: Textvorschlag von KULTUREXPERTEN

Die Musikstadt Braunschweig: Konzerthaus mit Musikschule und Drittem Ort

Das Konzerthaus bietet Raum für ein vielgestaltiges und zeitgemäßes Angebot klassischer Konzerte/Konzertangebot. Der Dritte Ort und die Städtische Musikschule schaffen die Möglichkeit, vielfältige Synergien zu erzeugen und auszuschöpfen.

Das Haus für Musik trägt hierdurch das Potenzial in sich, am Puls von Stadt und Region und mit unterschiedlichen Formaten für diverse und klassische Zielgruppen eine Anziehungs- und Strahlkraft zu entwickeln, die weit über die Musikstadt Braunschweig und die Region hinaus Wirkung entfaltet.

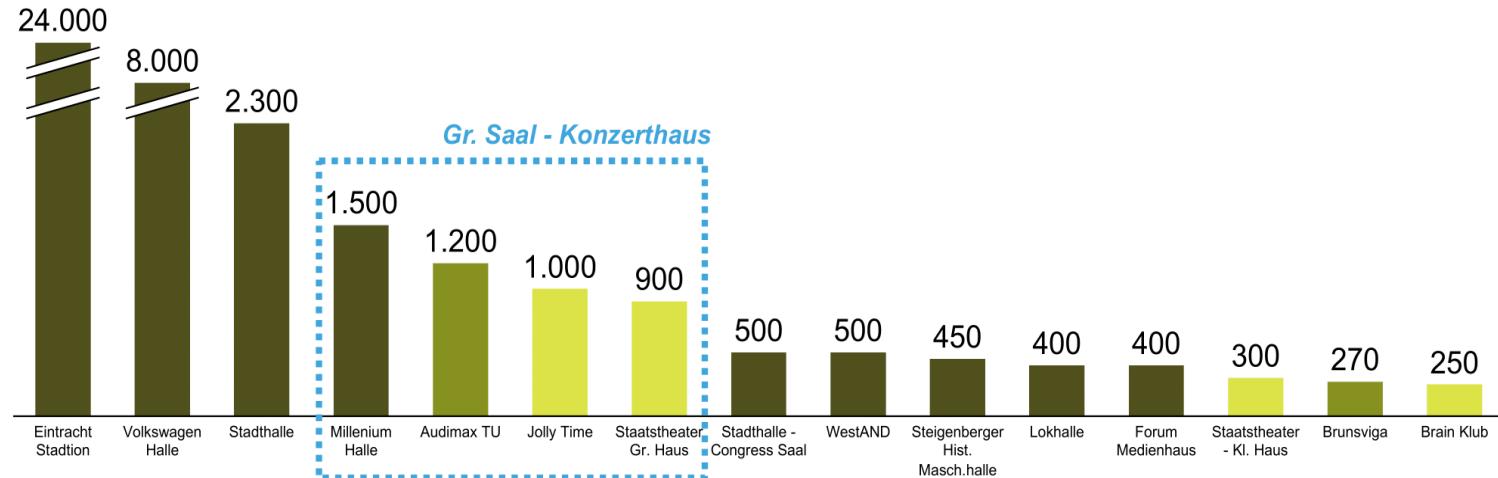
II. SZENARIEN: Platzkapazität

Actori- Gutachten

Zur Größe des Konzertsaales und seiner Platzkapazität

Auf Basis der Saalkapazitäten lässt sich eine Marktlücke für einen Konzertsaal zwischen 500 und 1.500 Sitzplätzen feststellen

Bestehende Saalkapazitäten (Kultur-/Eventlocation) in Braunschweig (Auswahl >200 PAX)



- Auf Basis des Größenvergleichs lässt sich eine **Marktlücke für einen modularen Saal mit Musik-Fokus** mit einem **Sitzplatzangebot zwischen 500 und 1.500 Plätzen** feststellen.
- Die vorhandenen Locations in dieser Größenordnung (Millenium Halle, Audimax TU, Jolly Time) werden nur zu einem sehr kleinen Teil für klassische Konzerte genutzt. Lediglich im Staatstheater finden häufiger Konzerte statt, aber der Fokus liegt auf dem Theaterbetrieb.
- Wird die Lage in die Analyse miteinbezogen, zeigt sich der **Bedarf nach einem Saal in der Innenstadt** umso deutlicher – insb. wenn davon auszugehen ist, dass die Stadthalle derzeit noch geschlossen ist.

Quellen: Websites der Häuser, actori Analyse.

Kulturveranstaltungsstätte Eventlocations

II. SZENARIEN: Platzkapazität

Die Experteninterviews haben ergeben, dass es viele Stimmen gibt, die dafür plädieren, eine Größe von mindestens 1.200 bis 1.500 Plätzen zu generieren, um wirtschaftlich arbeiten zu können (s. dazu Benchmark-Analyse).

Andere Empfehlungen besagen, dass auch die ursprünglichen Überlegungen, die auf 1.000 Plätze abzielen, als tragfähig anzusehen sind, allerdings nicht für die größeren Orchester bzw. Konzertveranstaltungen, die mit hoher Ausgabenseite behaftet sind (z.B. Honorare). Daher kommt auch die Stadthalle als weiterer Standort für die (wenigeren) großen Konzertveranstaltungen in Betracht.

Folgendes Szenario ergibt sich daraus.

II. Szenario: Verbund mit Stadthalle

Die Musikstadt Braunschweig: Konzerthaus mit Musikschule und Drittem Ort sowie im Verbund mit der Stadthalle

Konzerthaus: 1.000/1200 Plätze. 5-10 größere klassische Konzerte in der Stadthalle.

Wenn das Haus für Musik für einzelne größere klassische Symphonieorchester bzw. Konzertveranstaltungen nicht ausreichen sollte, können diese (wenigen) Konzerte (meist von Drittanbietern) in der Stadthalle als weiterem Standort für die Musikstadt Braunschweig stattfinden.

Der Verbund mit der Stadthalle Braunschweig Betriebsgesellschaft mbH führt auch zu wesentlichen Synergien für das Betreibermodell (s. dazu IV.).

II. SZENARIEN: Empfehlung KULTUREXPERTEN zum Einbau einer Orgel

Das Konzerthaus benötigt letztlich **keine fest eingebaute große Orgel**, da Orgelkonzerte in Konzertsälen eher eine Ausnahme darstellen und für das Profil des Konzerthauses in Braunschweig nicht erforderlich sind.

Bei Orchesterkonzerten wird nur in sehr wenigen Fällen (z.B. Alpensymphonie von R. Strauss) eine Orgel benötigt, so dass es nicht erforderlich ist auf Dauer eine Orgel vorzuhalten.

Für allfällige Aufführungen mit kleinerer Orgel, insbesondere Barockmusik, die sehr gut für den Saal dieser Größe geeignet ist, reicht die **Anschaffung einer Truhenergel**.

II. SZENARIEN: Empfehlung KULTUREXPERTEN zur Saalgröße

Bei einem Wegfall des bisher geplanten Orgelbaus liegt **folgende Prüfoption auf der Hand:**

Da es viele Stimmen gibt, die dafür plädieren, eine Größe von mehr als 1.000 Plätzen zu generieren, um wirtschaftlich arbeiten zu können, könnte - trotz der Vorgabe aus dem Grundsatzbeschluss des Rates (1.000 Plätze) - geprüft werden, wieviel eine Erhöhung der Platzkapazität auf 1.200 Plätze an höheren Baukosten verursacht, auch mit Blick auf den Wegfall des Raums für die Orgel und die Investitionssumme für eine Konzertsaalorgel (ca. 3 Mio. €).

So könnte eine valide Entscheidungsgrundlage für die Abwägung eines weiteren **Szenarios geschaffen werden: Vergleich einer Kapazität von 1.000 Plätzen mit einer Kapazität von 1.200 Plätzen.**

Die Empfehlung von KULTUREXPERTEN lautet, die Platzkapazität auf 1.200 Plätze zu erhöhen.

II. SZENARIEN: Szenario –Alternative Empfehlung KULTUREXPERTEN

Für den Vergleich einer Kapazität von 1.000 Plätzen mit einer Kapazität von 1.200 Plätzen sollte auch der spätere Betrieb / die möglichen Einnahmen in die Betrachtung einbezogen werden.

Es ist zu klären, welche Mehrausgaben die höhere Platzzahl verursacht. **Den zusätzlichen Investitionskosten**, die möglicherweise nur einen sehr geringen Anteil an den Gesamtkosten ausmachen, zumal auf den Einbau einer Orgel verzichtet werden kann, sollten sodann die **Mehreinnahmen gegenübergestellt werden, die durch eine höhere Platzkapazität sowohl bei den Eigenveranstaltungen als auch bei den Vermietungen langfristig generiert werden können.**

Die Einnahmen pro Konzert können in jedem Fall deutlich erhöht werden. Zudem wäre diese Platzkapazität nach den Experteninterviews für die Vermietung wesentlich attraktiver.

Bei 200 Plätzen mehr ergibt sich folgende überschlägige Rechnung:

200 Karten x 35 € = 7.000 € Mehreinnahmen pro Konzert mit 1.200 statt 1.000 Plätzen.
Dies legt nahe, dass sich die (geringfügig) höhere Investition alsbald rentieren könnte.

III. PROFIL DES Haus FÜR MUSIK

III. Profil des Haus für Musik

1. Charakter der Betriebsführung
2. Programmatik und Profilierung
3. Profilierung durch Zyklen und ein Festival
4. Belegungstage
5. Zusammenwirken mit der Musikschule
6. Musikvermittlung
7. Diverse Zielgruppen
8. Synergien Dritter Ort

III.1. Charakter der Betriebsführung

- A Intendanzmodell
- B Vermietungsmodell
- C Kombinationsmodell
 - (bei actori: Kooperationsmodell)



III.1c Kombinationsmodell

Die Künstlerische Direktion (KD) ist zuständig für die Profilierung und mithin das Gesamtprogramm. Das Staatsorchester wird sich mit der Orchesterleitung, dem Generalmusikdirektor und Orchestermanagement, mit der Künstlerischen Direktion abstimmen, um Doubletten im Gesamtprogramm zu vermeiden, da die künstlerische Programmgestaltung der 10 Symphoniekonzerte des Staatsorchesters in der Hand des Staatstheaters verbleibt.

Die Künstlerische Direktion kuratiert auch die Angebote, die sich durch Vermietung ergeben, und fügt das Ganze (Eigenveranstaltungen und Auswahl aus Vermietung) zu einem „Gesamtkunstwerk“ zusammen.

III.2 Programmatik und Profilierung

Das Profil strahlt nach innen und außen: In die Stadtgesellschaft und in die Region. Die Programmierung mit Konzerten, zu generierenden Zyklen und einem neuen Festival setzt die örtlichen Ensembles (v.a. Staatsorchester.....) ins Licht:

- Aufgrund der besonderen **Qualität des Ortes** (Akustik, Foyer, Aufenthaltsqualität, Park) und der besonderen Formen der Begegnung/Musikvermittlung (Dritter Ort, Gastfreundschaft, Gastronomie, Willkommenskultur, Offenheit der Kommunikation)
- Aufgrund des **programmatischen Wechselspiels** mit den eingeladenen Ensembles/Solisten, etwa durch Zyklen/Reihen sowie einem neuartigen Festivalformat, in denen örtliche Ensembles und Gastorchester/Solisten etc. zusammenwirken.
- Profil und Programmatik entfalten ihre Wirkung auch für die **Vermietung / die Auswahl der Partner**.

So entsteht das „Gesamtprogramm“. Dazu bedarf es einer Intendanz/Künstlerischen Direktion.

III.2 Das „Braunschweiger Profil“

Für die Profilierung im Sinne der zuvor entwickelten Programmatik gibt es ein reichhaltiges örtliches Potenzial, vor allem mit dem Staatsorchester, das zu den Ankernutzern zählt. Das besondere des „Braunschweiger Profils“ ist indes, dass der neue Ort in einer ganz besonderen räumlichen und inhaltlichen Kombination mit der Musikschule und dem Dritten Ort steht.

Dies ist in der Konzerthauslandschaft Deutschlands einzigartig.

Die Intendanz/Künstlerische Direktion wird sich daher vor allem auch um die Verknüpfung mit der (Musik-)Vermittlung des Staatstheaters für das Staatsorchester, die Generierung von Musikzyklen und einem Festival als wesentlichen Elementen der „Wiedererkennbarkeit“ und „Markenbildung“ sowie um das Zusammenspiel mit der Musikschule kümmern, sind doch die Schüler*innen und deren Eltern „geborene Besucher“ der Konzerte.

III.2 Das „Braunschweiger Profil“

Die Intendanz/Künstlerische Direktion wird im **Zusammenspiel mit den kontinuierlichen Partnern in der Vermietung** die „Markenbildung“ vorantreiben und auch auf das Zusammenspiel mit der Musikschule setzen.

Eine Verdichtung der Profilierung und der Programmatik kann durch ein auf Zeit und Ort konzentriertes Festival generiert werden.

Für die Vermietung gibt es bereits die **bewährten Partner**, die sich in das „Gesamtprogramm“ einbringen wollen, insbesondere die „Konzertdirektion Goette/Schmidt“ („Meisterkonzerte“, s. Benchmark) und die ortsansässige Agentur „undercover“ sowie zahlreiche weitere Partner in der örtlichen Musikszene, wie im actori-Gutachten ausgeführt.

III. 3. Profilierung durch Zyklen und ein Festival

III. 3. Profilierung durch Zyklen und ein Festival

Ansprache von jungen Menschen: Zyklen

Das „Braunschweiger Profil“ lebt davon, dass der neue Ort in einer ganz besonderen räumlichen und inhaltlichen Kombination mit der Musikschule und dem Dritten Ort steht.

Daher liegt es nahe, für ein junges Publikum Zyklen zu generieren.

Festival

Das Festival führt das Haus der Musik einmal jährlich verdichtet zum Strahlen.

Ein Festival, das sich in der thematisch/programmatisch noch zu definierenden Aus-richtung aus der Umsetzung der Vision (Musikvermittlung/Öffnung/Begegnung) ab-leitet, bringt das Profil zeitlich und ressourcenmäßig konzentriert auf den Punkt.

Dazu werden im Folgenden vier Beispiele für Zyklen und zwei für ein Festival skizziert:

II.3. Profilierung durch Zyklen und ein Festival

„Abonnementreihen“ und allgemeine Zyklen

Folgende Beispiele können für „Abonnementreihen“ und allgemeine Zyklen benannt werden, die sich auch anderenorts bewährt haben:

- Große Orchester
- Artist in Residence
- „Junge Wilde“
- Preisträger von Musikwettbewerben
- Cross Over
- Weltmusik
- Jazz
- Familienkonzerte

III.3. Profilierung durch Zyklen

Als ein wesentlicher Baustein der Profilierung innerhalb der 96 Tage mit Eigenveranstaltungen des neuen Konzerthauses samt Musikschule und Drittem Ort (so das actori-Gutachten), können von der Künstlerischen Direktion **wiederkehrende Zyklen** geplant und umgesetzt werden. Dies hat sich auch in den unter B. in der Benchmark-Analyse benannten „Konzerthäusern mit Profil“ bewährt.

Die Möglichkeiten sind vielfältig und sind insbesondere auch für die Zielgruppenansprache und die Konfektionierung von Abonnements sehr gut geeignet.

Beispiele: Zyklen

Zyklus A „WIR MANAGEN DAS KONZERTHAUS“	Zyklus B „SAMSTAGS UM 11“	Zyklus C „BREAK DANCE UND POP UP“	Zyklus D „AND THE OSCAR GOES TO....“
<p>Mittels eines Wettbewerbs unter den Schulen in Braunschweig wird je eine Schulklasse ermittelt mit dem Auftrag, eine gezielt ausgewählte Veranstaltung unter Anleitung der Künstlerischen Direktion im Konzerthaus zu managen:</p> <p>Von der Planung über die Vermarktung und das Aufstellen des Budgets, von der Bühnenbestuhlung über die Künstlerbetreuung bis hin zum abendlichen Inspizientendienst. Dieses Format kann zwei- bis dreimal in jeder Saison in Zusammenarbeit mit den ausgewählten Schulen stattfinden.</p>	<p>Konzerte für Kinder MIT OHNE Eltern. Neben dem musikalischen Programm und seiner Erzählung, stellt das KH die Kinderbetreuung zur Verfügung. Diese kümmert sich um die Kinder, während die Eltern in Kurzform über das Programm in kompakter Form informiert werden. Anschließend haben die Eltern die Möglichkeit, ihren Einkäufen in der Stadt nachzugehen, während die Kinder das Konzert besuchen.</p> <p>Ein Austausch über das Gehörte am abendlichen, heimischen Esstisch von Eltern und ihren Kindern ist garantiert.</p>	<p>Eine Veranstaltungsreihe für Jugendliche im Konzerthaus in Kooperation mit der Popakademie Baden-Württemberg, Mannheim.</p> <p>a) Die Breakdancer Flying Steps performen Bach's Wohltemperiertes Klavier. Mit Klavier, Cembalo und elektronisch verfremdeten Beats. Mit Headspins, Powermoves und Freezes.</p> <p>b) Die Popakademie Baden-Württemberg gibt einen eintägigen Workshop und performt abends ein vorgegebenes Thema.</p>	<p>Jeweils am Vorabend zur Oskar-Verleihung Mitte März jeden Jahres gibt das Staatsorchester Braunschweig preisgekrönte Filmmusiken zum Besten, von „Herr der Ringe“ v. Howard Shore, bis zu „Titanic“ von James Horner und „Star Wars“ von John Williams u.v.a.</p> <p>Anschließend findet im gesamten Haus samt Musikschule eine Filmnacht mit Party statt.</p>

Ein neues Konzerthaus könnte den Festivalmarkt im Klassikbereich in Braunschweig wiederbeleben und aufwerten

- In Braunschweig gibt es zahlreiche Festivals verschiedener Kultursparten und Genres.
- Im Bereich der klassischen Musik sind dies das **Soli deo Gloria** und das **BraunschweigBAROCK**.
- Bis 2011 gab es das **Classix-Festival**, welches das **größte Festival** für klassische Musik in **Niedersachsen** war und 23 Jahre existierte.
- In den Interviews wurden **Gründe** für den **Wegfall** des Festivals identifiziert:

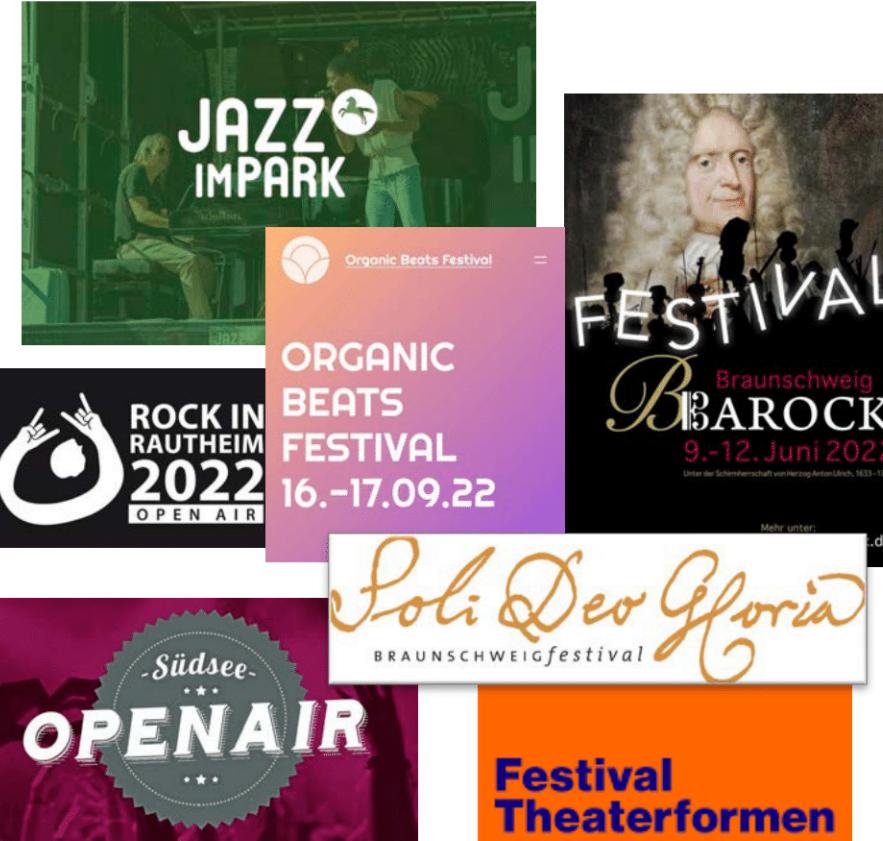
„Die Nachfrage war da, aber es wurde nicht wirtschaftlich gearbeitet...“

„Es fehlten passende Räumlichkeiten, die auch nicht zu groß sind.“

- Mit dem Wegfall des Classix-Festivals ist eine **Lücke** entstanden, die nicht gänzlich geschlossen wurde durch das aktuelle Angebot.
- Ein Konzerthaus mit passenden Räumlichkeiten könnte das **Festivalangebot steigern**.

Quelle: Webseiten der Festivals, Interviews.

Festivalveranstaltende in Braunschweig (Auswahl)



III.3 Profilierung durch ein Festival

Ein Festival, das sich in der thematisch / programmatisch noch zu definierenden Ausrichtung aus der Umsetzung der Vision (Musikvermittlung/Öffnung/Begegnung) ableitet, bringt das Profil zeitlich und ressourcenmäßig konzentriert auf den Punkt:

Das Festival führt das Haus der Musik einmal jährlich verdichtet zum Strahlen.

III.3 Profilierung durch ein Festival

Beispiel

aktuelle gesellschaftliche
Veränderungen im Spiegel
moderner musikalischer
Darstellung

Festival „Hier und jetzt“

Ein Ein-Wochen-Festival mit 24 Veranstaltungen, das abhebt auf die aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen im Spiegel moderner musikalischer Darstellung: von Bachs „Kunst der Fuge“ für 4 Saxophone über neue Formen der elektronischen Musik, experimentellen Pop hin zu bekannten Songwritern aus anderen Kulturen (z.B. Fatoumata Diawara).

Dabei sollten die freie Szene wie auch die Musikschule ihren mit 3 bis 4 eigenen auf die Thematik abgestimmten Teil beitragen. Der Abschluss am Sonntagabend sollte dann die Chöre Braunschweigs mit dem Staatsorchester zusammenführen. Es bildet eine eindrucksvolle Schlussklammer der verschiedensten Epochen und unterschiedlichsten Musikarten im heutigen modernen Veranstaltungskalender.

III.3 Profilierung durch ein Festival

Festival „Barock Pur“

Ein Barockfestival der Spitzenklasse von der Musik der Renaissance bis zum Barock:

Das Barockensemble des Staatsorchesters Braunschweig eröffnet mit einer halbszenischen Aufführung einer klein besetzten Händeloper, gefolgt vom Freiburger Barockorchester, den Solokonzerten von Avi Avital, dem weltberühmten Countertenor Philippe Jaroussky , dem Barockcembalisten Christian Bezuidenhout, dem verrückten Poporganisten Cameron Carpenter, dem Rias-Kammerchor. Dies alles in enger Zusammenarbeit mit den Reihen und Ensembles des NDR /Radiophilharmonie/Chor Hannover. Der NDR unterstützt dies mit Live-Übertragungen und Sendemitschnitten aktiv.

*Beispiel
halbszenischen
Aufführungen: von der
Renaissance bis
zum Barock*

III.4 Belegungstage

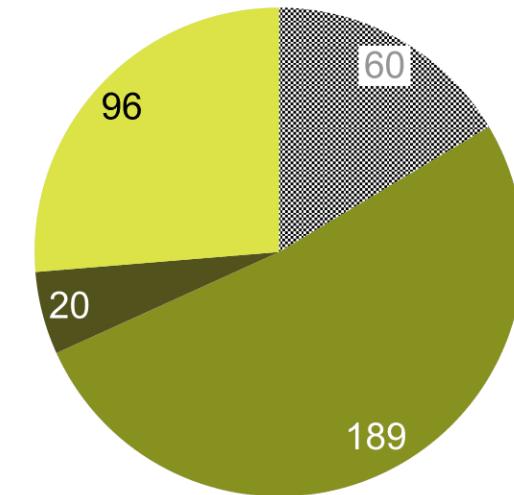
Belegtage pro Jahr durch Fremdveranstaltende

Wie die actori-Analyse hierzu aufzeigt, gibt es für Eigenveranstaltungen des Konzerthauses sehr gutes Potential hinsichtlich der noch freien Belegungstage (96 Tage).

Dieses Potential ist nach den Erfahrungen von KULTUREXPERTEN ausreichend, um dem neuen Haus ein eigenes starkes Profil zu geben.

Dies erfordert aber zwingend eine künstlerische Persönlichkeit (Direktor /Geschäftsführer/Intendant), die in der Lage ist, den „Markt“ wie auch die Struktur der Zivilgesellschaft Braunschweigs genauestens zu kennen und daraus die richtigen Konzepte abzuleiten und zu entwickeln.

Selbstverständlich ist für die Umsetzung dessen ein entsprechendes Budget im Haushalt der Stadt notwendig.



- Pausen/ Schließung¹⁾
- Fremdveranstaltungen
- Probe- und Auf-/Abbau-Tage¹⁾
- Verfügbar²⁾

1) Annahme actori; 2) Dies sind nicht zwingend ideal vermarktbare Tage.

III.4 Belegungstage

KULTUREXPERTEN gibt dazu folgende Empfehlungen:

- Das Angebot aus dem Bereich Klassik ist ausbaufähig, somit zu erhöhen. Qualität und Strahlkraft des neuen Hauses weit in die Region hinaus werden gesteigert. (auch Beispiel “Profilierung durch Festival”)
- Bei der Anzahl der Fremdveranstaltungen ist dafür Sorge zu tragen, dass die freie Szene wie auch der Laienszene im neuen Haus genügend Kapazität erhält.
- Für Laien- u. freie Szene sind der Dritte Ort, der Saal der Musikschule, vor allem aber auch das Foyer ideale Auftrittsmöglichkeiten und erhöhen die Besuche entsprechend.

III.5 Zusammenwirken mit der Musikschule

Besondere Optionen ergeben sich daraus, dass das Konzerthaus in räumlicher Verbindung zur Musikschule steht. Für das Zusammenwirken gibt es zahlreiche Optionen, z.B.:

- Besondere Konzerte der Musikschule im großen Saal
- Einführungsveranstaltungen für die Programme des Konzerthauses für Schüler- und Elternschaft der Musikschule
- Tage der offenen Tür / Vorstellung des Musikschulangebotes im ganzen Haus
- Zusammenarbeit im Bereich Musikvermittlung

III.6 Musikvermittlung

Das Haus für Musik zeichnet sich durch eine Kombination von Musikschule und Drittem Ort mit einem Konzerthaus aus. Die derzeitigen Planungen beziehen sich vor allem auf die Räume für die Musikschularbeit, den Dritten Ort und das Konzerthaus.

Im weiteren Verlauf des Projektes sollte unbedingt noch geklärt werden, wie und wo Musikvermittlung stattfindet.

Darunter sind folgende Formate zu verstehen:

- Konzerte für Kinder nur oder auch in den Räumen der Musikschule
- Einführungsveranstaltungen in Wort und Ton im Foyer oder anderen Sälen
- Räume für spontane musikalische Begegnungen / Sessions im Dritten Ort

III.6 Musikvermittlung

Beispiel
aus den Stadtteilen

BachBewegt! (Tanz): Internationale Bachakademie Stuttgart

Ein Bachorchester auf der Basis der historischen Aufführungspraxis mit Stammsitz im örtlichen Konzerthaus betreibt eine Ausschreibung über das örtliche Schulamt an alle Sonder- u. Grundschulen, in dem der Migrationsanteil besonders hoch ist. Die Akteure werden eingeladen, sich im Zeitraum von 6 Monaten durch die Arbeit mit einer professionellen Choreographin und ehemaligen Balletttänzerinnen (und Team) dem Bach'schen Weihnachtsoratorium der Kantaten 1-3 spielerisch getanzt zu nähern. Das gilt für alle Arien, Rezitative und Turbachöre.

Am Ende steht eine 3malige Aufführung in der Weihnachtswoche im örtlichen Konzerthaus mit den professionellen Sängern des Chores , den professionellen Musikern des Bachorchesters und den 4 Solisten. Der große Saal ist 3mal bis auf den letzten Platz gefüllt mit den Eltern, Großeltern, Onkeln, Neffen, Nichten.... der jungen Tänzerinnen und Tänzern aus den o.g. verschiedenen Schulen. Dieses Publikum setzte sich aus gezählten 14 Nationen zusammen.

III.7 Diverse Zielgruppen

Expertenaussagen: Reaktion auf eine diverse Gesellschaft

„Durch das Einbeziehen des ‚Machens‘.“

- Moritz Puschke, Intendant, Internationale Orgelwochen Nürnberg -

„Mit den Themenschwerpunkten: Klima, Gendergerechtigkeit, Partizipation arbeiten. Weibliche Elemente werden zunehmend wichtiger.“

- Brigitte Russ-Scherer, Vorstandsvorsitzende, Podium Festivals Esslingen -

„Die Vielfalt der Stadtgesellschaft durch Angebote von Begegnung und Austausch abbilden. Die Räume müssen hierfür flexibel sein (Stichwort: Bestuhlung).“

- Steven Walter, Intendant, Beethovenfest Bonn -

„Ein Angebot muss oft doppelt bzw. in Variation dargeboten werden, z.B. 2 Konzerte + 1 Vermittlungskonzert“

III.7 Diverse Zielgruppen

Als zentrale FAKTOREN DES GELINGENS für Projekte zur Erreichung von Zielgruppen mit Migrationshintergrund wurden genannt:

Partizipation und Interaktion

Angebot geprägt durch kooperative Zusammenarbeit

Sichtbarkeit vor Ort UND in den Stadtteilen

Angebot geprägt durch ergebnisoffenes Arbeiten

Hinzu kommen die strukturellen Faktoren: ZEIT und PERSONAL.

Die Faktoren können sicherstellen, dass die jeweiligen Akteure
Zugehörigkeit i.S.v. Teilhabe, Sicherheit, auch i.S.v. Selbstsicherheit sowie
Selbstbestimmtheit und hierdurch Identifikation, auch i.S.v. Ownership,
mit Projekten und dem Ort erlangen.

III.7 Diverse Zielgruppen

ANSÄTZE UMSETZEN.....

- Partizipation
- Interaktion
- Sichtbarkeit
- Multiplikatoren

III.7 Diverse Zielgruppen

Partizipation

Partizipation gelingt besonders gut, wenn auf eine **kooperative Zusammenarbeit** gesetzt wird. Durch das gemeinsame Entwickeln eines Projekts können sich die Beteiligten das Vorhaben zu eigen machen (Stichwort: Ownership). Teilhabe ist geglückt, wenn sich alle Akteure mit dem Projekt identifizieren. Indem **eigene Erzählungen, Erinnerungen oder Zukunftsentwürfe** seitens der Zielgruppe in das Vorhaben einfließen, wird die **Identifikationsbereitschaft positiv befördert**.

Geschichte(n)

Das Element „Geschichte(n)“ (Erzählungen, Erinnerungen, Zukunftsentwürfe) kann als formgebender Inhalt genutzt werden und die Brücke zwischen der Zielgruppe und Institution schlagen, indem **Migrationsgeschichte als Erfahrung geteilt und zugleich als eine Geschichte in Deutschland begriffen wird**. Hierdurch entsteht die Möglichkeit für [Braunschweig], die eigene Historie kultureller Vielfalt zu vermitteln.

III.7 Diverse Zielgruppen

Interaktion

Partizipation im besten Sinne impliziert bereits den Faktor Interaktion.

Diese gelingt einerseits, wenn sie geübt werden kann. D.h. es sollte ausreichend Zeit vorhanden sein, um sich im Handeln auf **gewachsenes Vertrauen** zu stützen. (**Faktor Zeit**)

Die gemeinsame Projekt- und/oder Stoffentwicklung schafft die Möglichkeit, **gleichberechtigt** zu agieren, indem alle, also auch die Projektleitung voneinander lernen können. (**Faktor Balance**)

III.7 Diverse Zielgruppen

Formatentwicklung: Partizipation und Interaktion

Es sollten Impulse geschaffen werden, die Akteure unterschiedlicher kultureller Kontexte zusammenbringen und ihnen eine gleichberechtigte Zusammenarbeit ermöglichen.

Hierbei und hierzu muss ausreichend Zeit zur Verfügung stehen, denn nur langfristig kann das hierfür erforderliche Vertrauen entstehen.

Mitgedacht werden sollte auch immer die Option, den digitalen Raum zu nutzen, beispielsweise mit online-Foren für Musik oder einem Blog.

III.7 Diverse Zielgruppen

Strukturelle Faktoren

Aus den „Faktoren des Gelingens“ leiten sich verschiedene Bedingungen ab, die strukturell erfüllt sein sollten:

Zeit

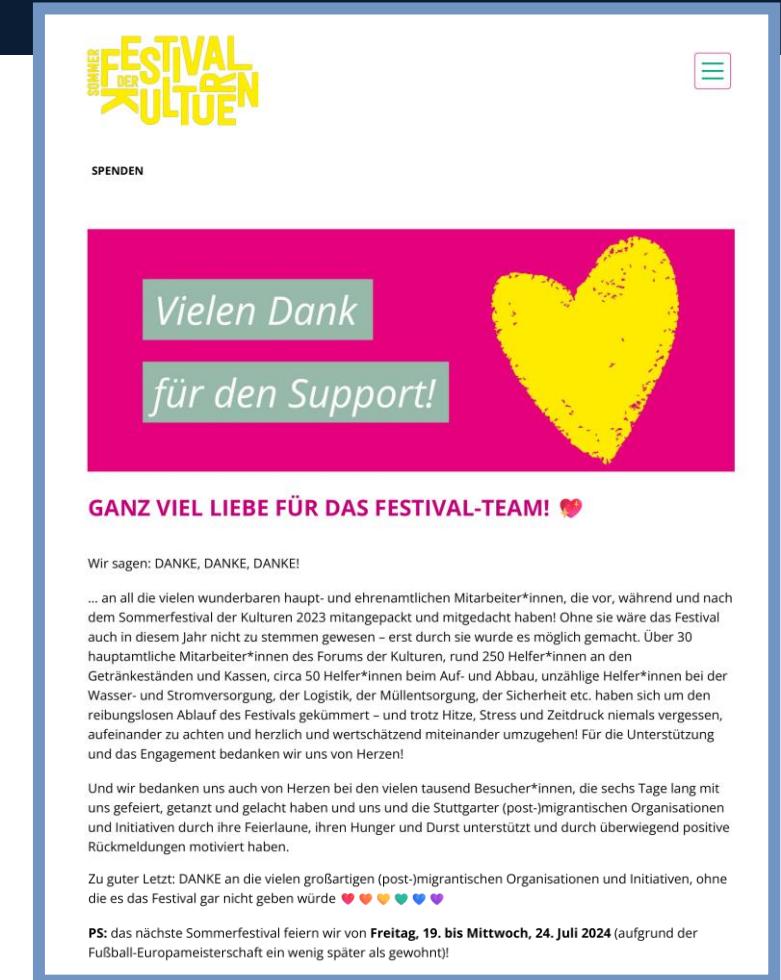
Um nachhaltig Wirkung entfalten zu können, bedarf des einerseits Zeit, um im Zuge der partizipativen, interaktiven und kooperativen Arbeit, Vertrauen und Verstehen wachsen zu lassen. Andererseits bedarf es auch Zeit im Sinne von Kontinuität: Die Projektarbeit sollte als feste Größe im Veranstaltungsprogramm verankert sein und auch von wiederkehrenden Ereignissen (Beispiel: Stadtteil-Oper) geprägt werden. Hierdurch wachsen Sichtbarkeit und Akzeptanz.

III.7 Diverse Zielgruppen

Personal

Auch um den Faktor Zeit absichern zu können, bedarf es Personal, denn ehrenamtliches Engagement kann auf Dauer nicht die Strukturen sichern, die die positiven Effekte ermöglichen.

Ein gelungenes Beispiel für gesellschaftsbildende Kulturarbeit ist hierbei das „Forum der Kulturen“ in Stuttgart, Dachverband der Migrantenkulturvereine und interkulturellen Einrichtungen.



The screenshot shows a webpage from the Sommerfestival der Kulturen. At the top left is the festival logo "SOMMERFESTIVAL DER KULTUREN". Below it is a "SPENDEN" button. The main content area has a pink background. On the left, there are two teal-colored boxes containing the text "Vielen Dank" and "für den Support!". To the right is a large yellow hand-drawn style heart. Below this section is the text "GANZ VIEL LIEBE FÜR DAS FESTIVAL-TEAM! ❤️". Further down, there is a block of text expressing gratitude to volunteers and helpers, followed by another block of text about the appreciation of visitors. At the bottom, there is a note about the next festival date.

SOMMERFESTIVAL DER KULTUREN

SPENDEN

Vielen Dank
für den Support!

GANZ VIEL LIEBE FÜR DAS FESTIVAL-TEAM! ❤️

Wir sagen: DANKE, DANKE, DANKE!

... an all die vielen wunderbaren haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen, die vor, während und nach dem Sommerfestival der Kulturen 2023 mitangepackt und mitgedacht haben! Ohne sie wäre das Festival auch in diesem Jahr nicht zu stemmen gewesen - erst durch sie wurde es möglich gemacht. Über 30 hauptamtliche Mitarbeiter*innen des Forums der Kulturen, rund 250 Helfer*innen an den Getränkeständen und Kassen, circa 50 Helfer*innen beim Auf- und Abbau, unzählige Helfer*innen bei der Wasser- und Stromversorgung, der Logistik, der Müllentsorgung, der Sicherheit etc. haben sich um den reibungslosen Ablauf des Festivals gekümmert - und trotz Hitze, Stress und Zeitdruck niemals vergessen, aufeinander zu achten und herzlich und wertschätzend miteinander umzugehen! Für die Unterstützung und das Engagement bedanken wir uns von Herzen!

Und wir bedanken uns auch von Herzen bei den vielen tausend Besucher*innen, die sechs Tage lang mit uns gefeiert, getanzt und gelacht haben und uns und die Stuttgarter (post-)migrantischen Organisationen und Initiativen durch ihre Feierlaune, ihren Hunger und Durst unterstützt und durch überwiegend positive Rückmeldungen motiviert haben.

Zu guter Letzt: DANKE an die vielen großartigen (post-)migrantischen Organisationen und Initiativen, ohne die es das Festival gar nicht geben würde ❤️❤️❤️❤️

PS: das nächste Sommerfestival feiern wir von **Freitag, 19. bis Mittwoch, 24. Juli 2024** (aufgrund der Fußball-Europameisterschaft ein wenig später als gewohnt!).

Analyse zu Formaten und Zielgruppen für das künstlerische Konzept des Konzerthauses



Basis der Analyse

Für das Veranstaltungskonzept sind die Programme und Hinweise der Verantwortlichen von zukunftsorientierten, sich der Breite der Gesellschaft öffnenden Konzerthäusern, Ensembles und Festivals ausgewertet worden.

Auf dieser Basis werden Formatbeispiele exemplarisch erläutert, die in Format und Inhalt auf die diversen Zielgruppen ausgerichtet sind.

Die Künstlerische Direktion wird die Programmierung und Zielsetzung unter Berücksichtigung der künftig relevanten Entwicklungen in Musik, Kultur und Gesellschaft ausrichten. Grundidee ist, ein Angebot des Konzerthauses für die gesamte Stadtgesellschaft zu generieren.

Abkürzungsverzeichnis und Erläuterungen

- FLINTA* – Frauen, Lesben, intersexuelle, nicht-binäre, trans- und agender-Personen
- HBK – Hochschule für Bildende Künste Braunschweig
- JSO – Jugend-Sinfonie-Orchester Braunschweig
- KI – Künstliche Intelligenz
- MV – Musikpädagogische Vermittlung
- Outreach – verschiedene Maßnahmen, die Organisationen ergreifen, um aktiv mit ihren Angeboten Menschen zu erreichen, die bisher aus verschiedenen Gründen nicht daran teilhaben können.
- KD – Künstlerische Direktion
- POC – People of Colour

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Familien	Familienkonzerte mit (kleiner) Orchesterbesetzung und inszenierten sowie gelesenen Elementen	KD, MV und Outreach (z.B. Mitglieder des Elternbeirats der Musikschule und des JSO)	Zur unterhaltsamen Heranführung von Kindern, aber auch Familien, die ansonsten Konzertangebote nicht wahrnehmen; im Staatstheater als Formate bereits vorhanden, ausbaufähig als fester Bestandteil des Programms in neuen Räumen.
Familien / Kinder	Mitmachkonzerte, z.B. vom Staatsorchester, JSO und weiteren Klangkörpern der Stadtgesellschaft mit vermittelndem Anteil	KD, MV, Vertreter:innen des Staatsorchesters, JSO	Zur unterhaltsamen Heranführung von Kindern, aber auch Familien, die ansonsten Konzertangebote nicht wahrnehmen.
Kitakinder	Baby- und Kleinkindkonzerte	Kitas, MV (Wege der Kommunikation bestehen bereits)	Vormittagskonzerte: max. 30 Minuten, 3x hintereinander für neue Gruppen; im Staatstheater als Formate bereits vorhanden, ausbaufähig als fester Bestandteil des Programms in neuen Räumen.
Schulklassen	Konzerte mit vermittelndem Anteil, vorbereitende Workshops	KD in Abstimmung mit Vertreter:innen des Stadtschülerrats und Musikpädagog:innen, Jugendparlament	Kinder und Jugendliche über die ganze Breite der Gesellschaft mit musikalischer und kultureller Bildung sowie bestenfalls eine Verkopplung von Lehrinhalten und Vorstellungen von Kindern und Jugendlichen erreichen.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Schulklassen und musikalischer Nachwuchs	Probenbesuche des Staatsorchesters	offen	Kinder und Jugendliche über die ganze Breite der Gesellschaft mit musikalischer und kultureller Bildung erreichen und exklusive Einblicke gewähren; Dialog zwischen Nachwuchs und Orchester ermöglichen.
Grundschulklassen	1 Tag – 1.000 Töne	Musikschule und Staatsorchester	Projekt läuft schon, kann ausgeweitet werden; Nachfrage ist sehr hoch.
Klassen Sek. I	1 Tag – 1.000 Töne	Musikschule und Staatsorchester	Ausbau initiieren.
Klassen Sek. II	Kulturtag 1x im Jahr (Workshop, Konzert, Meet & Greet)	Jugendparlament, Stadtschülerrat	
Abiturjahrgänge	Abitur-Konzert mit Party	„Abi-Teams“	Abitur-Konzertfest mit Party als Ergänzung von Abitur-Entlassung und Abitur-Ball. Bei Eintritt in Sek. II (Musikleistungskurs u.a.) unterstützte Vorbereitung des Programms.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Jugendliche	Interaktives Musiktheater für Kleinkinder bis Senior:innen (darunter auch Formate wie Poetry Slam, Lesungen, Clubszene mit Lounge und DJs, ...)	KD in Kooperation mit einem Beirat, der sich aus Vorschlägen der Expert:innen von If a Bird e.V. zusammensetzt.	Bei diesem Format kommt es im Wesentlichen auf die Interaktion zwischen Künstler:innen und Publikum an. Klassik und Pop begegnen sich und werden zielgruppengerecht präsentiert.
Jugendliche	Workshops mit Singer-Songwritern (etablierten Interpret:innen) der deutschsprachigen Populärmusik	Künstlerische Direktion in Kooperation mit einem Beirat, der sich aus Vorschlägen der Expert:innen von If a Bird e.V. zusammensetzt.	Um Jugendlichen die Möglichkeit zu künstlerischen Ausdrucksformen zu geben, werden regelmäßig Singer-Songwriter-Workshops angeboten.
Musikalischer Nachwuchs	Probebesuche mit dialogischen Elementen zwischen Nachwuchs und Orchester; gemeinsames Konzert mit JSO und Staatsorchester (mind. einmal im Jahr, Spielzeitaufpunkt)	Staatsorchester und Musikschule	Potentialförderung und Heranführung von Nachwuchsmusiker:innen, Synergien schaffen und nutzen.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Jugend-Sinfonie-Orchester	Orchesterpatenschaft zwischen JSO und Staatsorchester	Staatsorchester und Musikschule	Kooperationsvertrag besteht bereits, muss „mit Leben gefüllt“ werden.
Frauen/ FLINTA*-Personen/ Queeres Publikum	Begleitkonzert zum Christopher-Street-Day, (CSD) Sommerloch-Festival und-Party mit DJ/ Auflegen, besondere Konzertprogramme und Konzertkompositionen	Extern beauftragte Expert:innen aus den Zielgruppen	Diversität und Repräsentation, um weltoffene, anti-rassistische und anti-queerfeindliche Zeichen zu setzen und Haltung zu zeigen.
People of Color (POC), Menschen mit Migrationshintergrund	Klassik hat ein tradiertes Rassismusproblem. Ein zeitgenössisches Programm muss Diversitätskriterien beachten.	Künstlerische Direktion und Beirat mit Expertise; gezielt eingeladen werden Orchester, die Diversität in ihrer Struktur vorweisen können und leben.	Es geht weniger darum, eine Zielgruppe zu bedienen, als vielmehr auf Diversität im Programm und Mitarbeit zu achten. Beispiele: das Chineke! Orchestra (ist z.B. beim Lucerne Festival aufgetreten), das West-Eastern-Divan Orchester und das „Orquesta de Instrumentos Andinos“ aus Südamerika.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Neurodiverse Publikum, Menschen mit Beeinträchtigungen	Musikalische Workshop und „relaxed performances“ für neurodiverse Personen und Gruppen	KD, MV, Beratung durch Vertreter:innen des Behindertenbeirats und der Stiftung Neuerkerode; Outreach offen	Programme, entwickelt aus Workshops mit Personen (Gruppen) mit Beeinträchtigungen, mit oder ohne Begleitpersonen, zusammen mit Musiker:innen und Pädagog:innen.
Gehörlose und Gehörgeschädigte	Konzerte	KD, MV, Beratung durch Vertreter:innen des Gehörlosenvereins; Outreach offen	Erfahrbar machen von Musik z.B. über Gebärdensprache und den Einsatz von Körperschallwandlung.
Gehörlose, K.I.-Interessierte	z.B. von einer K.I. generierte Gemälde, die Töne in ein Bewegtbild (ähnlich einem Orchester) übersetzen (Bsp. unter https://news.artnet.com/art-world/refik-anadol-unsupervised-moma-2242329)	KD in Zusammenarbeit mit externen Agenturen bzw. Expert:innen	Bsp. sind bisher selten; Idee: bei der Eröffnung einsetzen, alternativ: Nutzung der Leinwand im Konzertraum für Visuals, um Töne aus dem Raum in eine Grafik zu übersetzen (Licht-Klang-Skulpturen).

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
K.I.- und Technik-Interessierte	KI-Workshops unter Beobachtung neuer Kulturtechniken (Bsp. unter https://futurium.de/de/kling-klang-klong)	KD in Zusammenarbeit mit externen Agenturen bzw. Expert:innen	Das Thema K.I. und Musik wird seit einigen Jahren viel diskutiert, s. z.B. unter https://www.goethe.de/prj/k40/de/mus/aim.html .
K.I.- und Technik-Interessierte	z.B. interaktive Roboterkonzerte wie das Pandemic Robot Orchestra der TU Aalen	KD in Zusammenarbeit mit externen Agenturen bzw. Expert:innen	Bsp.: Ein Roboterprojekt, das organisch und spontan mittels K.I. die emotionalen Inputs der Zuschauer:innen und Zuhörer:innen in Musik umwandelt; ein K.I.-Projekt, das zeigt, wie K.I. als kreatives Werkzeug künstlerischem Schaffen neue Genres eröffnet. K.I. ermöglicht nicht nur neue Ausdrucksformen, sondern befähigt auch jene, die sich bisher nicht für kreativ hielten.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Kunstinteressierte	Klangkunstfestival (Bsp. unter https://www.simultan.org/)	KD in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Bildende Künste (HBK)	Den Studiengang Klangkunst gibt es nicht so oft in Deutschland; ein Festival mit internationalem Anspruch ist denkbar.
Menschen mit geringen Einkommen	Extrem günstige Konzertangebote	KD, MV; Outreach ist offen	<p>Ein durch sämtliche Kategorien günstiges Konzertangebot (im Sinne der „Concerts populaires“ des Orchestre Pasdeloup), um Menschen mit geringen Einkommen nicht nur die Möglichkeit einer Teilnahme zu bieten, sondern gleichzeitig auch die Berührungsangst zu nehmen.</p> <p>Verteilung von Sozialkarten über Wohlfahrtsverbände, Vereine wie Kulturwunsch Wolfenbüttel e.V., oder durch Spenden finanzierte Karten.</p>

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Diverses Publikum	Orchester und Chöre, die in ihrer Struktur und Programmatik Diversität abbilden	KD, evtl. in Zusammenarbeit mit Externen	Bsp.: West-Eastern-Divan-Orchestra, Roma und Sinti Philharmoniker, Heim und Flucht Orchester (Theater Freiburg), Morgenland Festival Osnabrück.
Alle	„Braunschweiger Reihe“: Hochrangige Klangkörper aus BS und der Region (z. B. Orchester des Louis Spohr Musikforums, Braunschweiger Akkordeon-Orchester, Konzertchor Braunschweig)	KD oder als Einmietung denkbar	Semi-professionelle Klangkörper aus Braunschweig bekommen eine erstklassige Auftrittsmöglichkeit.
Alle, insbes. Klassikinteressierte	10 Sinfoniekonzerte des Staatsorchesters Braunschweig, Galakonzerte, Chorkonzerte, Meisterkonzerte und Gastorchester, Klassik-Festivals	Staatsorchester, Konzertdirektion Schmidt und Gastorchester	Hochkarätige Orchesterkonzerte sowohl durch das Staatsorchester Braunschweig als auch durch erstklassige Klangkörper aus der ganzen Welt.
Jung und Alt	„Stadtteiloper“	Institutionen, Stadteile	Bsp.: Bremen

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Regionales und überregionales Publikum	Konzerte	KD, Konzertveranstalter mit Gastspielen von Solokünstler:innen und Klangkörpern als Vermietung oder Gastspiel	
(Ohne Priorisierung)	Ein-Tages- oder Wochenendfestivals z.B. für Electronic Music, Folk/ Weltmusik, Modern Jazz, Oldtime-/ Big Band Jazz, spezielle Instrumente; Integration der Clubszene (z.B. LautKlub)	KD unter Einbeziehung künstlerischer Berater:innen	
Interessierte, aber noch nicht konventionelle Besucher:innen	Konzerteinführungen	KD	Einführung in das Programm im Vorfeld eines Konzerts/ Veranstaltung.
Laienmusiker:innen	Bürgerorchester	Staatsorchester in Kooperation mit Laienorchestern	Partizipative Konzertformate.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Alle	<p>ALLE GENRES Konzerte nationaler/ internationaler Künstler:innen etablierter Formationen aller Altersklassen aus dem gesamten Spektrum der Populärmusik (Genreübergreifend)</p> <p>Formate/ Genres, die häufig(er) vertreten sein werden, sind:</p> <p>Pop / Rock Konzerte national / international (Populärmusik aller Altersklassen von etablierten Bandformationen bis Singer/Songwriter)</p> <p>Jazz Konzerte national / international (alle Jazz-Strömungen aller Altersklassen von etablierten Bandformationen bis Solokünstler:innen)</p>	Konzertveranstalter Undercover GmbH.	<p>Hierunter fallen grundsätzlich alle Konzertformate/ Genre, die im Rahmen eines vollbestuhlten Konzertes im neuen Braunschweiger Konzerthaus bei entsprechendem Ambiente vorstellbar sind. Vorstellbar sind hier z. B. auch für Konzert-/ Theaterhäuser konzipierte unplugged-Tourneen etablierter HipHop- oder Soul-Künstler.</p> <p>z. B. Pop/ Rock-Künstler:innen wie Clueso, Philipp Poisel, Lea, Jeremias, Provinz, Annett Louisan, Katie Melua, Tina Dico, Beth Hart oder auch Achim Reichel, Wolfgang Niedecken, Tom Odell, The Lumineers, Bastille, Bombay Bicycle Club, Fury in the Slaughterhouse u. v. m.</p> <p>z. B. Jazz-Künstler:innen wie Gregory Porter, Till Brönner oder Rebekka Bakken u. v. m.</p>

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Alle	(neo-)Klassik Konzerte national/ international (dem Unterhaltungssegment zugeordnete (neo-)Klassik-Formate aller Altersklassen von etablierten Bandformationen bis Solokünstler:innen)	Konzertveranstalter Undercover GmbH	z. B. Pianist:innen wie Ludovico Einaudi oder Nils Frahm, über Multiinstrumentalisten wie Ólafur Arnalds bis zu kammermusikalischen Quartetten wie Salut Salon
Alle	CO-Produktionen Zwischen Undercover GmbH und dem Staatsorchester	Konzertveranstalter Undercover GmbH	z. B. Produktionen ähnlich der Zusammenarbeit bei „Klassik im Park“
Alle	Crossover Formate zwischen Klassik- und Populärmusik	Konzertveranstalter Undercover GmbH	z. B. ähnlich zu Pop meets Classic oder Gastspiele wie „Mikis Takeover! Ensemble“ aber auch eigene genreübergreifende Konzertserien und Newcomer-Förderung
Alle	Sonstige Formate z. B. Lesungen, Live-Podcasts, Newcomer-Förderung u. v. m.	Konzertveranstalter Undercover GmbH	

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Interessierte wie z.B. Fach- und Führungskräfte	moderierte, kurze, leicht zugängliche Konzertformate (z.B. Lunch-, After-Work- und Happy-Hour-Konzerte)	KD in Abstimmung mit Staatsorchester	Konzerte in der Mittagspause und / oder am frühen Abend zur Happy Hour, evtl. in Verbindung mit Essen und Trinken (Foyer-Konzerte); das Konzertangebot sollte sich „flexibel“ einschieben lassen, um auf Zeitmangel zu reagieren.

III.8 Synergien: Dritter Ort/Musikschularbeit

Der Dritte Ort bietet sich für Angebote für diverse Zielgruppen an, insbesondere auch für Einwohner*innen mit Migrationshintergrund.
Denn...

III.8 Synergien: Dritter Ort/Musikschularbeit

... wesentliche Merkmale des Dritten Ortes sind

FORM

- Physikalischer/analoger Ort, der auf Dauer angelegt ist
- Gute Erreichbarkeit
- Niederschwelliger, barrierefreier Zugang (räumlich wie angebotsseitig)
- Geeignete Öffnungszeiten
- Einladende Atmosphäre und Gestaltung
- Technische Grundausstattung
- Nachhaltige und dauerhafte Verantwortungsstruktur für den Betrieb (auch für das Thema Sicherheit)

III.8 Synergien: Dritter Ort/Musikschularbeit

Wesentliche Merkmale des Dritten Ortes sind

INHALT

- Niederschwelliger, barrierefreier Zugang (räumlich wie angebotsseitig)
- Kulturelle Angebote, Vernetzung verschiedener Nutzungen
- Beteiligungsprozess, Austausch zwischen Träger und Nutzer
- Kein Konsumzwang

Diese Merkmale ermöglichen es den diversen Nutzern/Nutzergruppen, das Gefühl von Ownership und Identifikation sowie Zugehörigkeit und Teilhabe dauerhaft zu entwickeln und zu verfestigen: „Dritter Ort ist kein Raum, sondern ein Gefühl.“ (Aat Vos).



Veranstaltungskonzept für ein Konzerthaus in der Stadt Braunschweig

KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH

IV. BETREIBERSTRUKTUR

IV. BETREIBERSTRUKTUR :

Zuständigkeit für Vermietung
Governance
Personalbedarf
Budgetplanung

IV. BETREIBERSTRUKTUR – Ergebnis KW: Rolle der Künstlerischen Direktion

Die Künstlerische Direktion (KD) kuratiert das Gesamtprogramm des Konzerthauses.

Es besteht Konsens darüber, dass

- *die KD nicht nur die Eigenveranstaltungen, sondern auch die Vermietung des Konzerthauses kuratiert (Künstlerisches Gesamtkonzept)*
- *die KD nicht auch die Vermietung der Stadthalle für etwaige Konzerte kuratiert.*

IV. BETREIBERSTRUKTUR – Ergebnis KW: Rolle der Künstlerischen Direktion

Sowohl im Konzerthaus als auch in der Stadthalle sollen auch Termine für Veranstaltungen kommerzieller Anbieter (z.B.: Konzertdirektion Goette/Schmidt und undercover) zur Verfügung stehen. (Stichwort: Vorlaufplanung)

Sofern Mieter dies wünschen oder das Programm es erforderlich macht, kann es demnach auch klassische Konzerte in der Stadthalle geben. Dies kann beispielsweise dann der Fall sein, wenn das Programm Werke der Romantik (z.B. 8. Symphonie von Gustav Mahler) vorsieht.

Anmerkung: Es handelt sich um sehr wenige klassische Konzerte p.a.

IV. BETREIBERSTURKTUR: Governance Regelungen Vermietung

Da das Vermietungsgeschäft in jedem Fall vertragsseitig bei der GF Stadthalle Betriebsgesellschaft mbH liegt, findet folgende Regelung Konsens:

Bei nicht belegten Tagen können auf Vorschlag der KD Vermietungen des Konzertsals im Haus für Musik durch die Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH erfolgen.

*Entscheidung über Vermietung Konzertsaal: Künstlerische Direktion
Vertragsschluss: Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH*

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Governance

Um die Kommunikation zwischen KD Konzerthaus und GF Stadthalle Betriebsgesellschaft mbH im Bereich der Vermietung auch strukturell-organisatorisch sicherzustellen, bestehen folgende Möglichkeiten, die KD Konzerthaus anzusiedeln:

- A KD = Abteilung Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH**
 - a. integriert
 - b. mit eigenem Wirtschaftskreislauf (auch für Vermietung/Konzerte)
- B eigene gGmbH für Konzerthaus-Programm**

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Governance Vorschlag KULTUREXPERTEN

KULTUREXPERTEN schlägt Variante B vor. Hieraus können sich folgende Zuordnungen ergeben:

GmbH: Vermietung Konzerthaus + Stadthalle
 Vermietung durch GF der GmbH

gGmbH: Programmierung durch Künstlerische Direktion

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Governance Personelle Verflechtung GF/KD

Die Aufteilung Stadthallen-GmbH/Konzerthaus gGmbH kann auch steuerrechtlich vorteilhaft sein. Die Abstimmung und Kommunikation zwischen GmbH und gGmbH könnte strukturell über eine personelle Verflechtung auf der Ebene der Geschäftsführung erfolgen:

Künstlerische Direktion = GF gGmbH + 2. GF Stadthallen GmbH

Geschäftsführer Stadthalle= GF Stadthallen GmbH + 2. GF gGmbH

Als Vorbild dient hier das Hamburger Modell: Elbphilharmonie/Laeiszhalle.

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Governance Ergebnis KW: Gründung einer gGmbH

Der Vorschlag, für Konzerthausprogramm und -profilierung eine eigene gGmbH zu gründen, soll weiter geprüft werden.

Sinnvoll erscheint diesbezüglich, dass die jeweilige Geschäftsführung der Konzerthaus gGmbH und der Stadthallen Betriebsgesellschaft mbH verwoben ist.

Die weitere Prüfung und Ausarbeitung dieser am Modell der Elbphilharmonie orientierte Organisationsstruktur sollte bis zu den Ergebnissen des Architektenwettbewerbs erfolgen.

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Personalbedarf

Die Teams sollten bereits während Bauzeit aufgebaut werden, dabei ist von vornherein eine Aufgliederung in das für die Programmatik und Inhalte verantwortliche Team (eigene GmbH?) und das für den Gebäudebetrieb verantwortliche Team (Stadthallen-GmbH?) erfolgen.

Die Künstlerische Direktion sollte schon während der Bauphase tätig werden, auch um die Detailplanung zu begleiten.

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Budgetplanung für den Betrieb

Für die Budgetplanung sind dementsprechend zwei wesentliche Aufgabenfelder zu unterscheiden:

VERANSTALTUNGSBETRIEB bei der gGmbH

GEBÄUDEBETRIEB – bei der Stadthallen Betriebs GmbH

IV. BETREIBERSTRUKTUR: Personalbedarf und Budgets

Folgende Aufgaben lassen sich sodann sukzessive auf das einzustellende Personal verteilen.
Entsprechend können die Budgets den beiden GmbHs zugeordnet werden:

Bei der gGmbH:

- (a) Programm und Produktion sowie
- (b) Vermittlung und Vermarktung und
- (c) Personal für Vermietung des Konzerthauses

Bei der Stadthallen-Betriebs GmbH:

- (a) Vermietung Konzerthaus und Einnahmen aus Vermietung Konzerthaus
- (b) Vorderhauspersonal, Reinigungskräfte etc.
- (c) Facility-Management: Hausmeister etc.
- (d) sog. „Kleine Sanierung“

Zu klären ist die Anbindung des erforderlichen Personals für den Dritten Ort.

Raumkonzept "Haus der Musik in Braunschweig" (Neubau Städtische Musikschule & Konzerthaus)

Stand 20.10.2023, erstellt NW



 Braunschweig
Struktur-Förderung

