

EIN DRITTER ORT FÜR BRAUNSCHWEIG

BRAUNSCHWEIG

DIE STADT

MENSCHEN

includi

IMAGE CREDIT: INCLUDI

GESELLSCHAFT



LA VILLE



LA CITE

includi

IMAGE CREDIT: PEXELS.COM

GHOST TOWN

includi



IMAGE CREDIT: [PIXELS.COM](https://www.pexels.com)

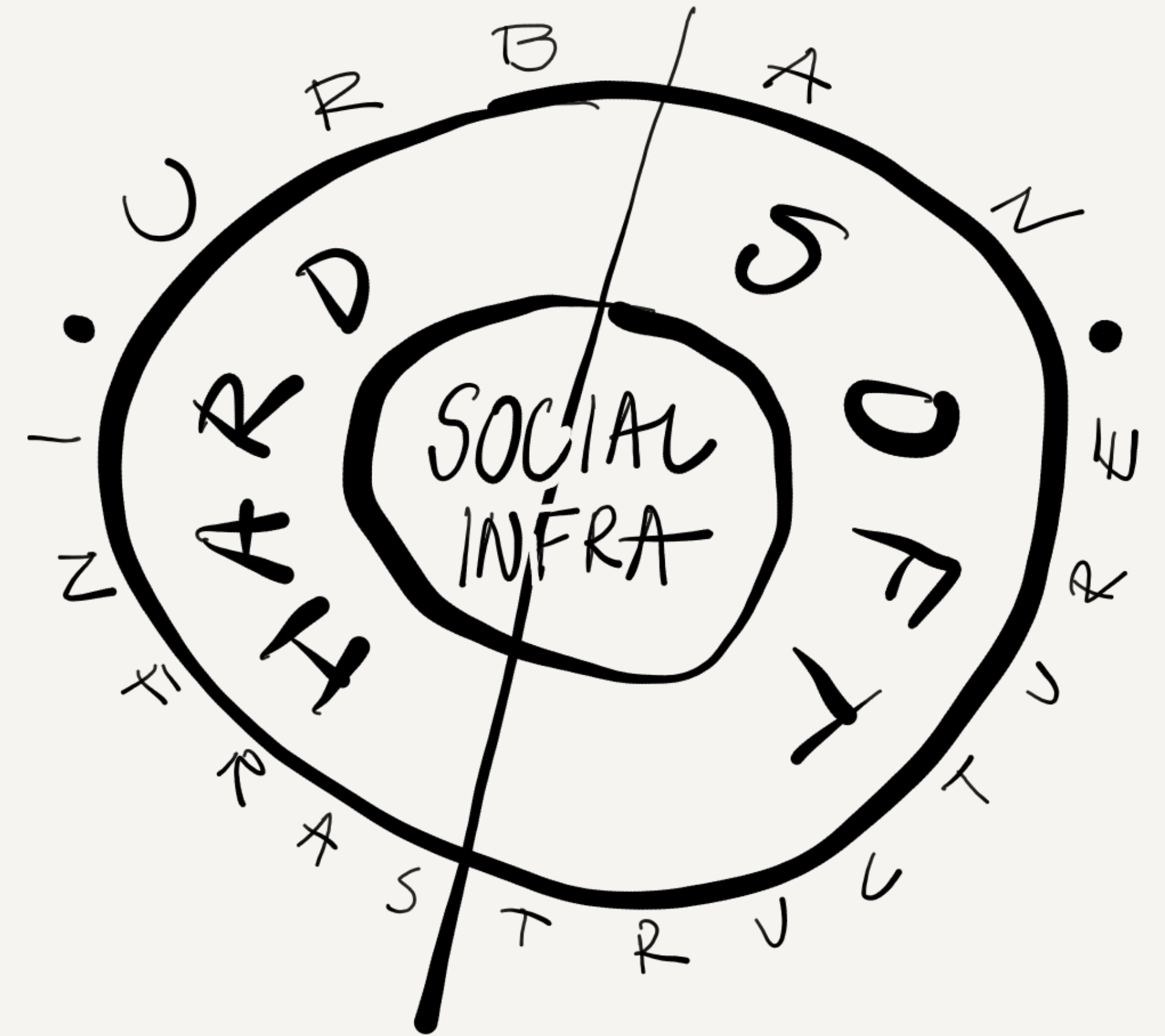
FLÜCHTLINGS LAGER

includi



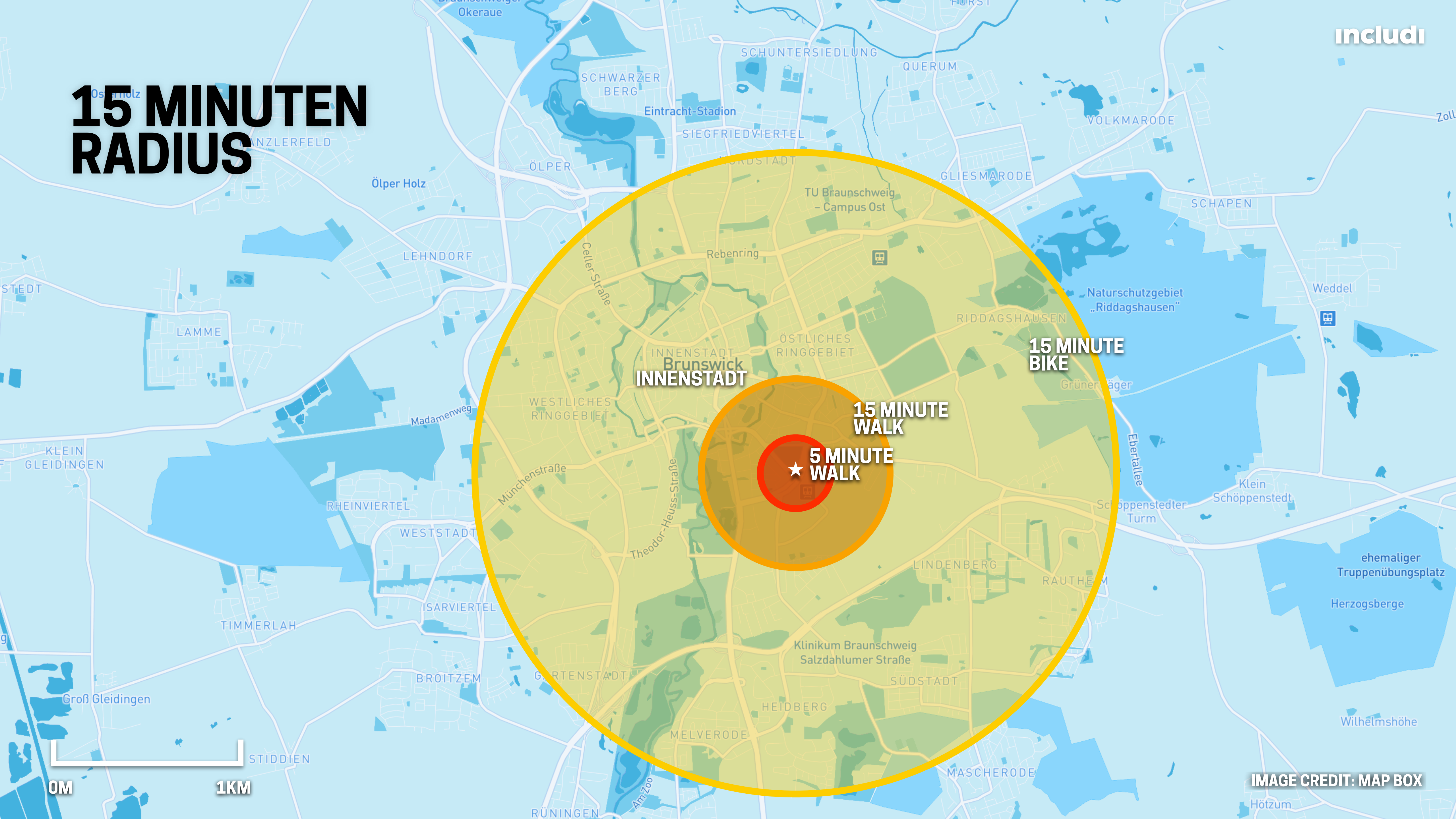
IMAGE CREDIT: [PIXELS.COM](https://www.pexels.com)

SOZIALE INFRA STRUKTUR



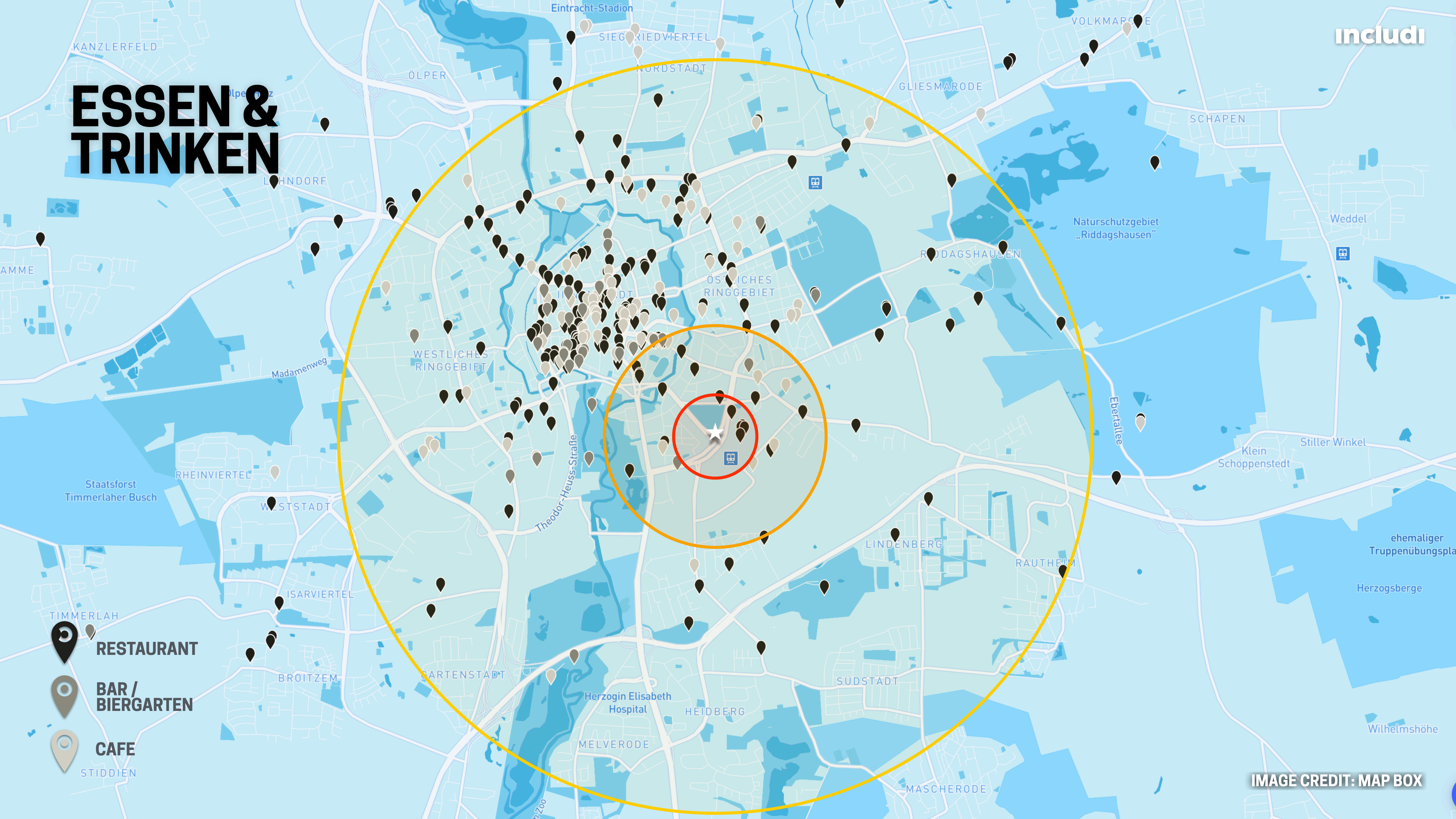
DIE SOZIALE INFRASTRUKTUR VON BRAUNSCHWEIG

15 MINUTEN RADIUS



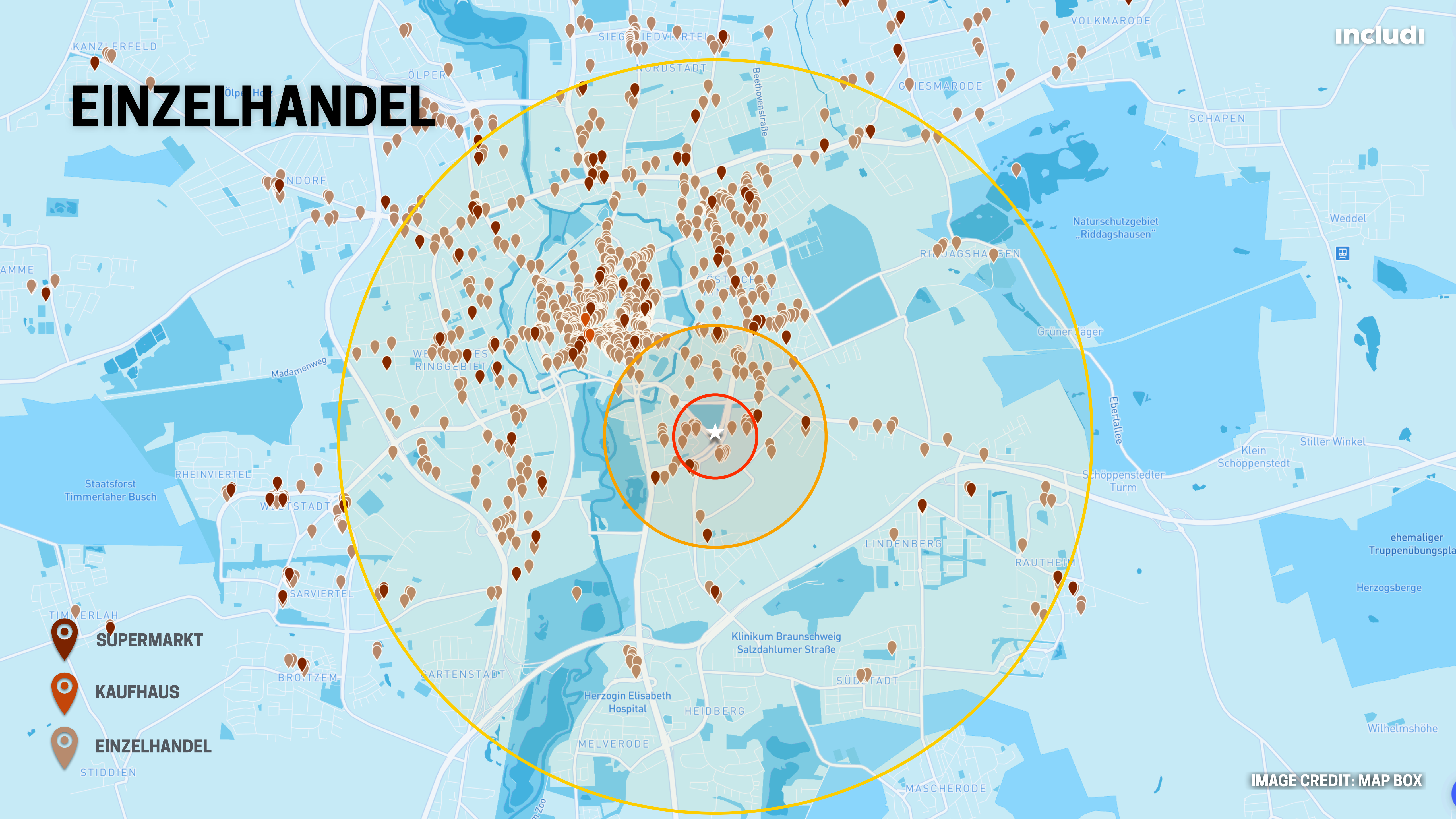
ESSEN & TRINKEN

includi



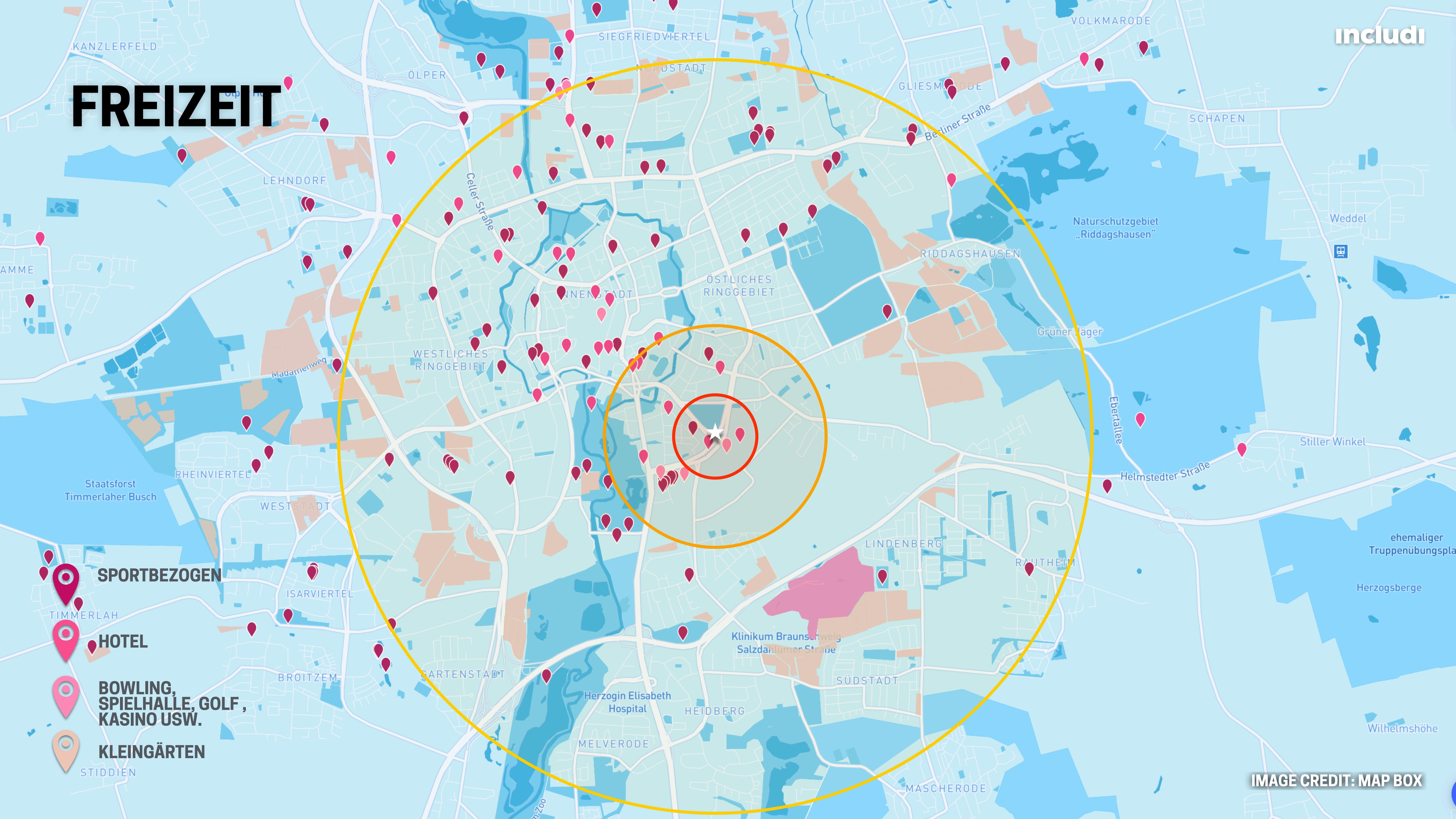
-  **RESTAURANT**
-  **BAR / BIERGARTEN**
-  **CAFE**

EINZELHANDEL



FREIZEIT

includi



SPORTBEZOGEN

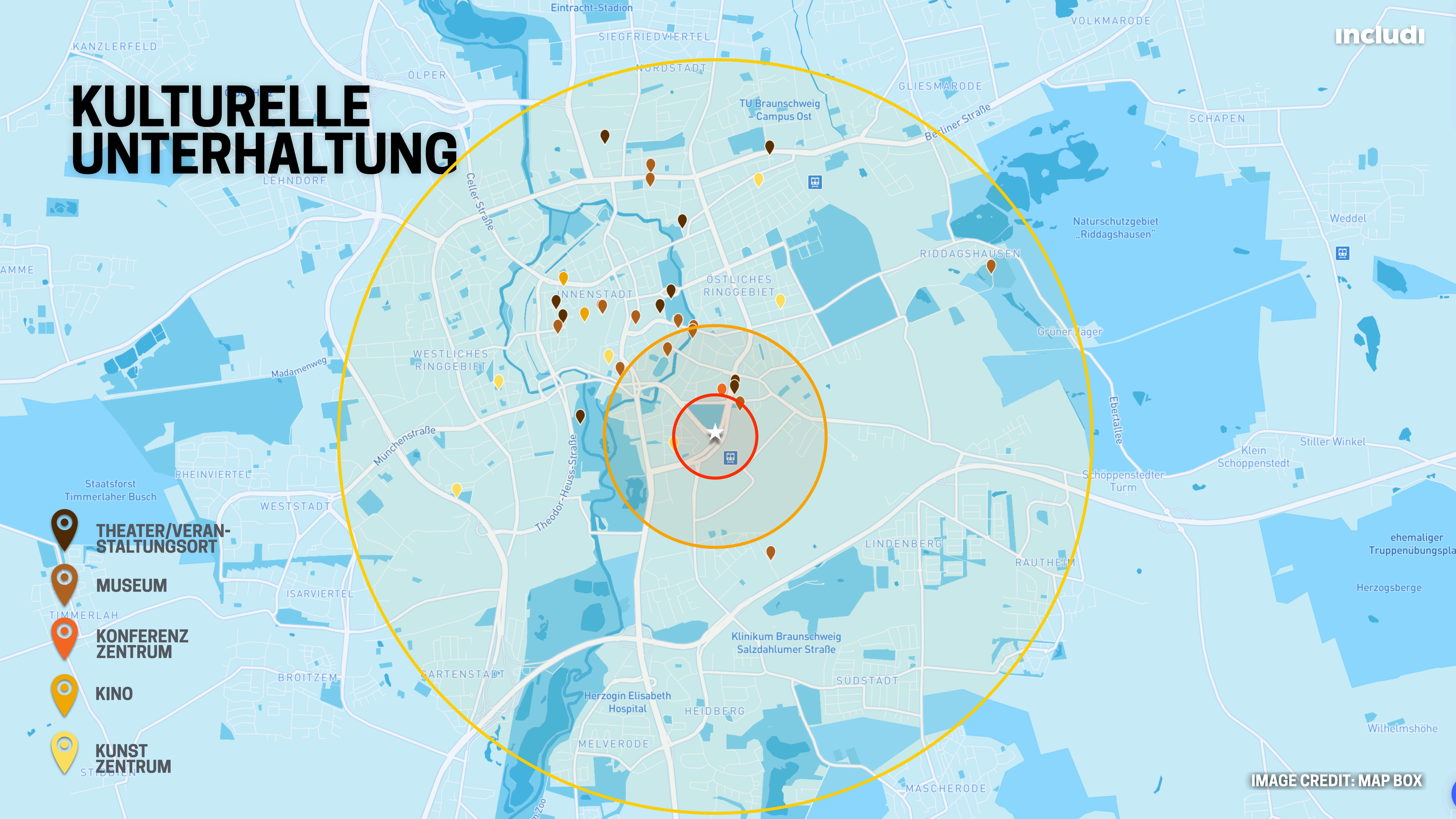
HOTEL

**BOWLING,
SPIELHALLE, GOLF,
KASINO USW.**

KLEINGÄRTEN

IMAGE CREDIT: MAP BOX

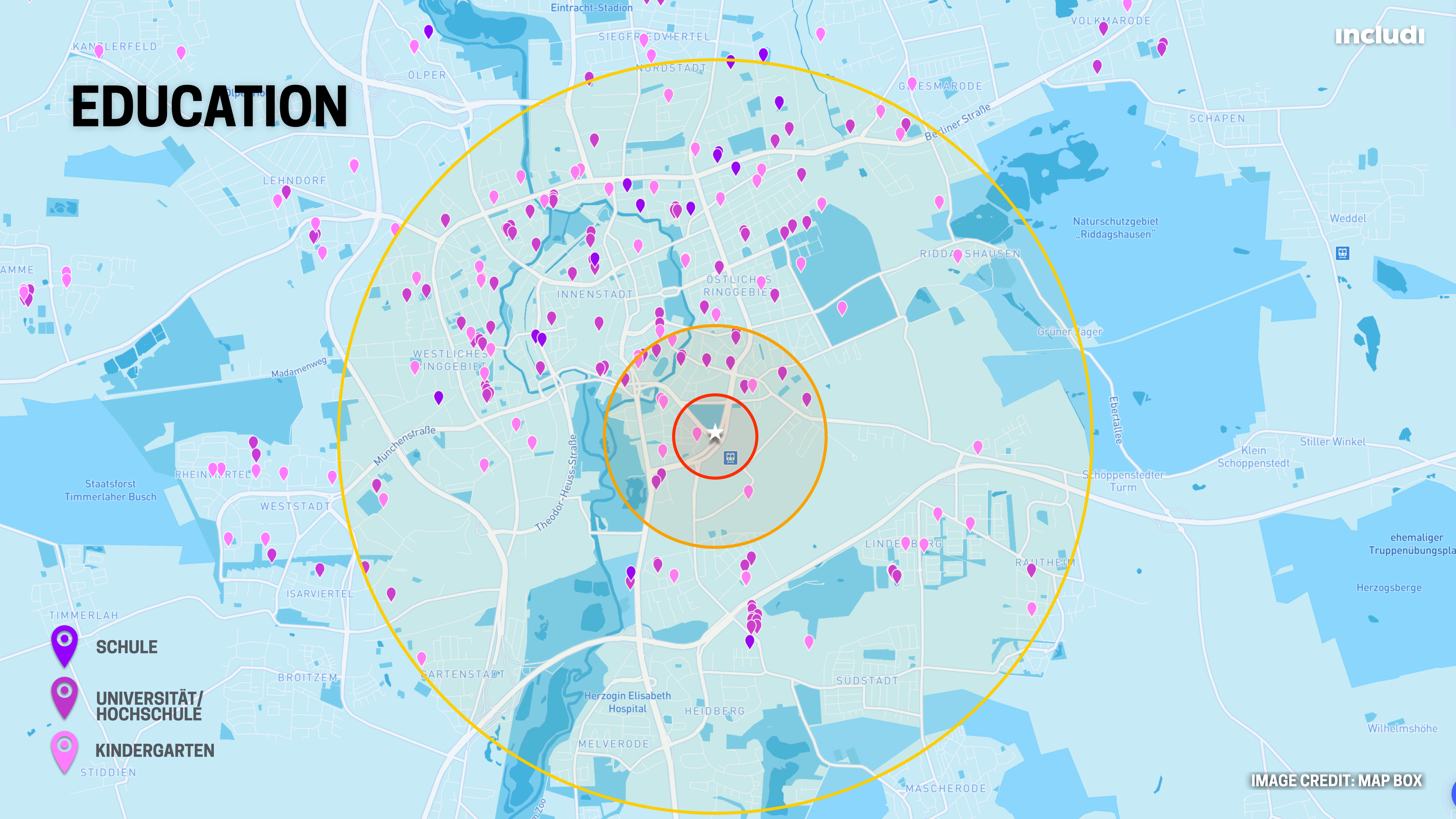
KULTURELLE UNTERHALTUNG



-  THEATER/VERANSTALTUNGORT
-  MUSEUM
-  KONFERENZ ZENTRUM
-  KINO
-  KUNST ZENTRUM

EDUCATION

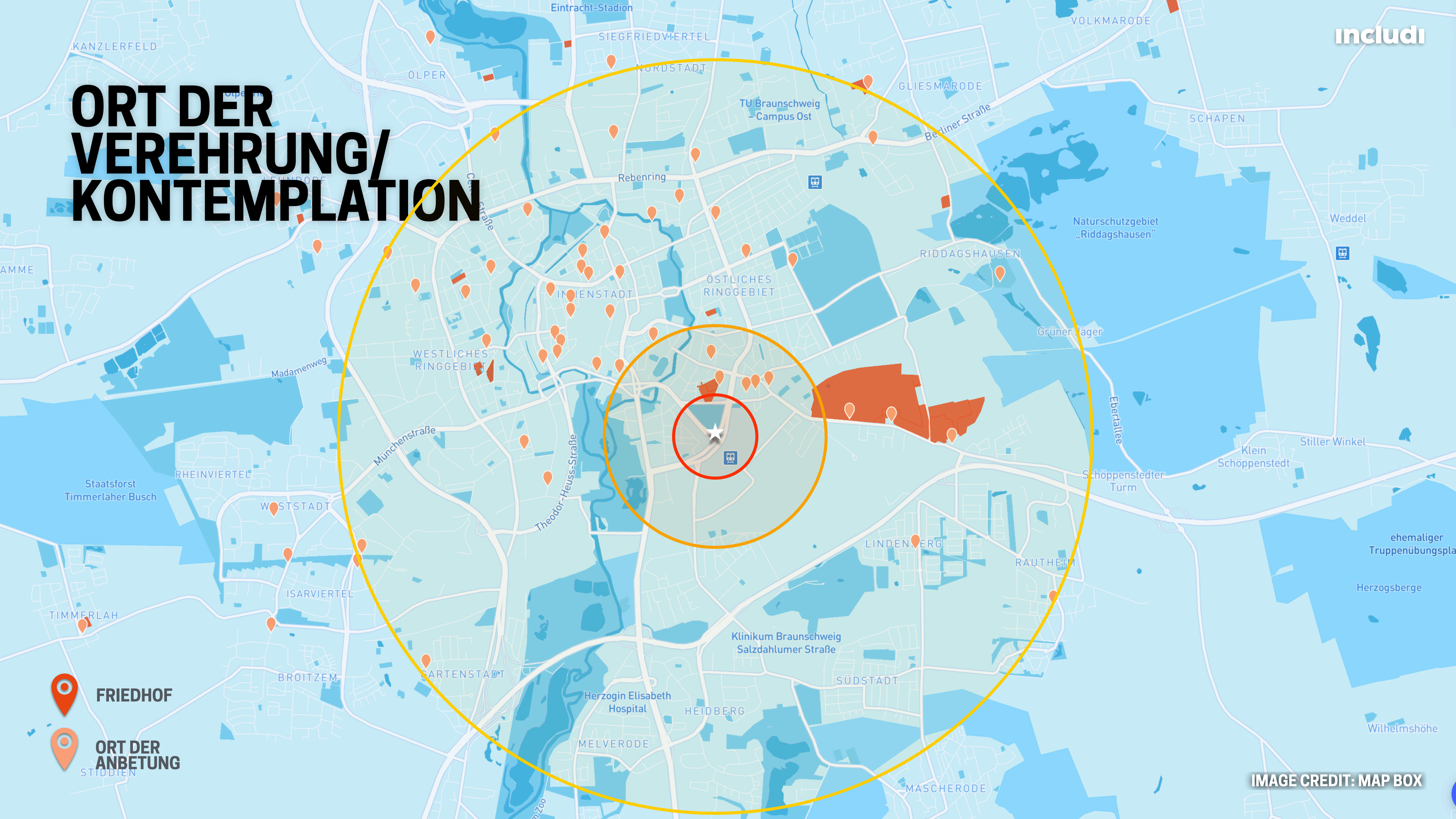
includi



-  **SCHULE**
-  **UNIVERSITÄT/
HOCHSCHULE**
-  **KINDERGARTEN**

IMAGE CREDIT: MAP BOX

ORT DER VEREHRUNG/ KONTEMPLATION



 **FRIEDHOF**

 **ORT DER ANBETUNG**

FREIE 3. PLÄTZE AUßEN

includi

FREIE 3. PLÄTZE AUßEN

PARK

FRIEDHOF

ÖFFENTLICHER
PLATZ

SPIELPLATZ

IMAGE CREDIT: MAP BOX

includi

SOZIALE ORTE

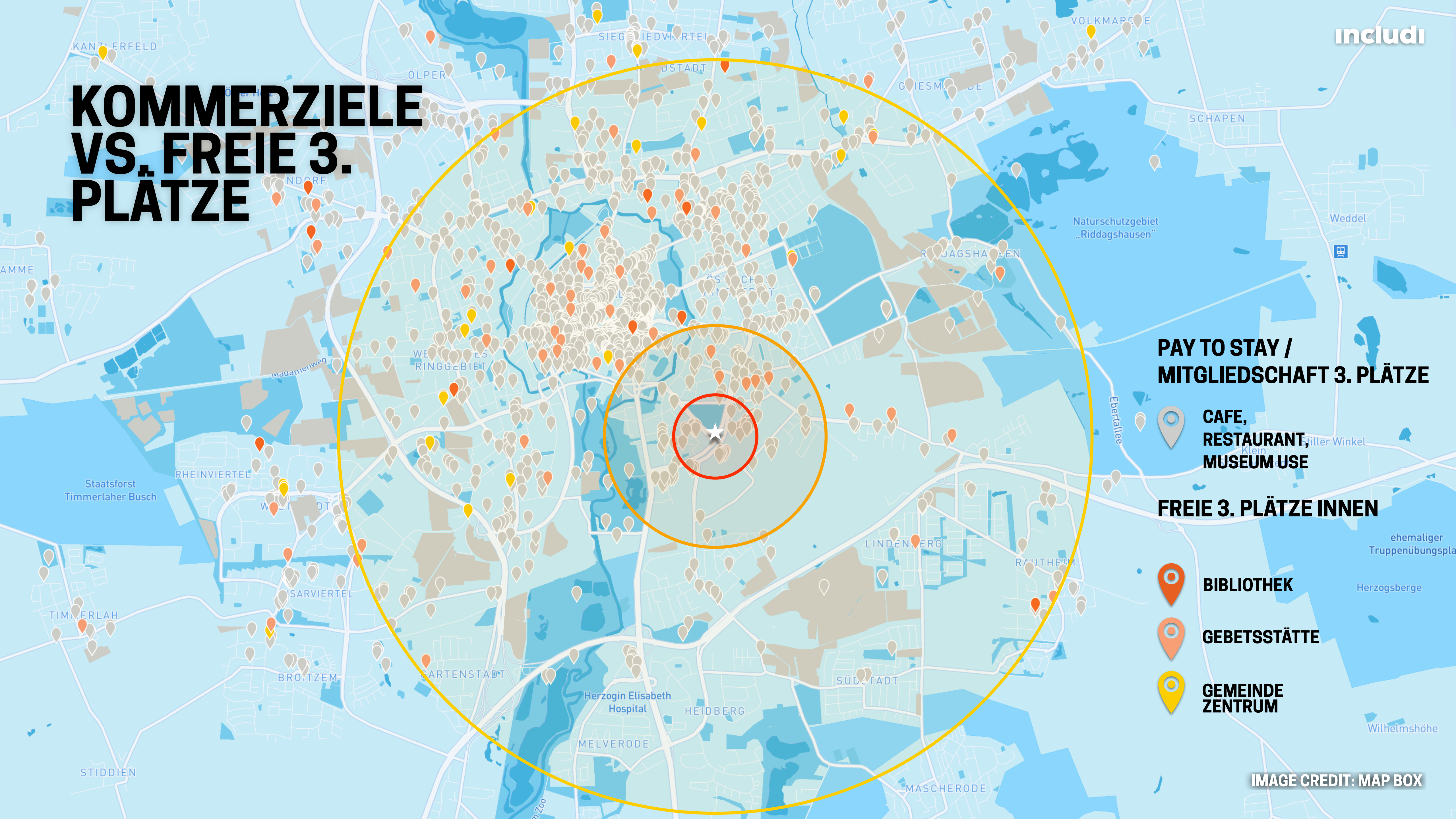


BIBLIOTHEK

GEMEINDE ZENTRUM

IMAGE CREDIT: MAP BOX

KOMMERZIELE VS. FREIE 3. PLÄTZE



**PAY TO STAY /
MITGLIEDSCHAFT 3. PLÄTZE**

 **CAFE,
RESTAURANT,
MUSEUM USE**

FREIE 3. PLÄTZE INNEN



BIBLIOTHEK



GEBETSSTÄTTE

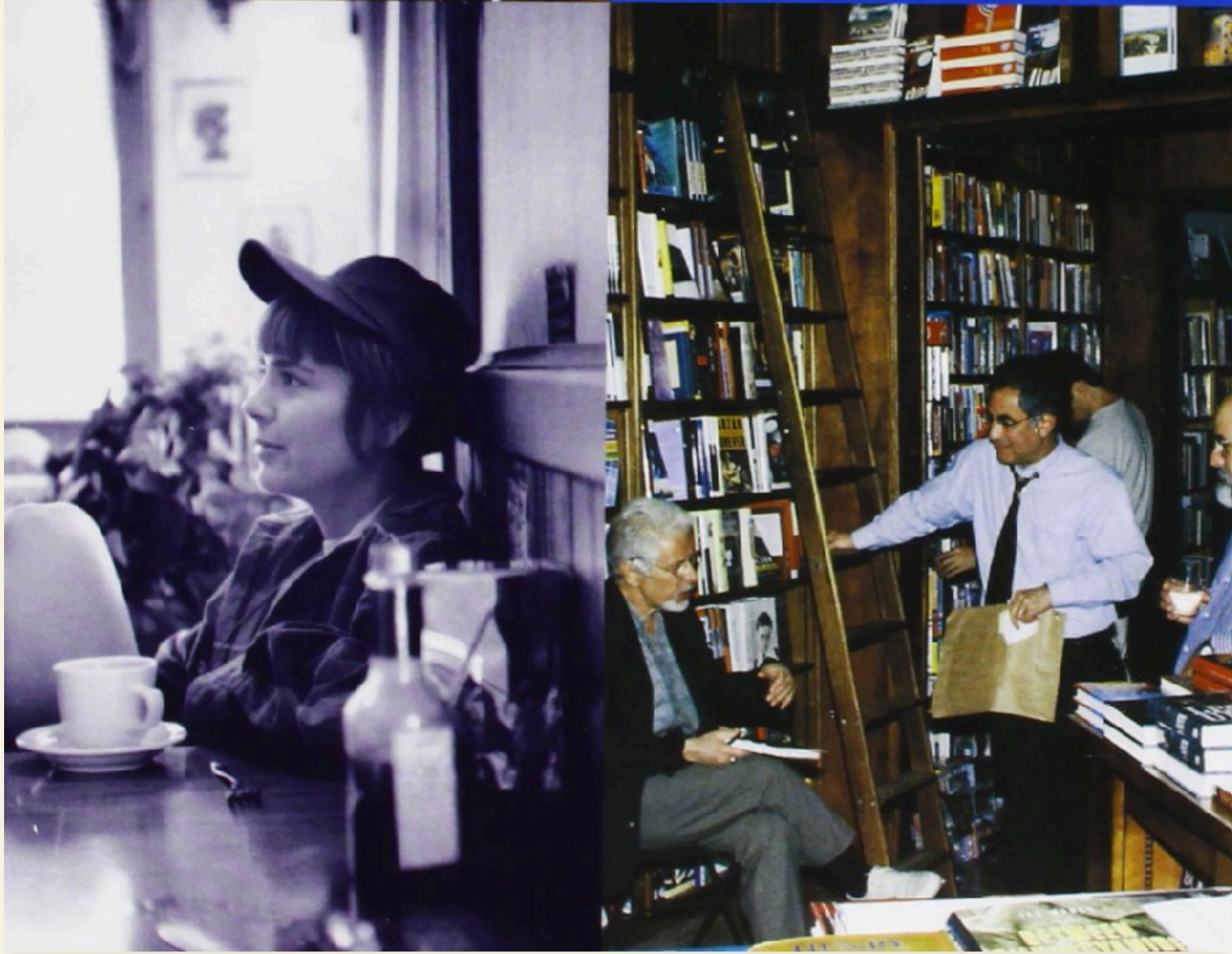
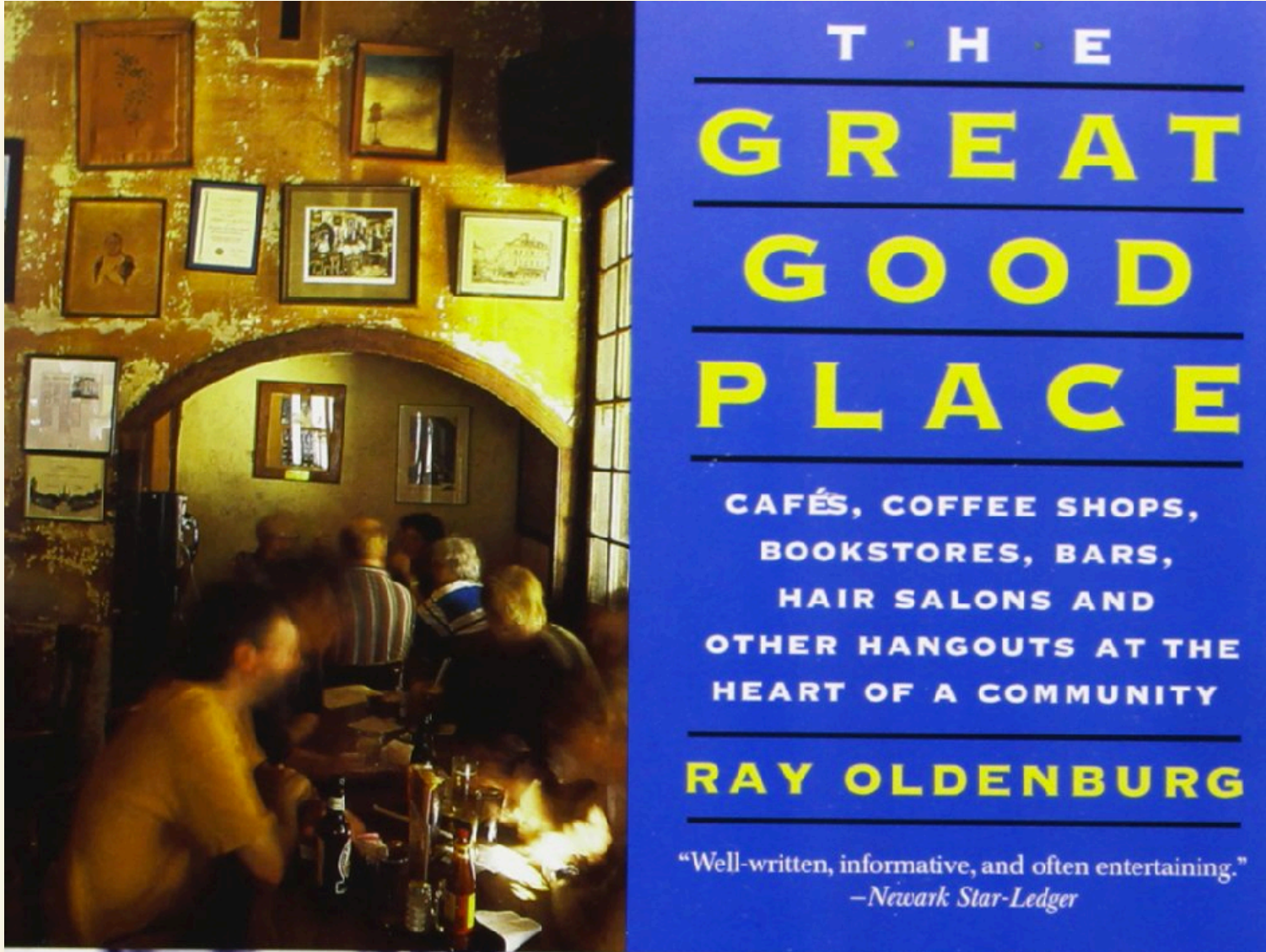


**GEMEINDE
ZENTRUM**

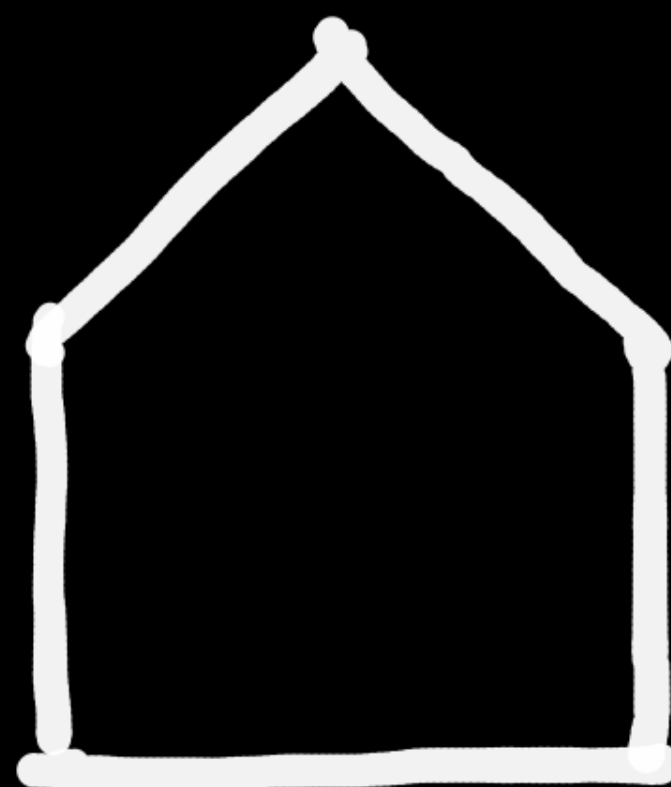
SOZIALE ORTE

**EIN
DRITTER
ORT**

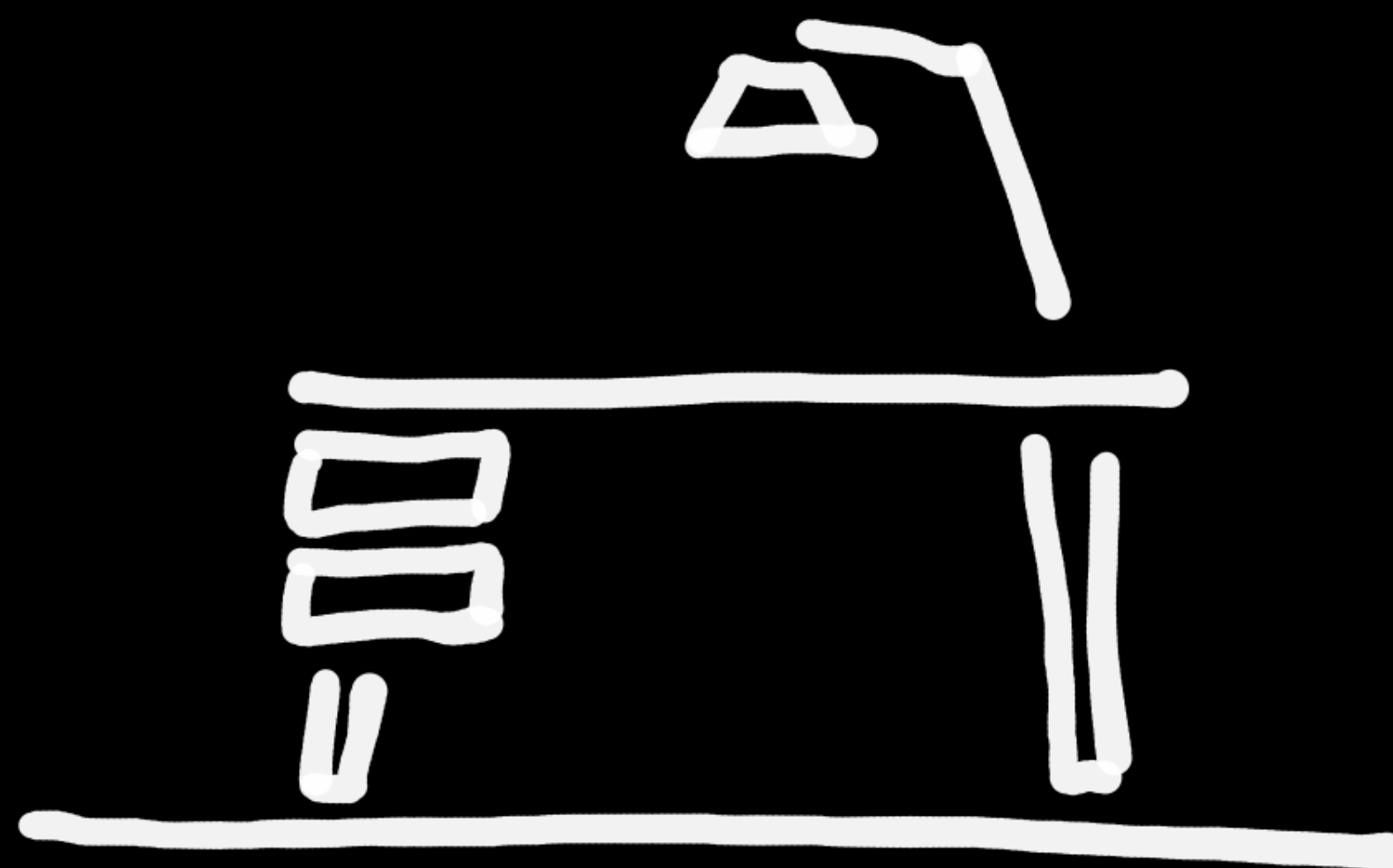
RAY OLDENBURG 1989



DER ERSTE ORT



DER ZWEITE ORT



DER DRITTE
ORT



EIN DRITTER ORT

Sicher
Zuhause
Bekannt
Events
Einladen
So lange man will
Gleich um die Ecke
Ermöglicht Aufenthalte
Gratis

ACHTUNG!

Nicht jeder dritte Ort ist ein sozialer
und inklusiver Ort!

DIE BEDINGUNGEN FÜR DEN DRITTEN ORT

NEUTRALER BODEN

includi

IMAGE CREDIT: MARCO HEYDA

OFFEN UND
ZUGÄNGLICH



GLEICHWERTIGER ORT

Includi



IMAGE CREDIT: MARCO HEYDA

NIERDIG- SCHWELLIG PROFIL

includi



IMAGE CREDIT: DELETE IF NONE

KONVERSATION
ALS
HAUPTAKTIVITÄT



EINFLUSS DER STAMMGÄSTE

includi



IMAGE CREDIT: MARCO HEYDA

VERSPIELTE STIMMUNG

includi



IMAGE CREDIT: MARCO HEYDA

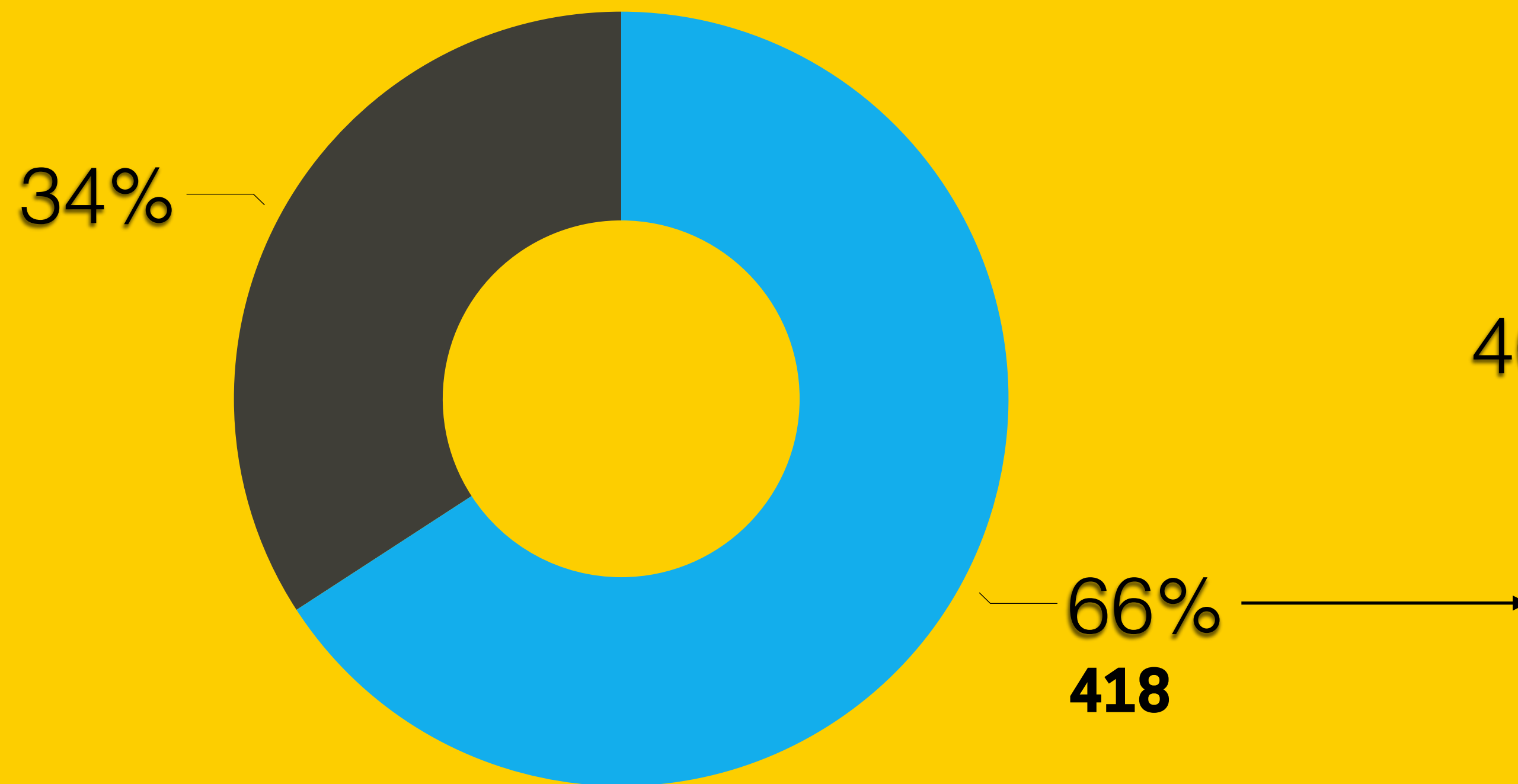
ZUHAUSE IN DER FREMDE



DIE MENSCHEN

DIE BEDÜRFNISSE DER NUTZER/ INNEN

TEILNEHMER



GESAMTZAHL DER VIEWS: 635



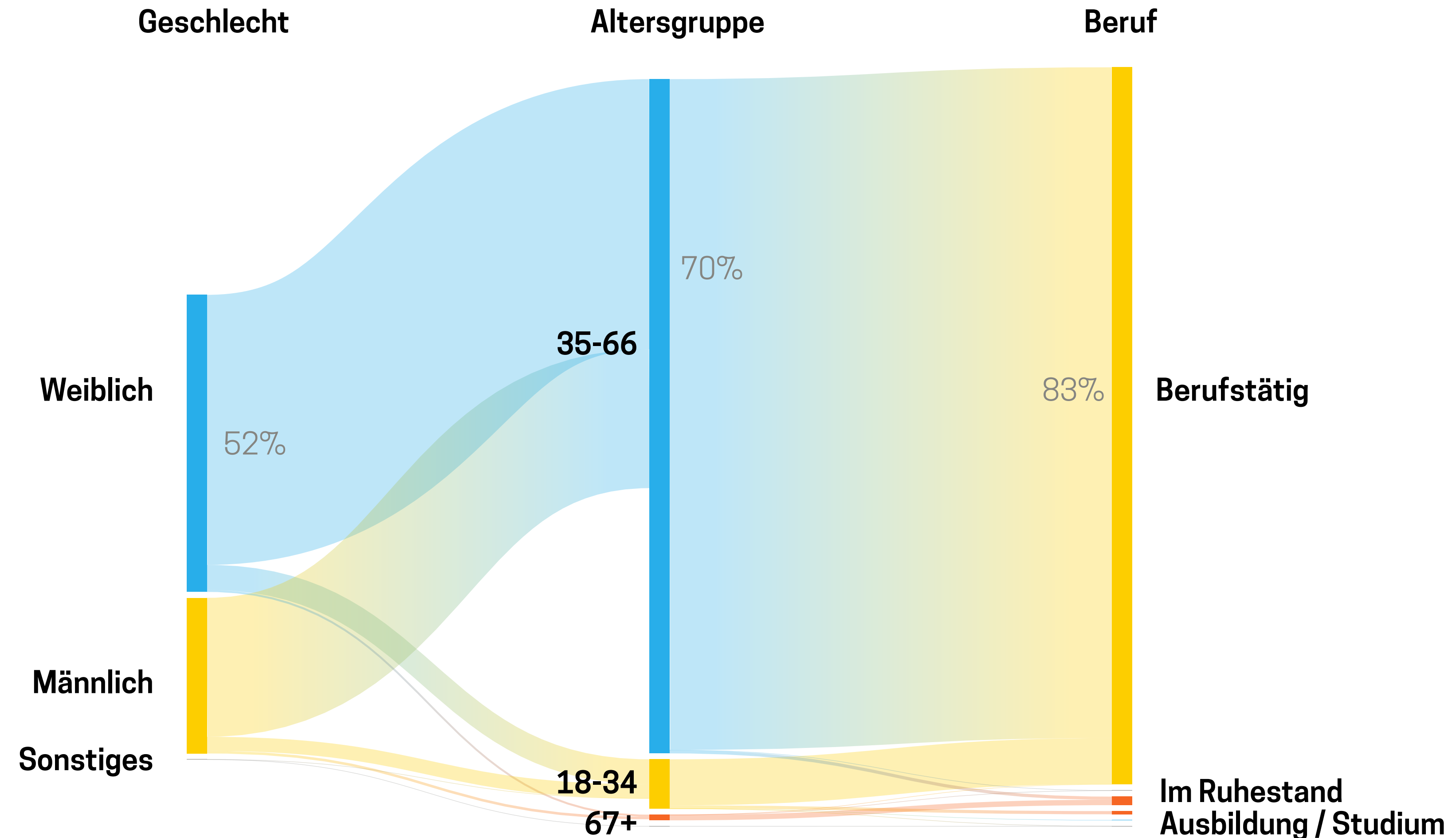
GESAMTZAHL DER STARTS: 418

GESAMTZAHL DER ERGEBNISSE: 227

DURCHSCHNITTlich VERBRACHTE ZEIT: 37:10 MIN

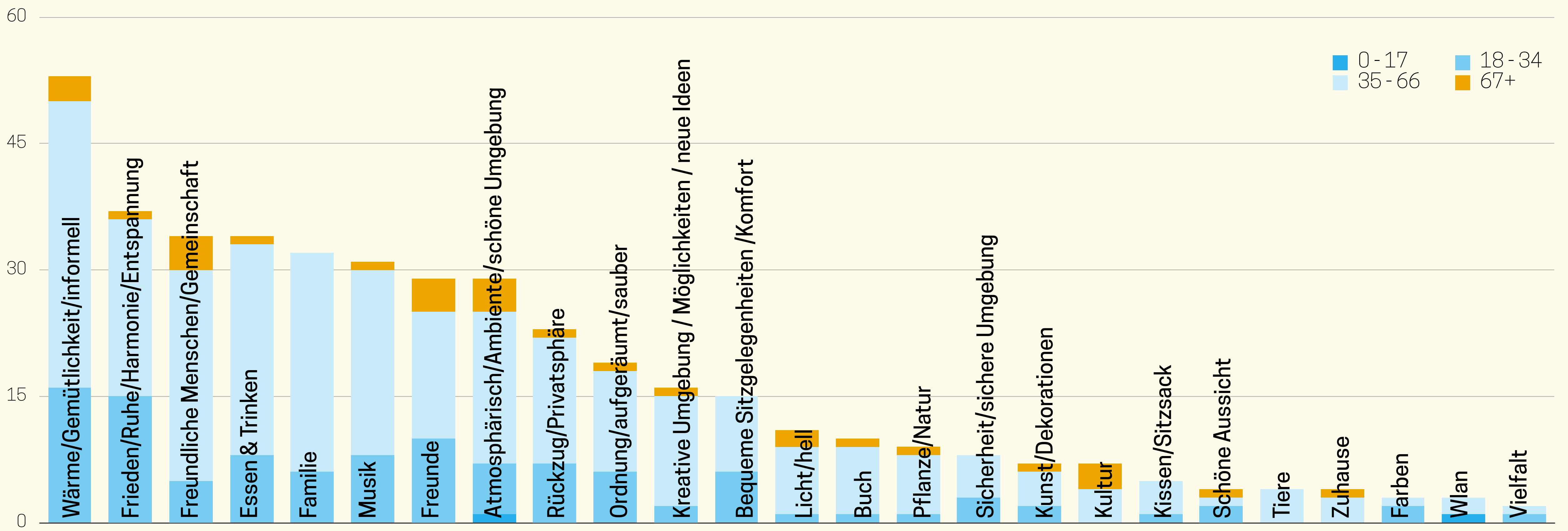
2023 UMFRAGETEIL NEHMER

- insgesamt 227 Teilnehmer
- Die am stärksten vertretene Altersgruppe ist 35-66
- Die Geschlechterverteilung der Teilnehmer ist sehr ähnlich
- Die meisten Teilnehmer sind in einer Arbeitssituation

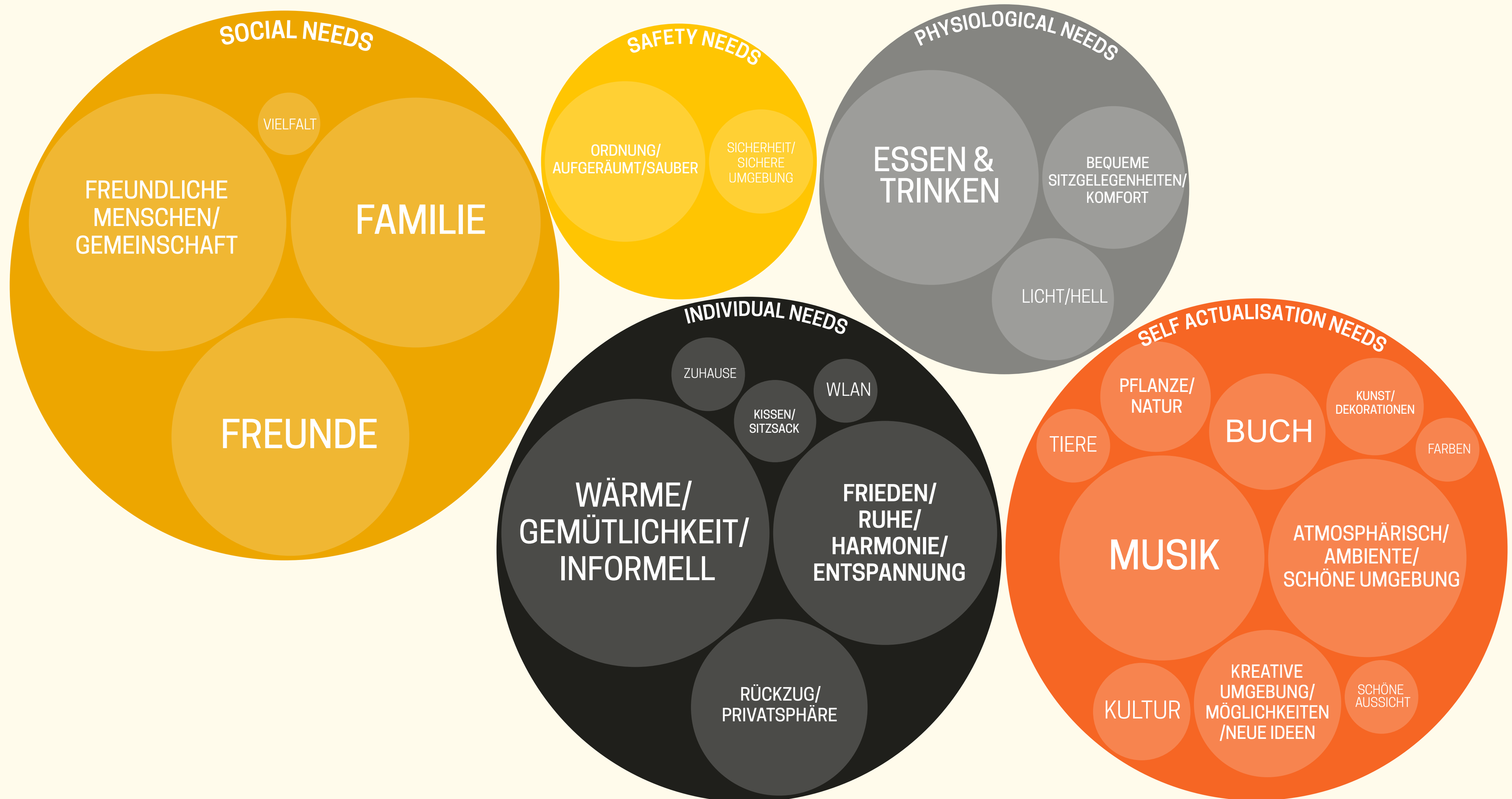


**WAS BRAUCHEN SIE,
DAMIT SIE SICH ZU
HAUSE FÜHLEN,
WENN SIE NICHT ZU
HAUSE SIND?**

NEEDS BY RANKING

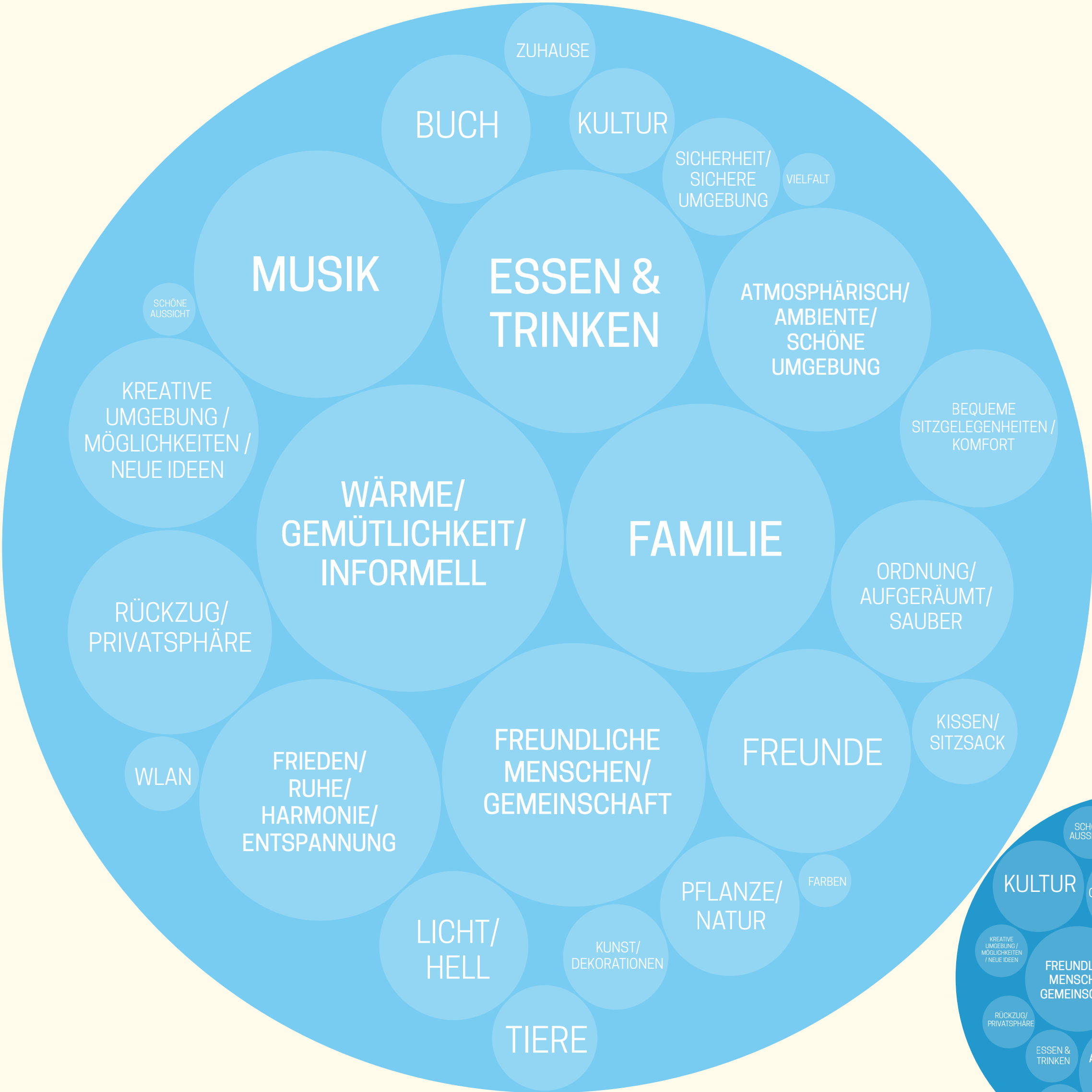


MASLOW NEEDS

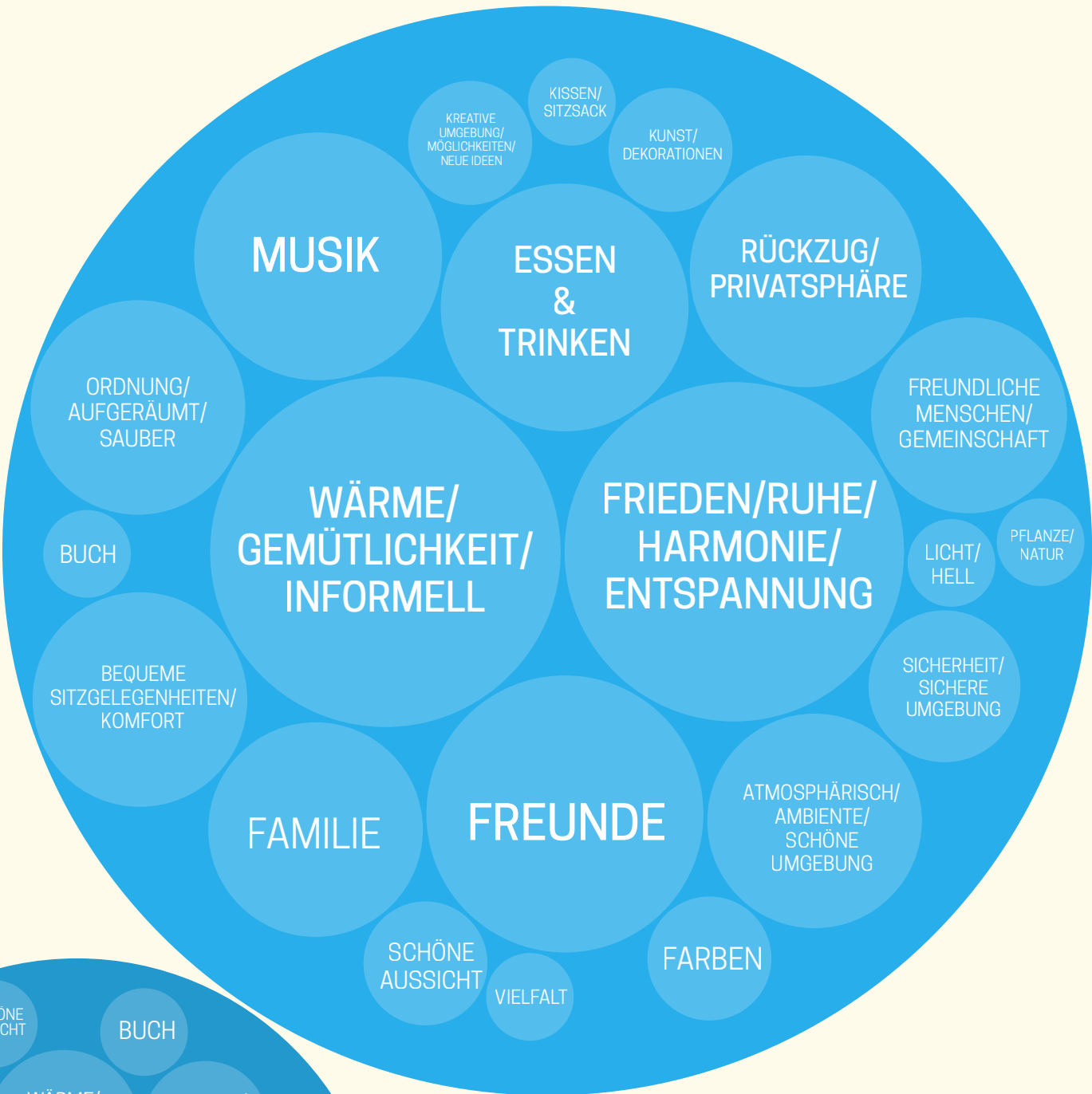


BEDÜRFNISSE

35-66



18-34

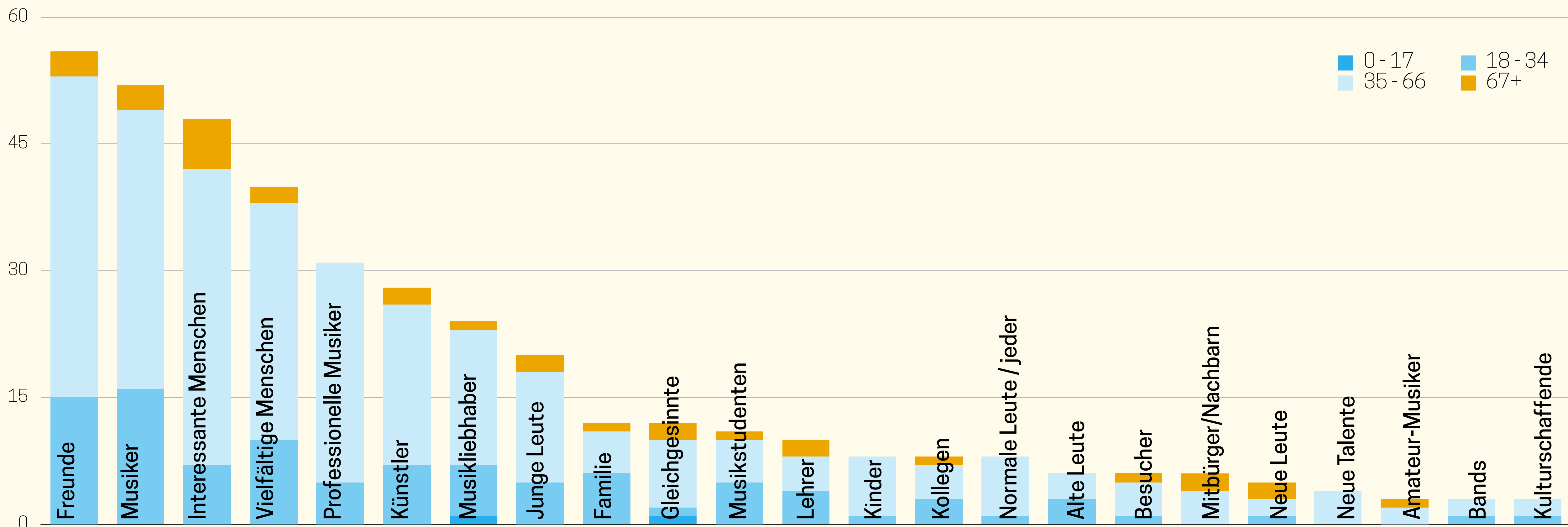


67+



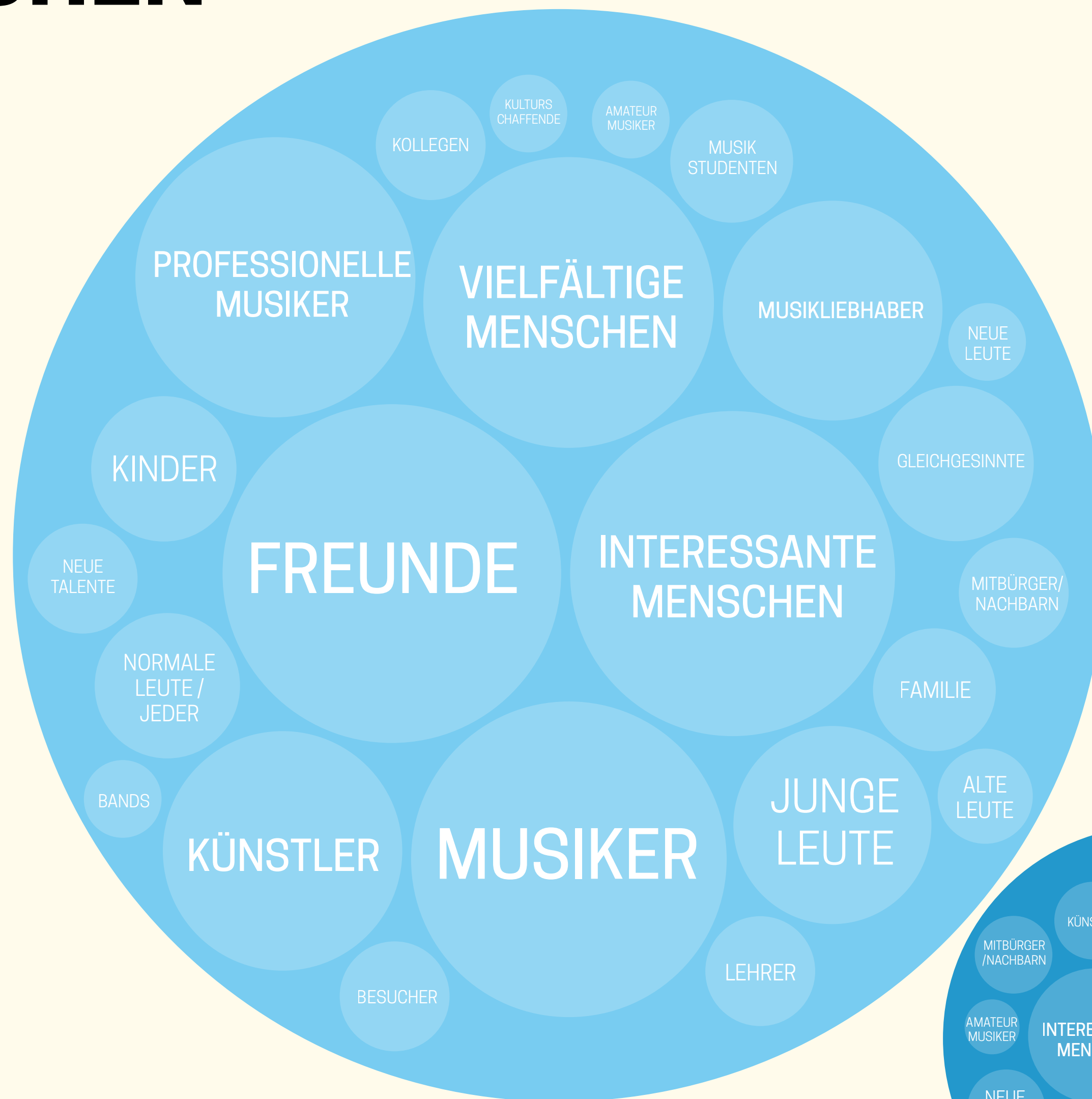
**WEM WÜRDEN SIE
DORT GERNE
BEGEGNEN?**

WISHES BY RANKING

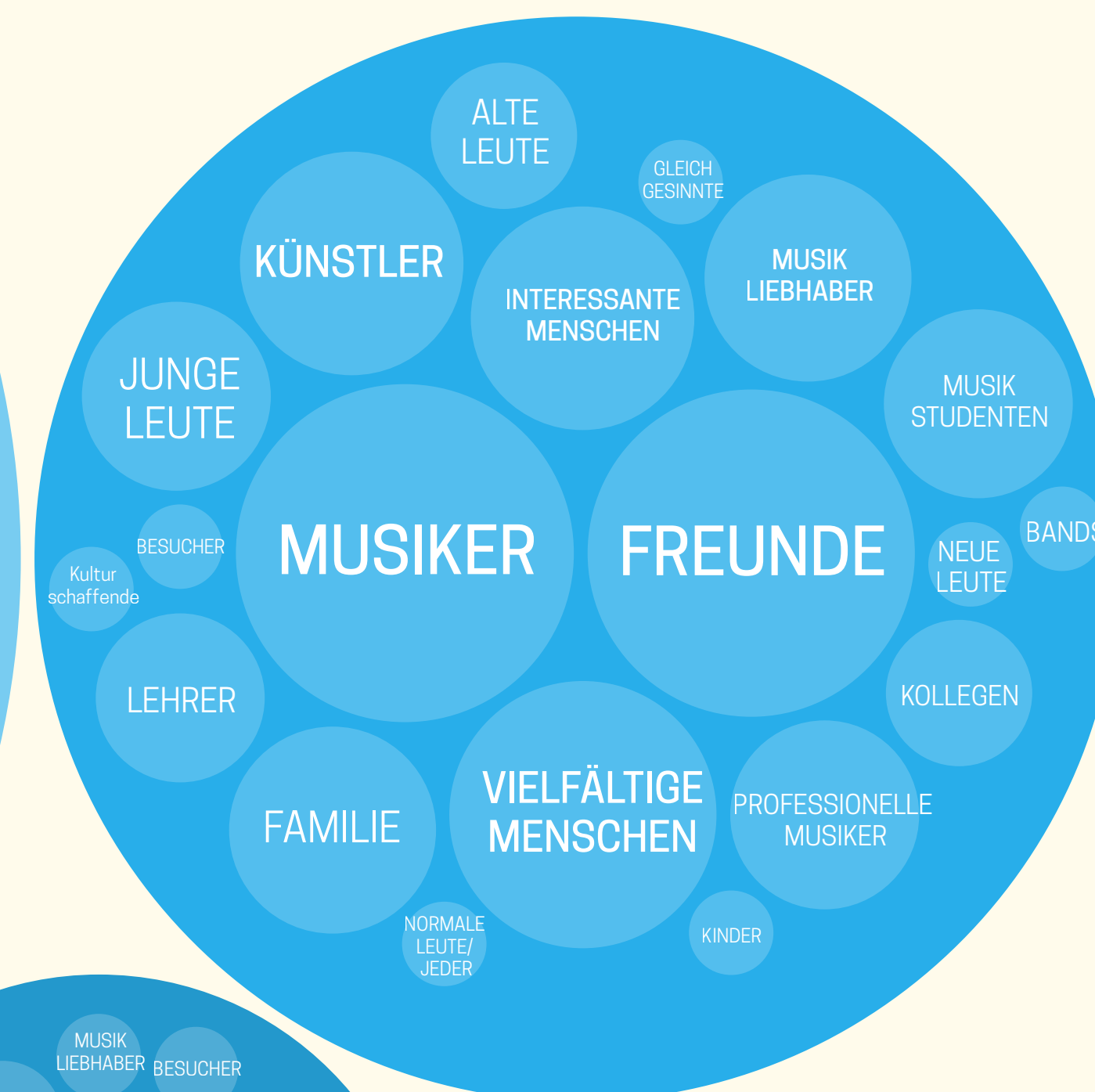


MENSCHEN

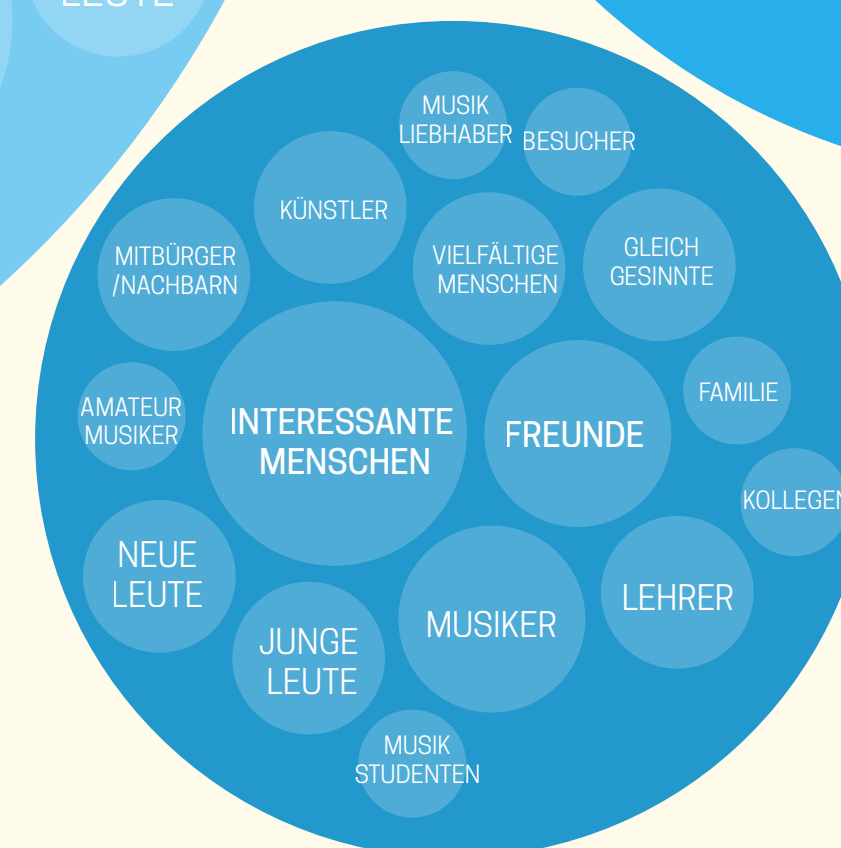
35-66



18-34



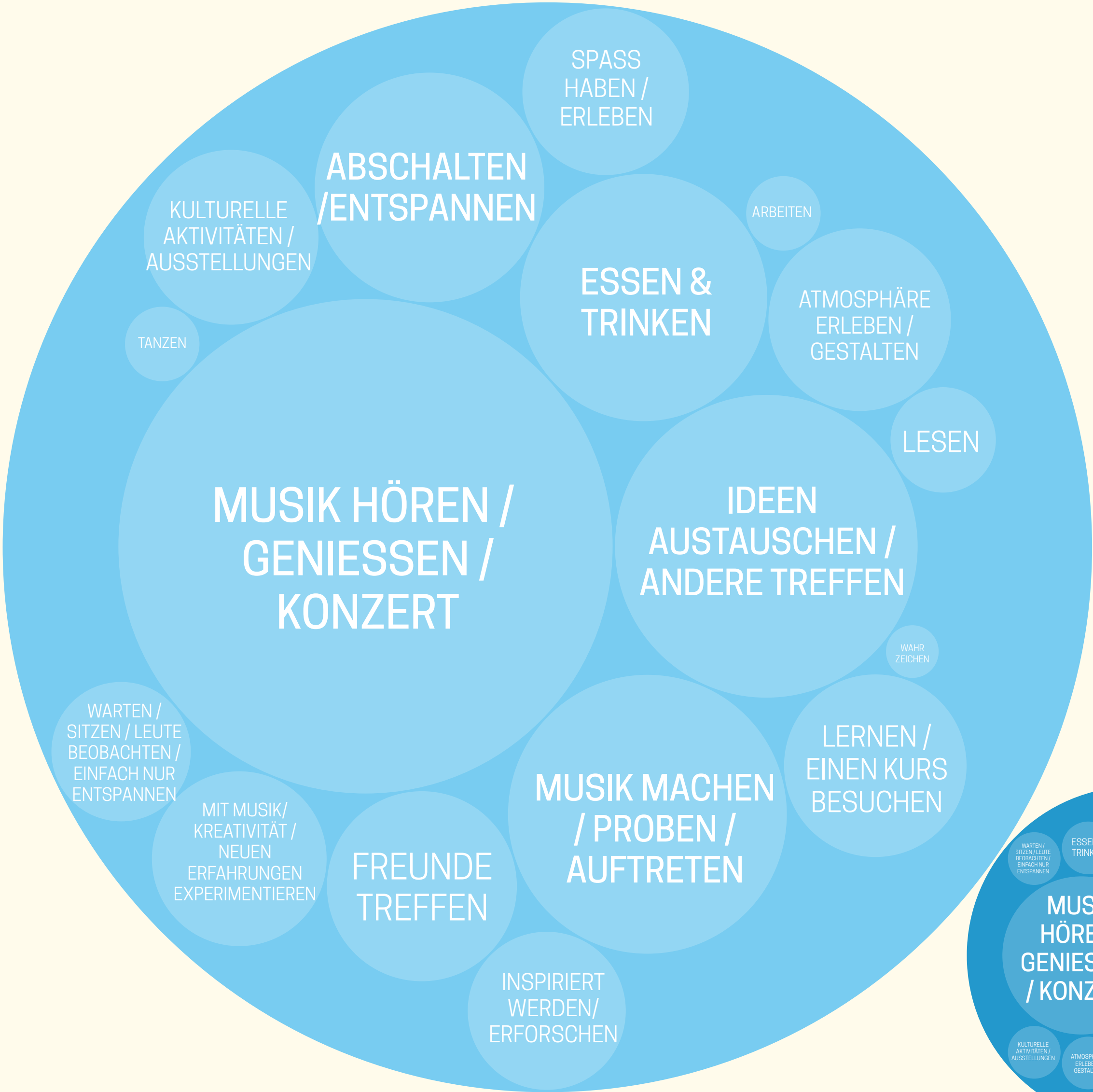
67+



**WARUM WÜRDEN
SIE DORT GERNE
HINKOMMEN? WAS
WÜRDEN SIE DORT
TUN?**

PROGRAMM

35-66



18-34



67+



DAS GEBÄUDE

DIE WÜNSCHE DER STADT BRAUNSCHWEIG

„DIE RÄUME

DOKUMENTE

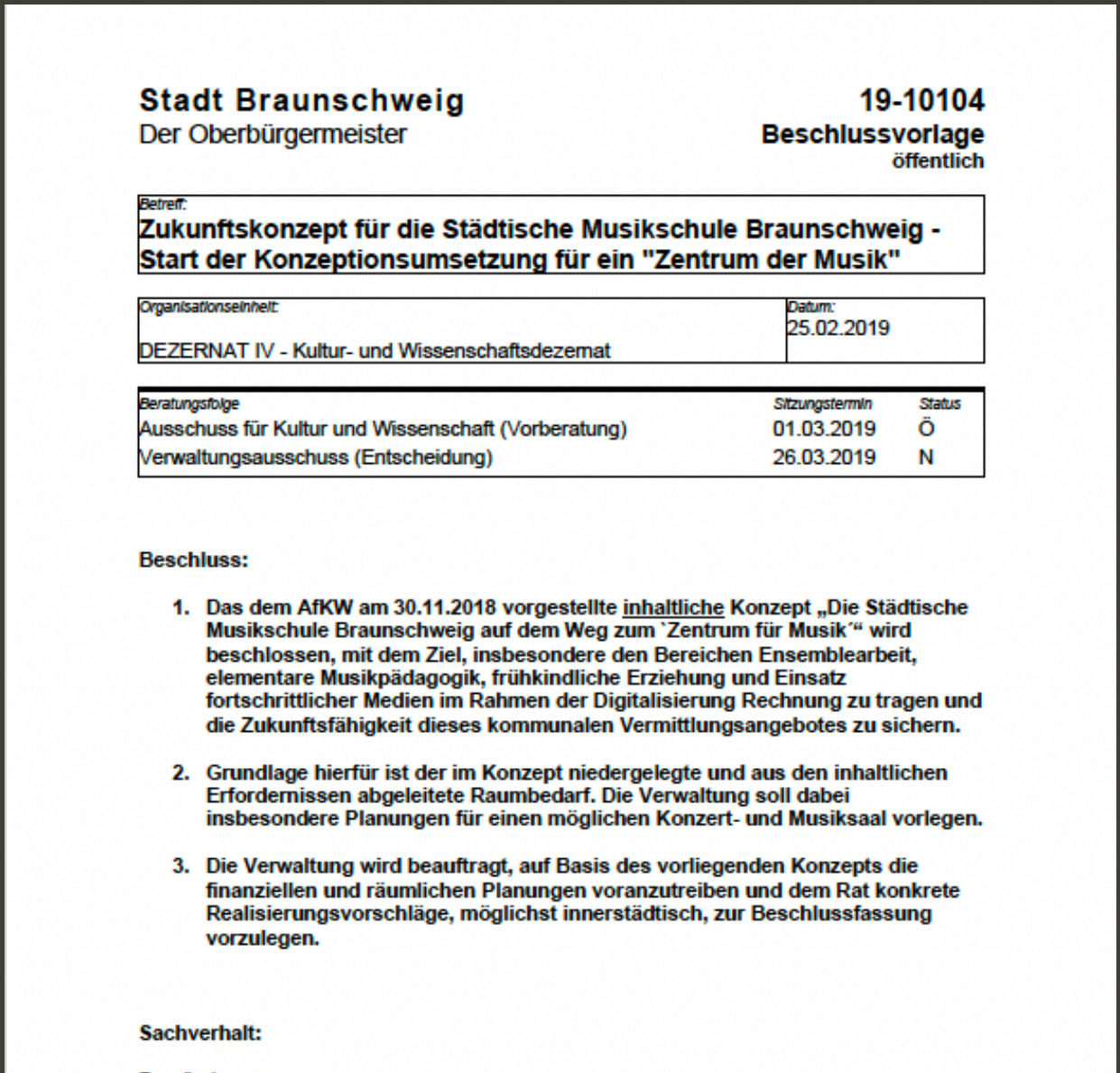
1. Machbarkeitsstudie Musikschule und Konzerthalle Braunschweig, Kapitel 4
2. Zukunftskonzept für die Städtische Musikschule Braunschweig.pdf
3. Protokoll Konzerthaus Workshop.pdf
4. öffentlich Abschlussunterlage.pdf

DOKUMENTENANALYSE

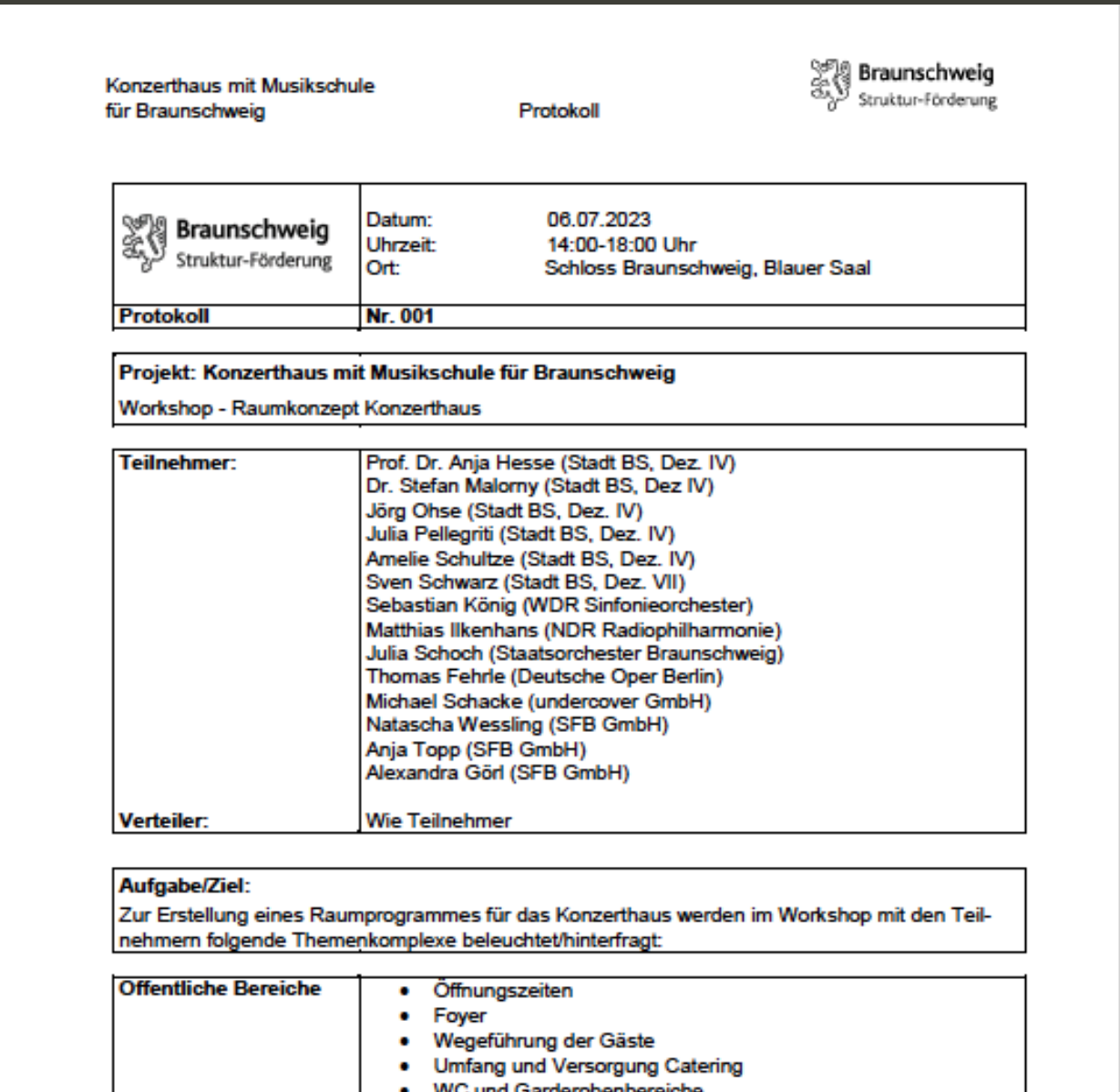
METHODE



Machbarkeitsstudie Musikschule und
Konzerthalle Braunschweig
Kapitel 4



Zukunfts-konzept für die Städtische
Musikschule Braunschweig.pdf



Protokoll Konzerthaus Workshop.pdf

HARTE ANFORDERUNGEN

- Verbindung zum Außenbereich
- Tiefgarage
- Städtische Sichtbarkeit

WEICHE ANFORDERUNGEN

- Angenehm für alle Benutzer
- Künstlerisch anregend
- Soziale Qualität des Aufenthalts
- Ein Ort der Begegnung
- Gute Akustik, Klima und Beleuchtung
- Mobiles Mobiliar - leichte Zugänglichkeit zu allen Räumen
- Verkehrssicherheit im Eingangsbereich
- Trennung von Backstage mit Frontstage und Musikschule

PROGRAMMATISCHE ANFORDERUNGEN

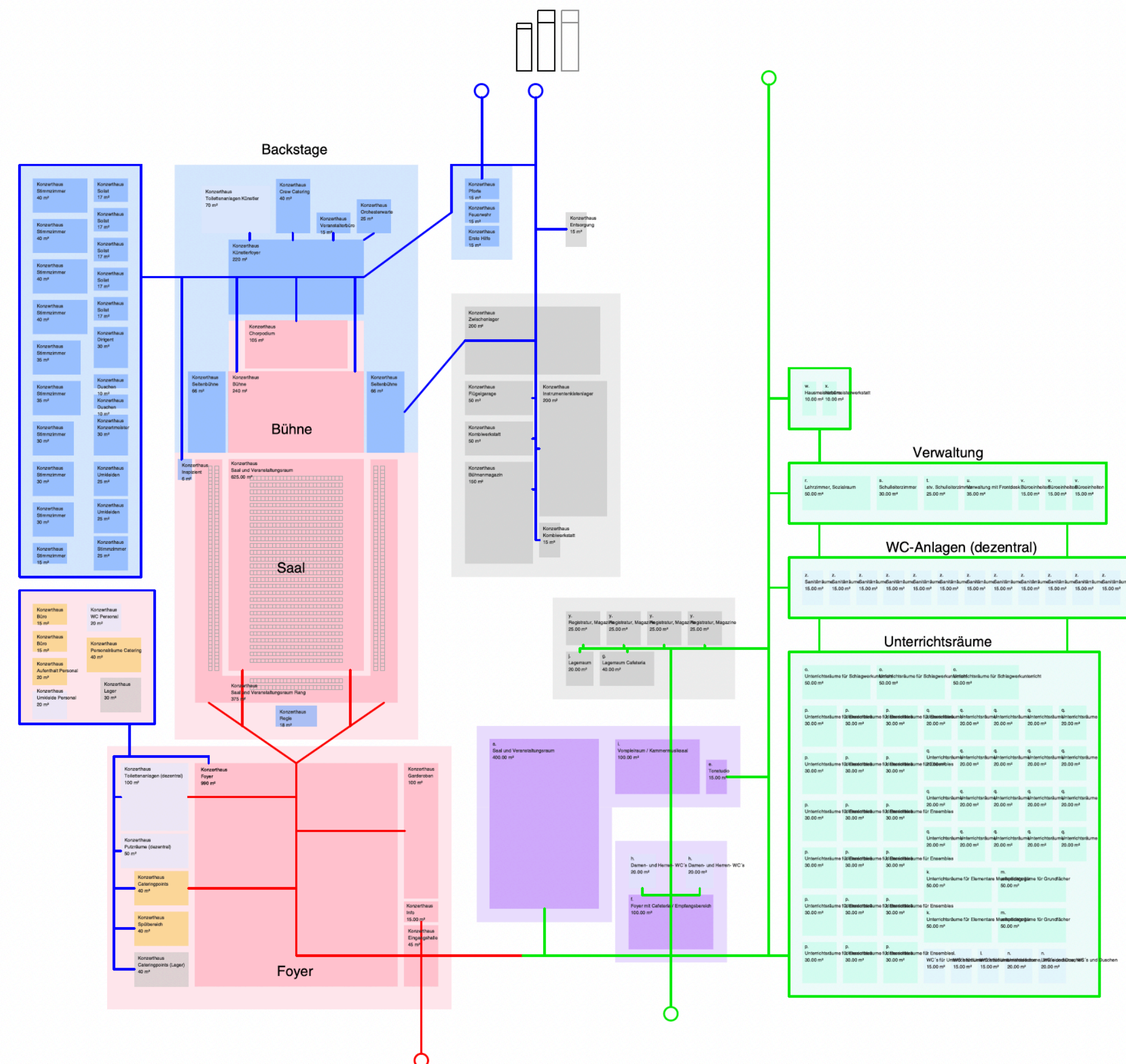
- Effizient und funktionell
- Flexibel
- Zukunftsorientiert
- Einladend
- Ort der Begegnung, Kreativität und Entspannung
- Veranstaltungen und Konzerte
- Musik entdecken, entwickeln, lehren, praktizieren und teilen
- Kulturarbeit (mit Flüchtlingen, Migranten und Menschen mit Behinderungen)

IV. Raumprogramme und Funktionen

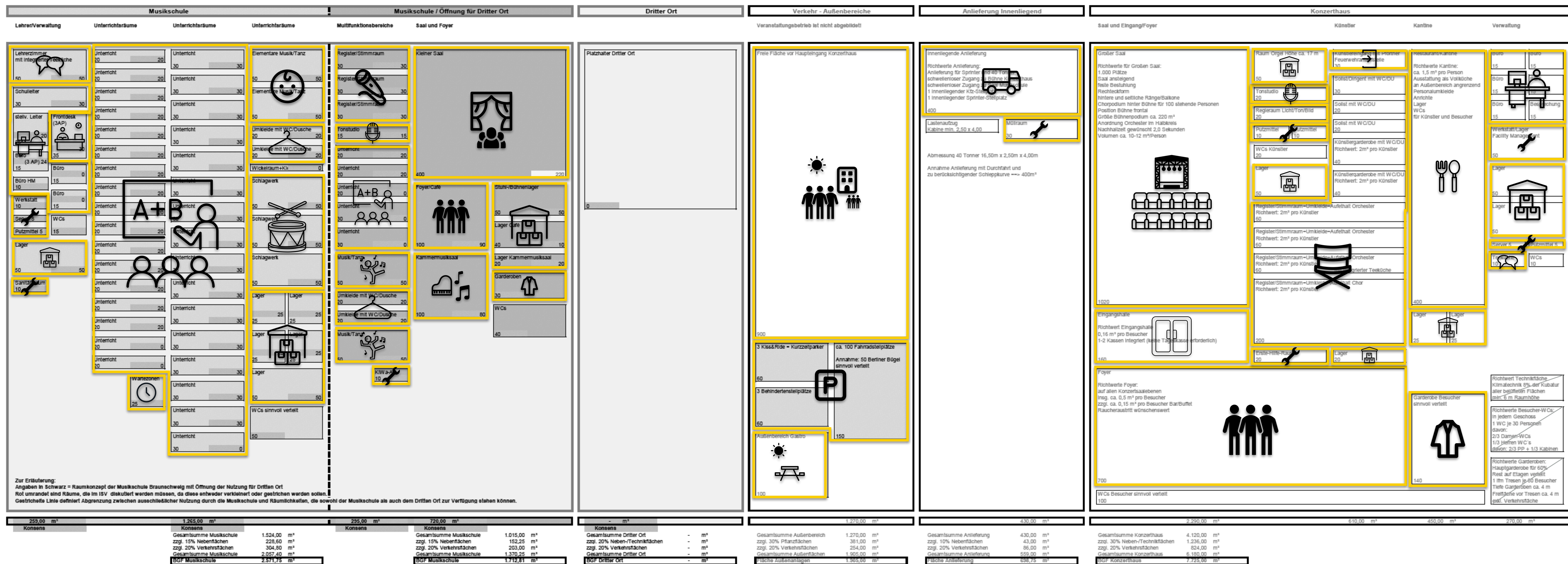
Die Stadt Braunschweig hat in Zusammenarbeit mit der städtischen Musikschule Braunschweig bereits 2018 Anforderungen an eine zeitgemäße und zukunftssichere Musikschule erarbeitet und in einer Broschüre (Anlage 6) dokumentiert. Im Rahmen dieser Machbarkeitsstudie soll die Musikschule um eine Konzerthalle erweitert werden und ein Zentrum für Musik bilden. Hierzu müssen zunächst die Anforderungen an eine Konzerthalle geklärt und ein vorläufiges Raumprogramm erstellt werden. Des weiteren liegen für den Standort Großer Hof Standardraumprogramme der Stadt Braunschweig für Grundschule und Sporthalle vor.

Raumprogramm Musikschule

Pos.	Titel	Fläche einzel in m²	Anzahl	Fläche gesamt in m²	Bauliches Anforderungsprofil
a	Saal und Veranstaltungsraum	400	1	400	Orchesterprobensaal; Platz für u.a. 80-Personen-Orchester, zzgl. 199 Personen (Zuschauer); Vorhang, fahrbare Bühnenelemente (nach oben 0,70 m und herunter -2,70 m); Beameranlage; Schallisolierung der Wände, Fenster und Türen, breite Türen; Klimaanlage; Be- und Entfeuchtungsanlage; Be- und Entlüftungsanlage; Starkstrom; adäquate Beleuchtung Saal und der Bühne (Scheinwerfer, gedimmte Beleuchtung u.w.m.); ebenerdige Anlieferung von Material und Instrumenten möglich;



[illegible]



RÄUMLICHES PROGRAMM VON ANFORDERUNGEN 13000M2

includi

Musikschule			M2	Konzerthalle			M2
	Unterricht		1350		Konzertsaal		1020
	Unterrichtsräume		790		Großer Saal		1020
	Elementare Musik/Tanz		100		Frontstage		1000
	Musik/Tanz		100		Eingangshalle		160
	Schlagwerk		150		Foyer		700
	Tonstudio		15		Garderobe		140
	Stimmräume		90		Personalräume		100
	Umkleiderräume		80		Büros		90
	Warterzone		25		Teeküche Personal		10
	Veranstaltungen		450		Backstage		980
	Foyer/Café		90		Künstler Eingang		30
	Garderoben		30		Kunstlerräume		530
	Frontdesk		30		Tonstudio		20
	Kleiner Saal		220		Anlieferung		400
	Kammermusiksaal		80				
	Personalräume		134				
	Büros		84				
	Lehrerzimmer		50				
		Subtotal	1934			Subtotal	3100
		BGF = M2 * 1,6	3094			BGF = M2 * 1,8	5580

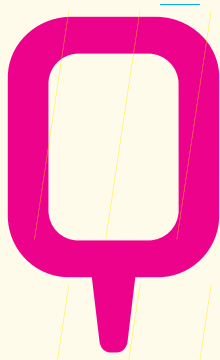
Gemeinsam		M2
	Draußen	1270
	Freie Fläche Haupteingang	900
	Parkplatz	270
	Terrasse	100
	Gastronomie	400
	Essen & Trinken	400
	Service	720
	Haustechnik	170
	Lager	550
	WC's	215
Subtotal		2605
BGF = M2 * 1,7		4429

RÄUMLICHES PROGRAMM VON ANFORDERUNGEN 13000M2

Includi

Gemeinsam		M2	Ergänzungen		M2
	Draußen	1270		Kartenspiel-Ergänzungen	-
	Freie Fläche Haupteingang	900		Open Stage	
	Parkplatz	270		Spielplatz	
	Terrasse	100		Park	
	Gastronomie	400		Handwerksraum	
	Essen & Trinken	400		Shop	
	Service	720		Pop-Up Store	
	Haustechnik	170		Dokumente-Ergänzungen	-
	Lager	550		Outdoor Podium	
	WC's	215		Ausstellung	
				(Stiller) Arbeitsbereich	
				Musikbibliothek	
				Info Konzerthalle	
				Frei Vermietbare Zimmer	
				Gemeinschaftsgarten	
				Includi Vorschläge	-
				Wohnzimmer	
				Gemeinschaftstisch	
				Kokon	
				Amfi	
		Subtotal	2605		
		BGF = M2 * 1,7	4429		

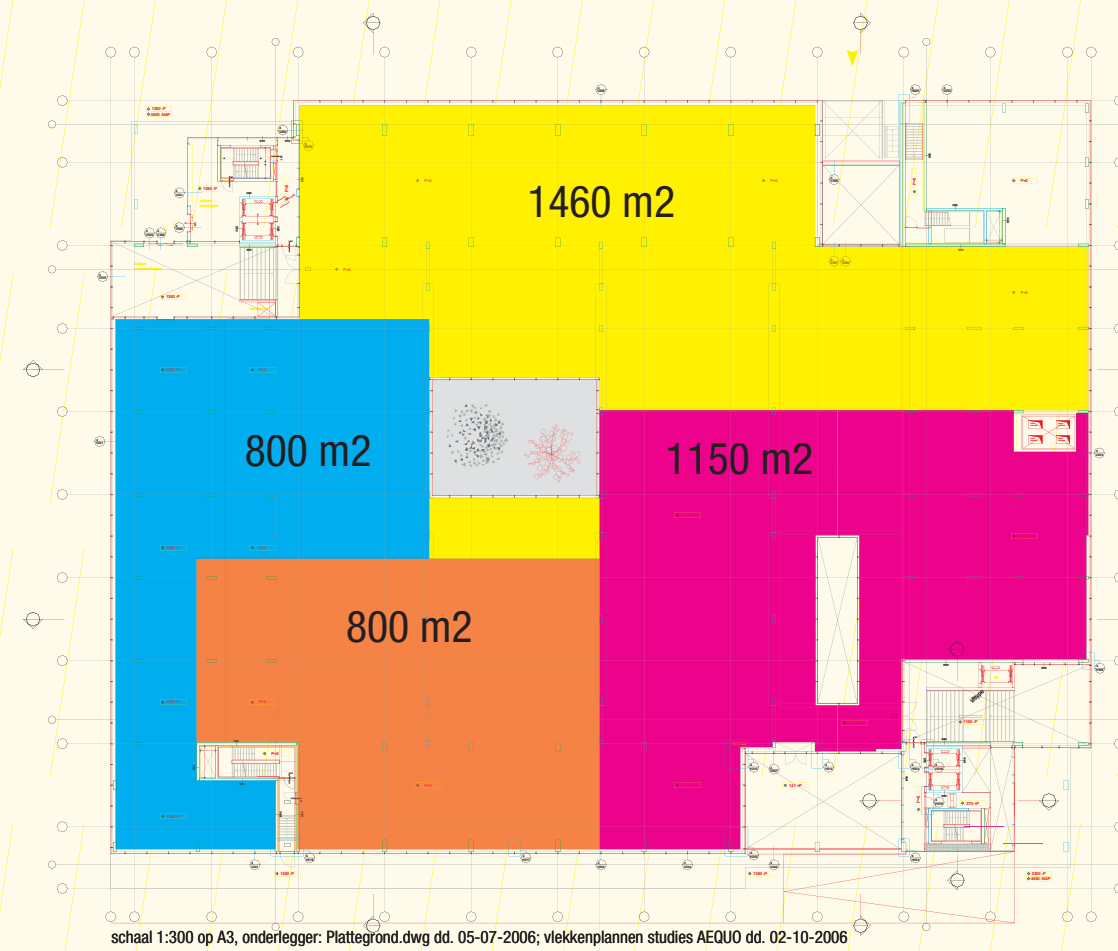
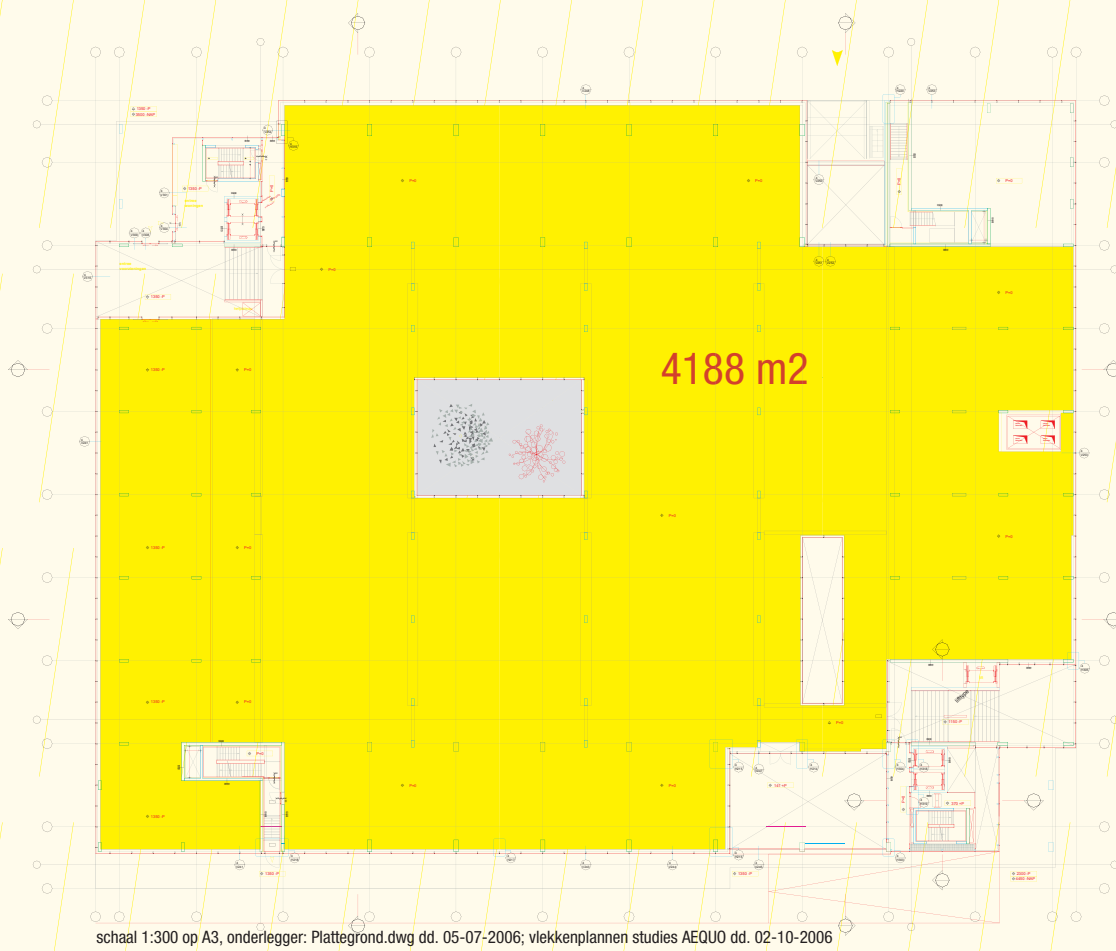
DER ÖFFENTLICHKEITS KOEFFIZIENT RUNDE 1



30507 Inbouwpakket en interieur De Kristal Neselande Rotterdam
Ruimtelijk Programma van Eisen
versie en printdatum zie voettekst

Overzicht ruimtebehoefte per gebruiker

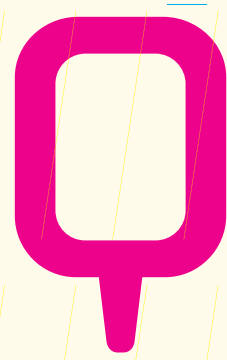
omschrijving	aantal	net m2/stuk	net m2	level
Totaal			2679,0	
Humanitas			1089,0	
HUM Dagopvang douche, toilet, wastafel, miva toilet	1	25,0	25,0	3
HUM Dagopvang keuken	1	10,0	10,0	3
HUM Dagopvang huiskamer	1	90,0	90,0	3
HUM Gemeenschappelijk garderobe, 2 toilets, miva toilet	1	22,0	22,0	1
HUM Gemeenschappelijk infobalie	1	10,0	10,0	1
HUM Gemeenschappelijk recreatief MF ruimte	1	60,0	60,0	1
HUM Gemeenschappelijk restaurant/lees/internet	1	280,0	280,0	1
HUM Restaurant spoel en warme keuken	1	45,0	45,0	3
HUM Restaurant berging	1	40,0	40,0	3
HUM Restaurant kantoor	1	12,0	12,0	4
HUM Opslag/berging verpleeghulpmiddelen	1	40,0	40,0	3
HUM Kantoor spreekruimte 1	1	20,0	20,0	4
HUM Kantoor spreekruimte 2	1	20,0	20,0	4
HUM Kantoor manager zorg & welzijn	1	16,0	16,0	4
HUM Kantoor teamleider	1	14,0	14,0	4
HUM Kantoor zorgteams	2	20,0	40,0	4
HUM Personeel douches en garderobe	2	20,0	40,0	4
HUM Personeel toiletten incl voorruimte	1	10,0	10,0	4
HUM Zorghotel berging	1	15,0	15,0	3
HUM Zorghotel zit/slaapkamers	6	40,0	240,0	3
HUM Zorghotel huiskamer/pantry	1	40,0	40,0	3
Sonor/Wonio			120,0	
SBA SONOR/WONIO Gemeenschappelijk receptie ed	1	24,0	24,0	1
SBA SONOR/WONIO Kantoor 3 pp	1	36,0	36,0	4
SBA SONOR/WONIO Kantoor vergaderruimte 20 pp	1	60,0	60,0	4
SBA			800,0	
SBA Activiteitenruimten	2	35,0	70,0	2
SBA Gemeenschappelijk berging/fust bij bar	1	50,0	50,0	3
SBA Gemeenschappelijk entree, bar, keuken, balie	1	200,0	200,0	1
SBA Gemeenschappelijk garderobe, 2 toilets, miva toilet	1	10,0	10,0	1
SBA Grote zaal met scheidingswand	1	200,0	200,0	2
SBA Kantoor 3 pp	1	36,0	36,0	4
SBA Kantoor garderobe	1	4,0	4,0	4
SBA Kantoor repro + berging	1	9,0	9,0	4
SBA Kantoor spreekruimte	1	15,0	15,0	4
SBA Personeel toiletten	1	6,0	6,0	4
SBA Jongeren activiteitenruimte			35,0	2
SBA Jongeren entree	1	10,0	10,0	1
SBA Jongeren kantoor jongerenwerker	1	15,0	15,0	4
SBA Jongeren Kleine zaal	1	140,0	140,0	2
Bibliotheek			670,0	
GBR gemeenschappelijk internetterras	1	70,0	70,0	1
GBR Gemeenschappelijk leesfotel	1	35,0	35,0	1
GBR Gemeenschappelijk informatiepunt	1	10,0	10,0	1
GBR Gemeenschappelijk copyshop	1	5,0	5,0	1
GBR Gemeenschappelijk entree	1	8,0	8,0	1
GBR Gemeenschappelijk toiletten publiek + miva	1	11,0	11,0	1
GBR Publiek activiteitenruimte	1	35,0	35,0	2
GBR Publiek collectie	1	424,0	424,0	2
GBR Kantoor 4 pp	1	40,0	40,0	4
GBR Kantoor werkkast	1	2,0	2,0	4
GBR Kantoor toilet personeel	1	3,0	3,0	4
GBR Kantoor opslag afval	1	2,0	2,0	4
GBR Kantoor magazijn	1	15,0	15,0	4
GBR Kantoor entree personeel	1	4,0	4,0	4
GBR Kantoor pantry incl kleine keuken	1	6,0	6,0	4



PROGRAMMA

Het programma voor de gehele plattegrond [hierboven midden] bestaat zoals gezegd uit 4 functies. Het buurtziekenhuis ZON beslaat een kleine 1600 m2 en wordt verder uitgewerkt door architectenbureau Cor Mastenbroek BV. In de bijlagen [tekening VO-101] is de stand van zaken dd. 30 november weergegeven. Het programma van de overige drie functies beslaat netto 2.679 m2, en is nevenstaand links weergegeven. Na aftrek van het ZON-programma is daarvoor slechts ca. 2.900 m2 beschikbaar, waardoor een plattegrond met een netto/bruto verhouding van ca. 8% moet worden ontworpen.

In de individuele programma's is reeds rekening gehouden met elkaar versterkende en overlappende functies. De oorspronkelijke opzet van de indeling van de plattegrond, tevens vertrekpunt voor Aequo, is hierboven [rechts] klein weergegeven.



30507 Inbouwpakket en interieur De Kristal Neselande Rotterdam
Ruimtelijk Programma van Eisen
versie en printdatum zie voettekst

Overzicht ruimtebehoefte per functie cq privacy level

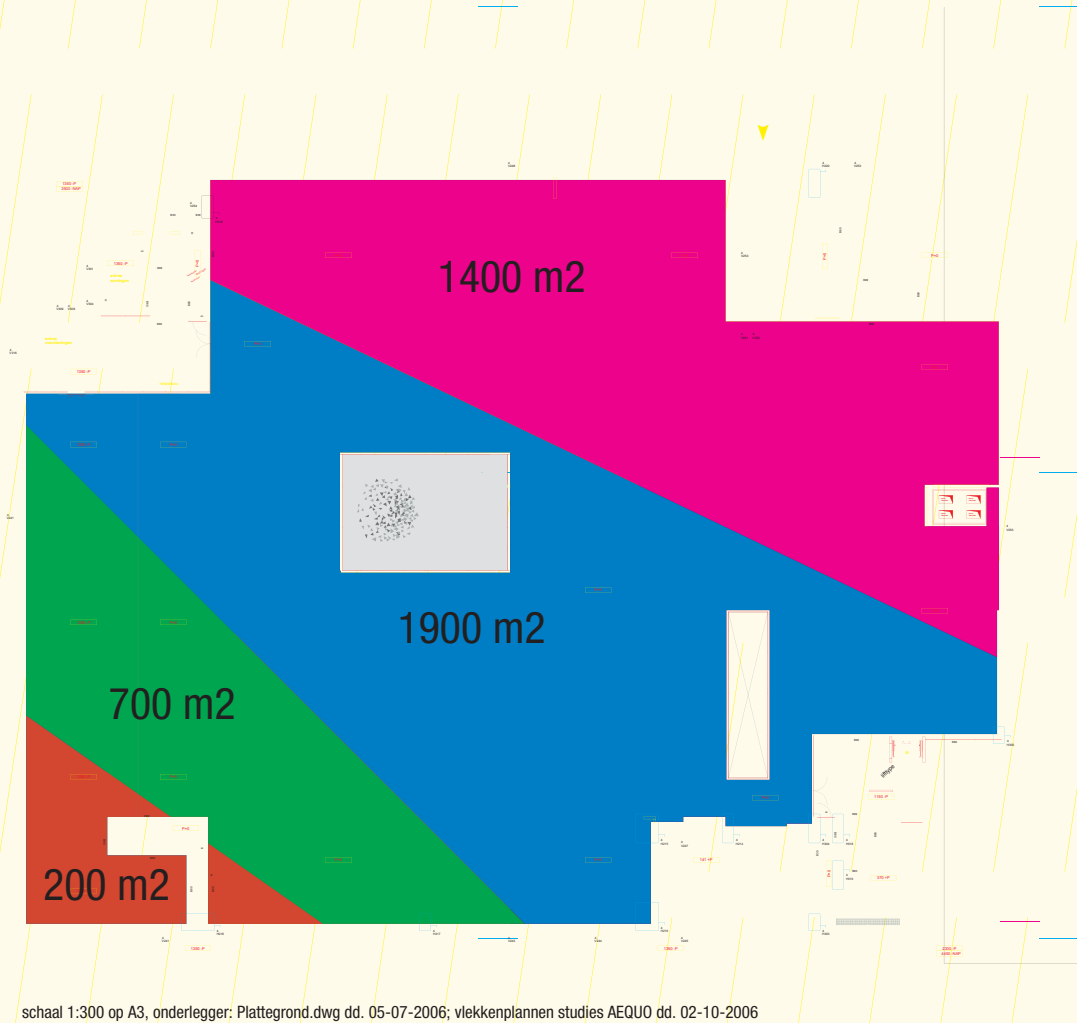
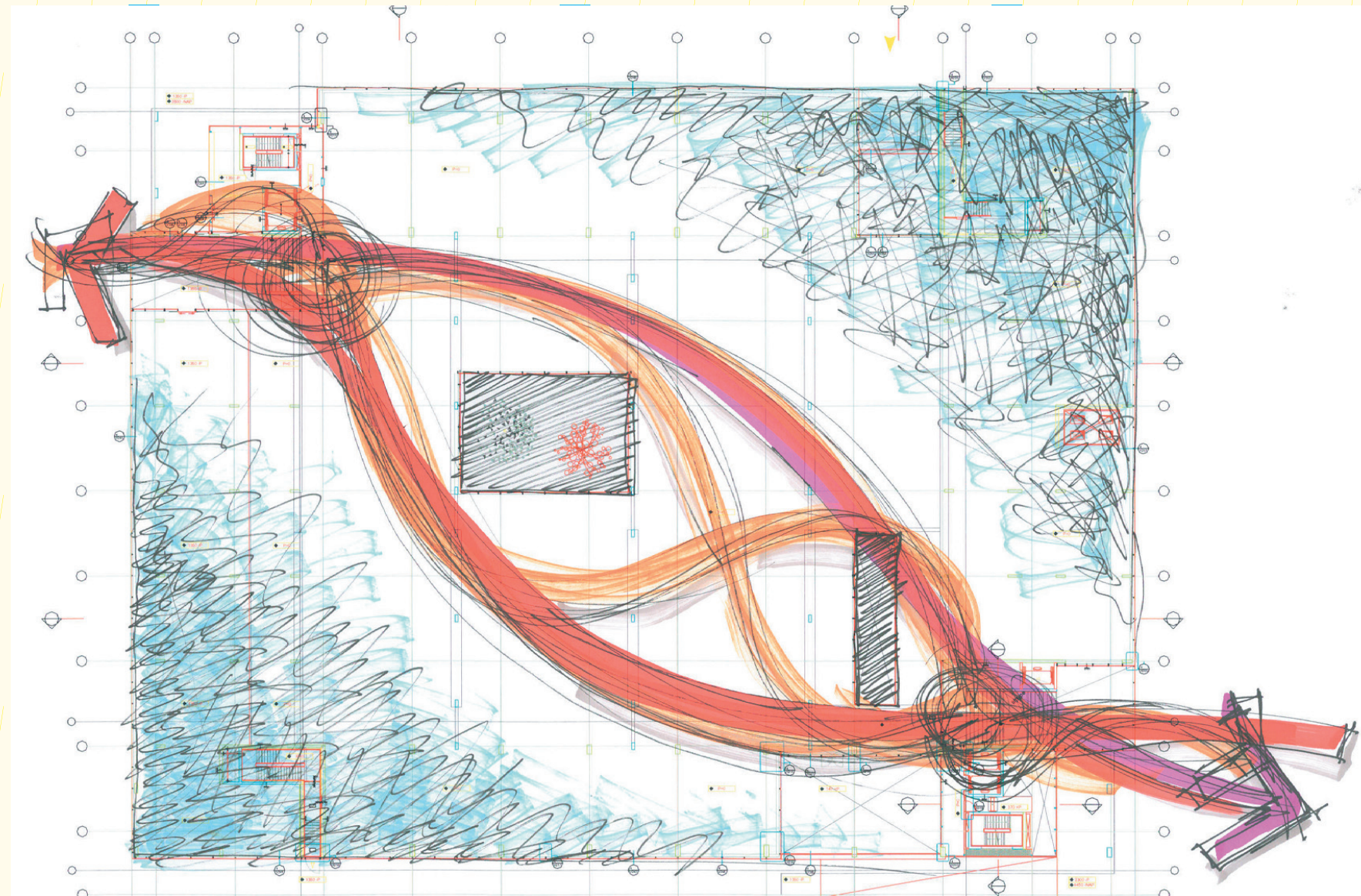
omschrijving	aantal	net m2/stuk	net m2	level
Totaal			2679,0	
Level 1: Gemeenschappelijk, openbaar, altijd open			755,0	
HUM Gemeenschappelijk garderobe, 2 toilets, miva toilet	1	22	22	1
HUM Gemeenschappelijk infobalie	1	10	10	1
HUM Gemeenschappelijk recreatief MF ruimte	1	60	60	1
HUM Gemeenschappelijk restaurant/lees/internet	1	280	280	1
SBA SONOR/WONIO Gemeenschappelijk receptie ed	1	24	24	1
SBA Gemeenschappelijk entree, bar, keuken, balie	1	200	200	1
SBA Gemeenschappelijk garderobe, 2 toilets, miva toilet	1	10	10	1
SBA Jongeren entree	1	10	10	1
GBR gemeenschappelijk internetterras	1	70	70	1
GBR Gemeenschappelijk leesfotel	1	35	35	1
GBR Gemeenschappelijk informatiepunt	1	10	10	1
GBR Gemeenschappelijk copyshop	1	5	5	1
GBR Gemeenschappelijk entree	1	8	8	1
GBR Gemeenschappelijk toiletten publiek + miva	1	11	11	1
Level 2: Gemeenschappelijk, openbaar, beperkt open			904,0	
SBA Grote zaal met scheidingswand	1	200	200	2
SBA Activiteitenruimten	2	35	70	2
SBA Jongeren activiteitenruimte	1	35	35	2
SBA Jongeren Kleine zaal	1	140	140	2
GBR Publiek activiteitenruimte	1	35	35	2
GBR Publiek collectie	1	424	424	2
Level 3: Openbaar, op uitnodiging			595,0	
HUM Dagopvang douche, toilet, wastafel, miva toilet	1	25	25	3
HUM Dagopvang keuken	1	10	10	3
HUM Dagopvang huiskamer	1	90	90	3
HUM Opslag/berging verpleeghulpmiddelen	1	40	40	3
HUM Zorghotel berging	1	15	15	3
HUM Zorghotel zit/slaapkamers	6	40	240	3
HUM Zorghotel huiskamer/pantry	1	40	40	3
HUM Restaurant spoel en warme keuken	1	45	45	3
HUM Restaurant berging	1	40	40	3
SBA Gemeenschappelijk berging/fust bij bar	1	50	50	3
Level 4: Niet openbaar, kantoren			425,0	
HUM Restaurant kantoor	1	12	12	4
HUM Kantoor spreekruimte 1	1	20	20	4
HUM Kantoor spreekruimte 2	1	20	20	4
HUM Kantoor manager zorg & welzijn	1	16	16	4
HUM Kantoor teamleider	1	14	14	4
HUM Kantoor zorgteams	2	20	40	4
HUM Personeel douches en garderobe	2	20	40	4
HUM Personeel toiletten incl voorruimte	1	10	10	4
SBA SONOR/WONIO Kantoor 3 pp	1	36	36	4
SBA SONOR/WONIO Kantoor vergaderruimte 20 pp	1	60	60	4
SBA Kantoor 3 pp	1	36	36	4
SBA Kantoor garderobe	1	4	4	4
SBA Kantoor repro + berging	1	9	9	4
SBA Kantoor spreekruimte	1	15	15	4
SBA Personeel toiletten	1	6	6	4
SBA Jongeren kantoor jongerenwerker	1	15	15	4
GBR Kantoor 4 pp	1	40	40	4
GBR Kantoor werkkast	1	2	2	4
GBR Kantoor toilet personeel	1	3	3	4
GBR Kantoor opslag afval	1	2	2	4
GBR Kantoor magazijn	1	15	15	4
GBR Kantoor entree personeel	1	4	4	4
GBR Kantoor pantry incl kleine keuken	1	6	6	4



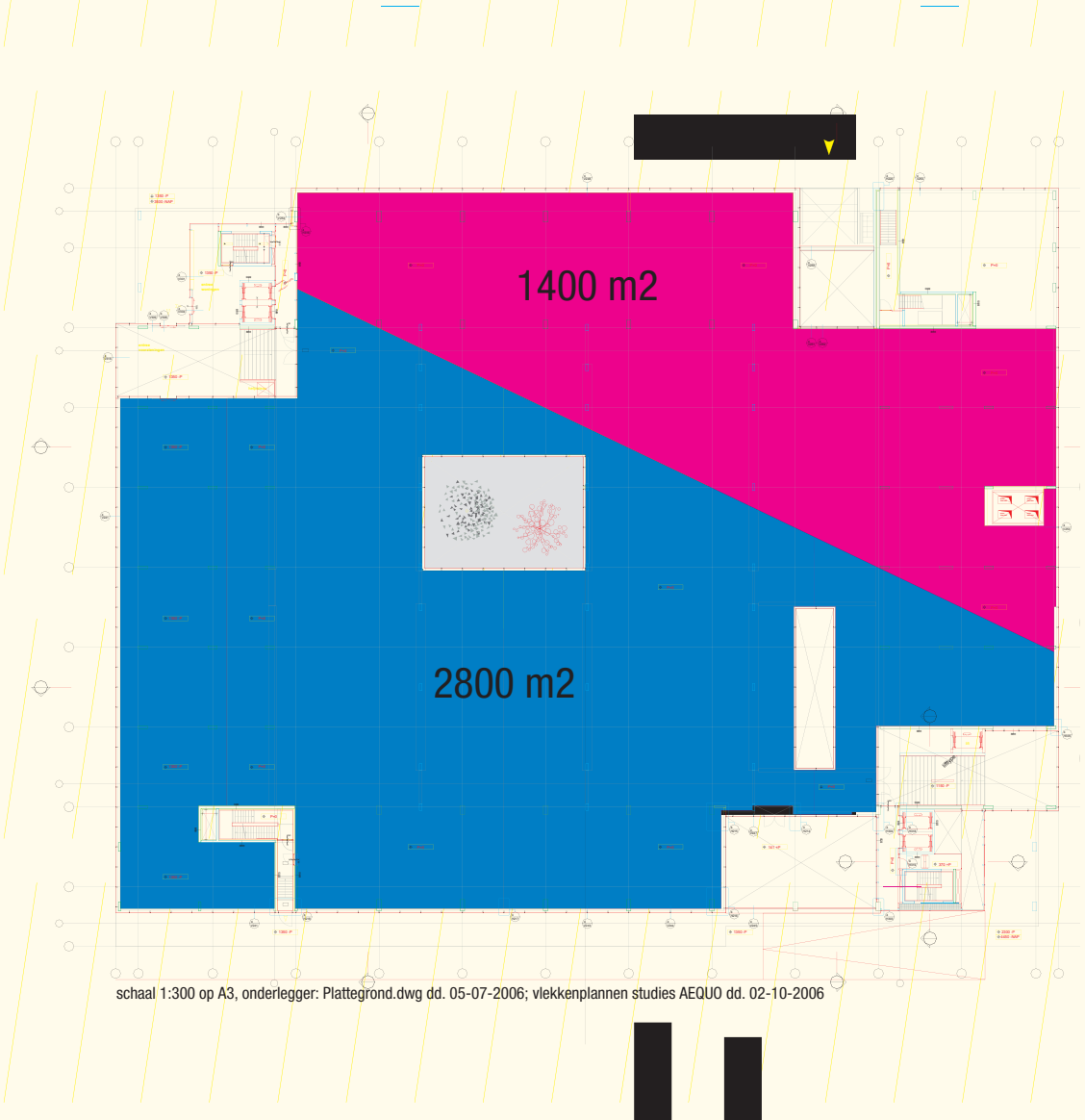
RESHUFFELING

Drie functies met elk een publiek en openbaar karakter binnen één openbare plattegrond vraagt om een herdefinitie van het programma van eisen: alleen dan kan er een eenduidig en goed werkend gebruik van het interieur ontstaan.

Daarom worden alle functies opnieuw bekeken en ingedeeld volgens een overkoepelend principe van privacy levels. Immers, elke functie - of het nu de collectie van de Bibliotheek, het kantoor van SBA of het restaurant van Humanitas is - heeft een bepaalde hoeveelheid privacy nodig. Deze levels van privacy koppelen de van oorsprong verschillende functies opnieuw en op een nieuwe manier aan elkaar, waardoor een nieuw en homogeen programma van eisen ontstaat. Vergelijk nevenstaand overzicht met dat van de vorige pagina.



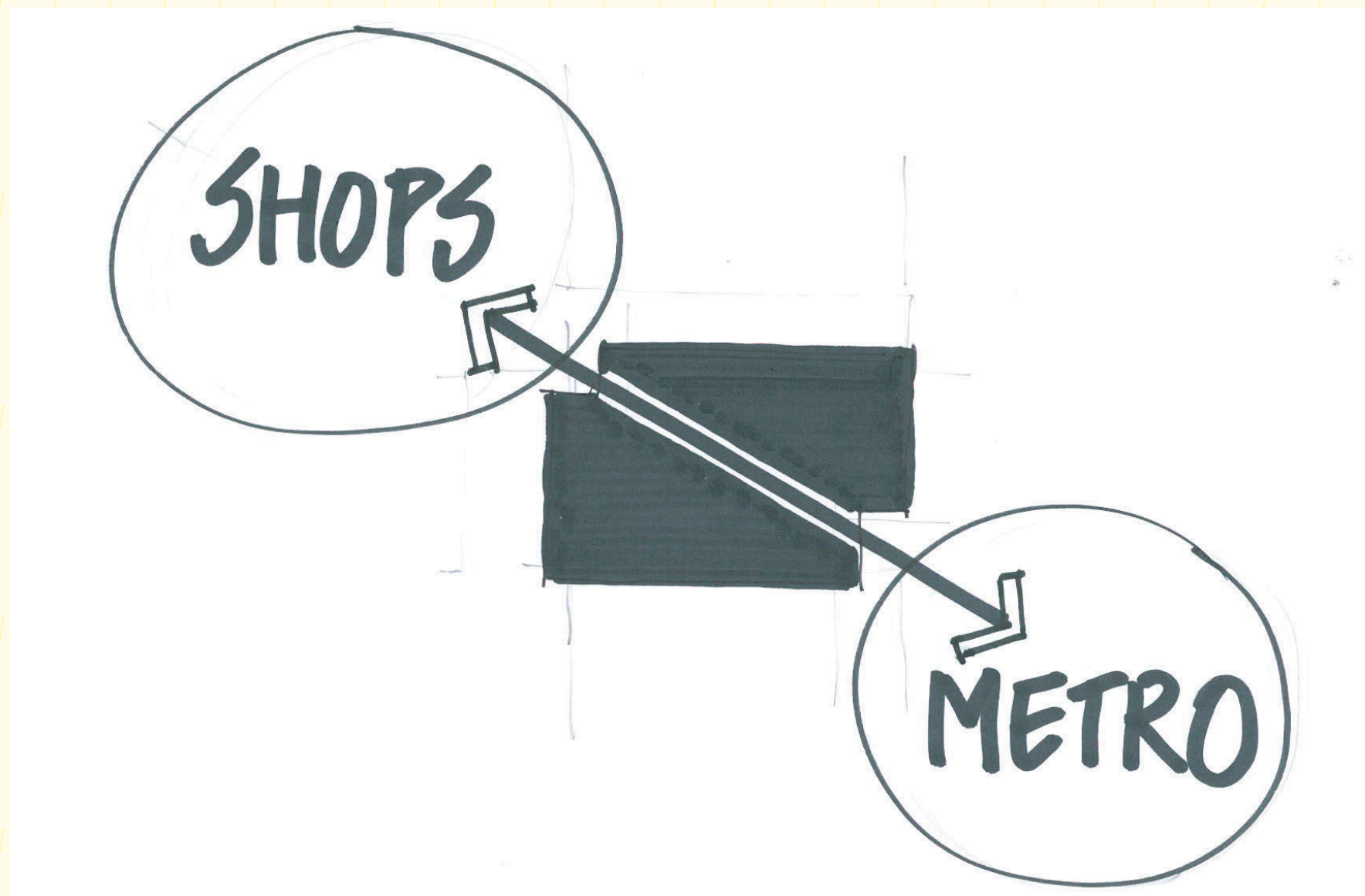
schaal 1:300 op A3, onderlegger: Plattegrond.dwg dd. 05-07-2006; vlekkenplannen studies AEQUO dd. 02-10-2006



schaal 1:300 op A3, onderlegger: Plattegrond.dwg dd. 05-07-2006; vlekkenplannen studies AEQUO dd. 02-10-2006

UITGANGSPUNT

De Kristal ligt ingeklemd tussen een winkelcentrum en een metrostation [linksonder]. Hierdoor ontstaat een voetgangersbeweging door het gebouw heen [linksboven] die cruciaal is voor het ontwerp van het gebouw, en dus ook voor het ontwerp van het interieur. Doordat het programma opnieuw is gerangschikt, is het nu mogelijk het programma als geheel en met deze beweging in gedachten in de plattegrond te projecteren [boven]. Hierdoor wordt een diagonale ruimtelijke beleving mogelijk.



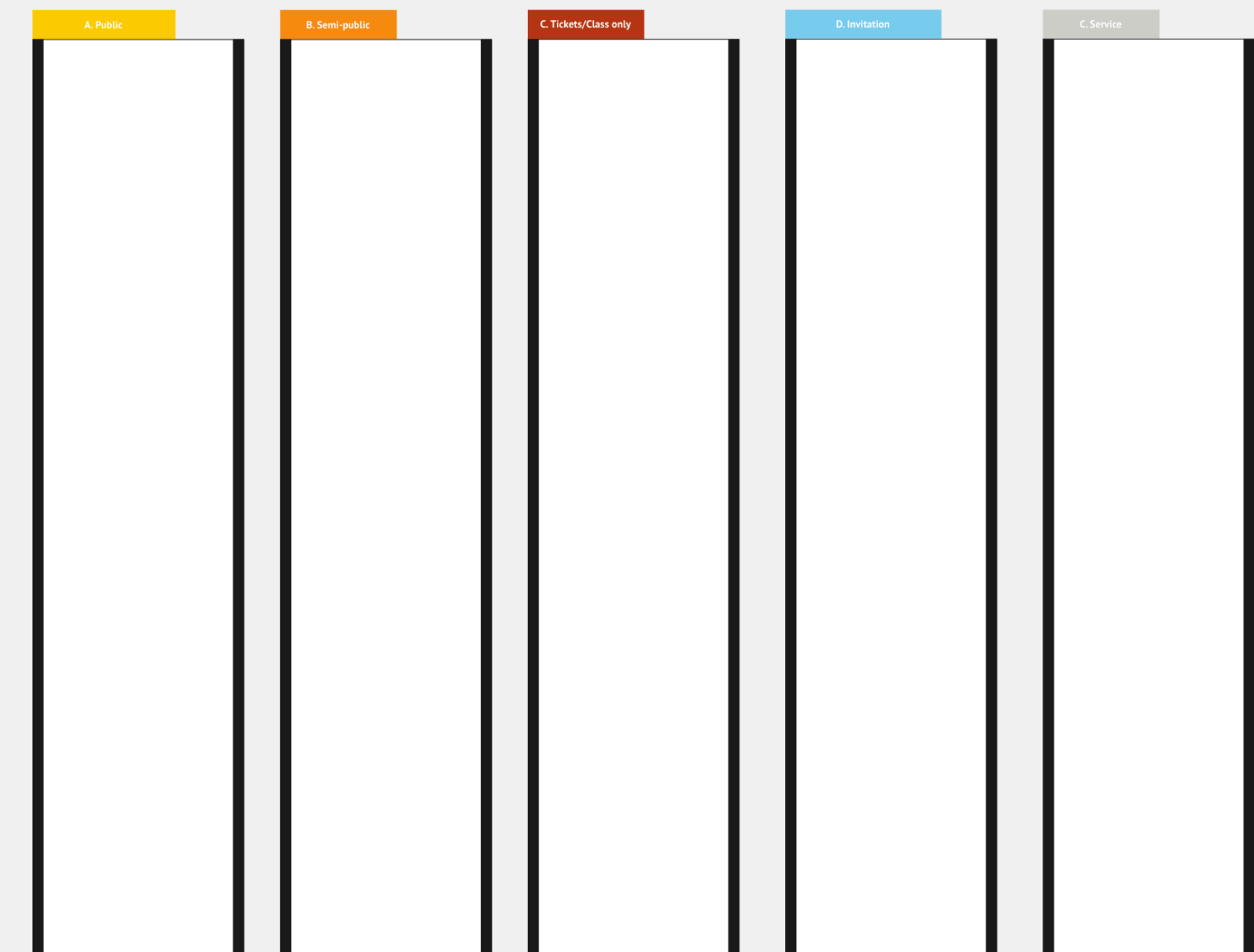
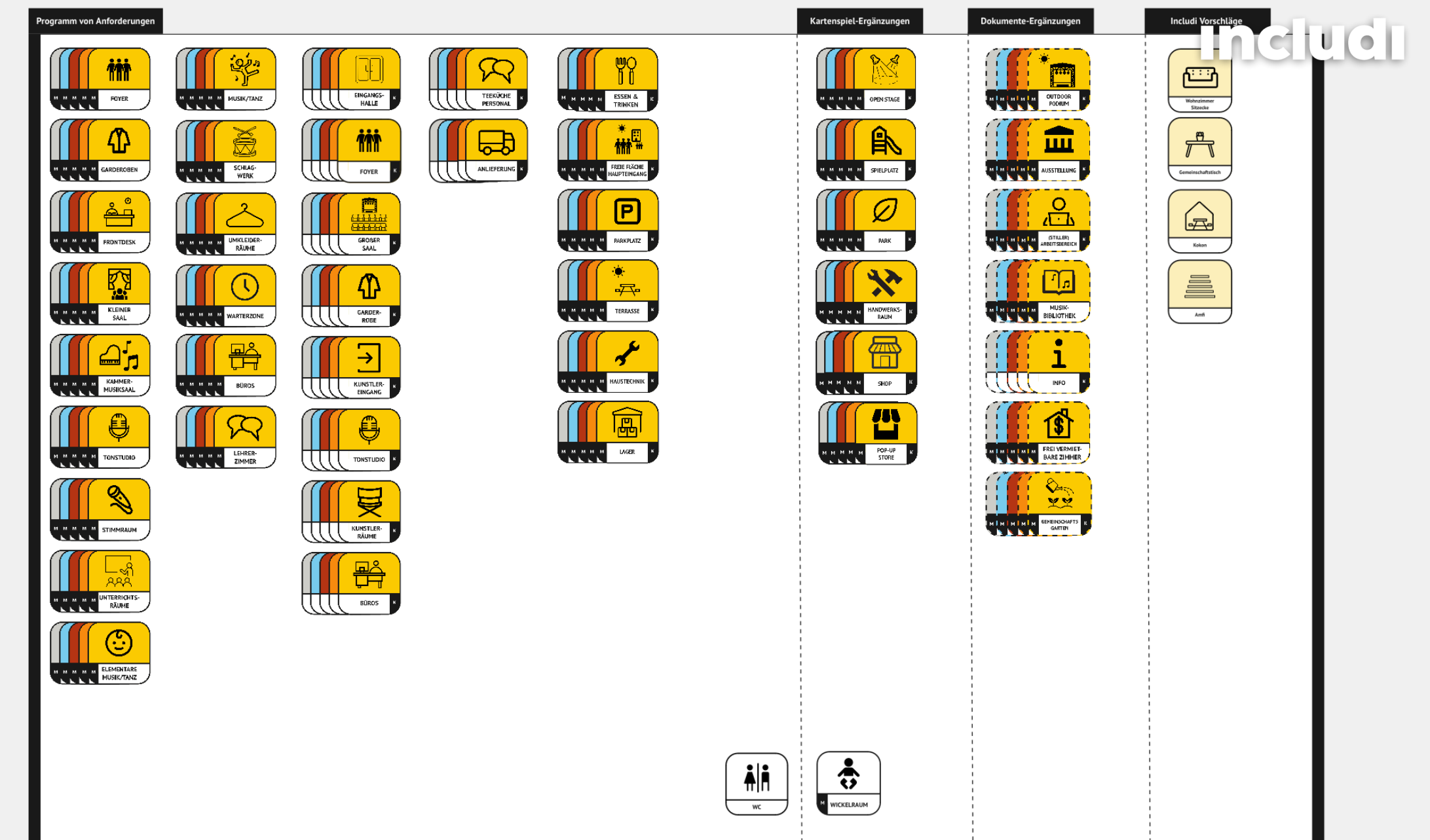
ÖFFENTLICH KEITSKOEFFI ZIENT

- **Public** (*immer offen, kostenlos*)
- **Semi-Public** (*Reservierung, kostenlos*)
- **Tickets/~~Class~~ Only** (*Reservierung, nicht kostenlos*)
- **Invitation** (*auf Einladung, kostenlos*)
- **Service** (*nicht zugänglich, nur für Personal oder mit Berechtigung*)

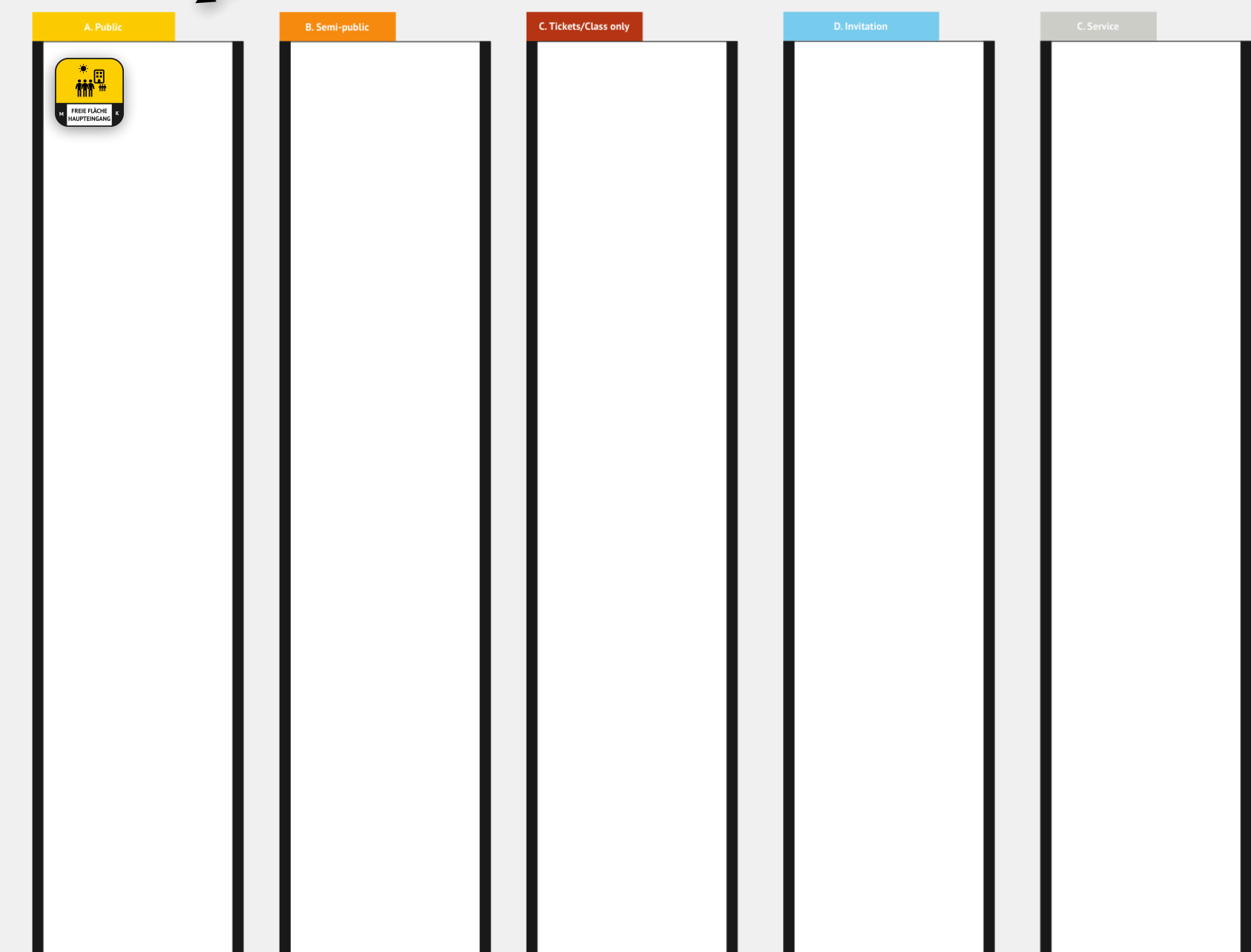
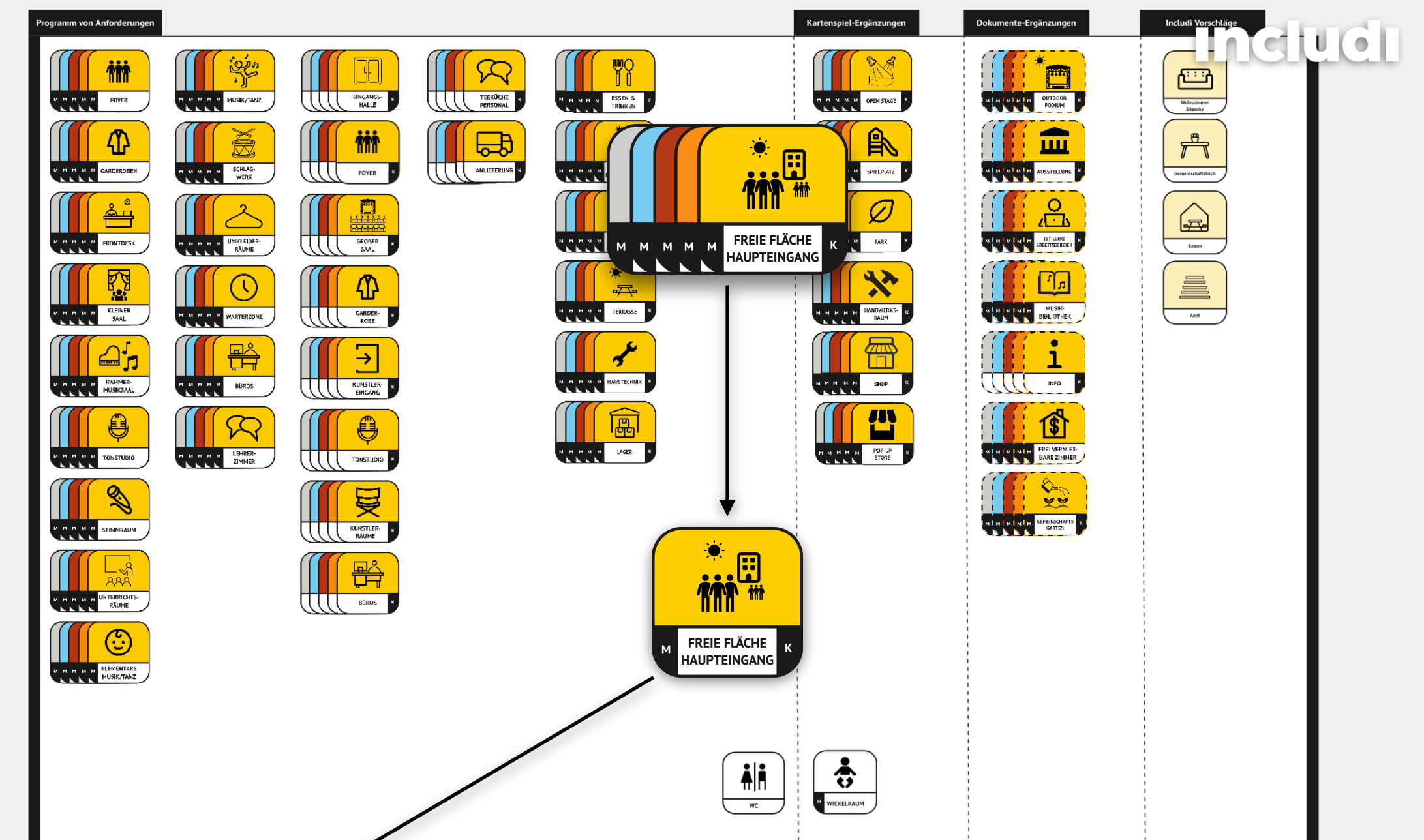
GRAD DER ÖFFENTLICH KEIT

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

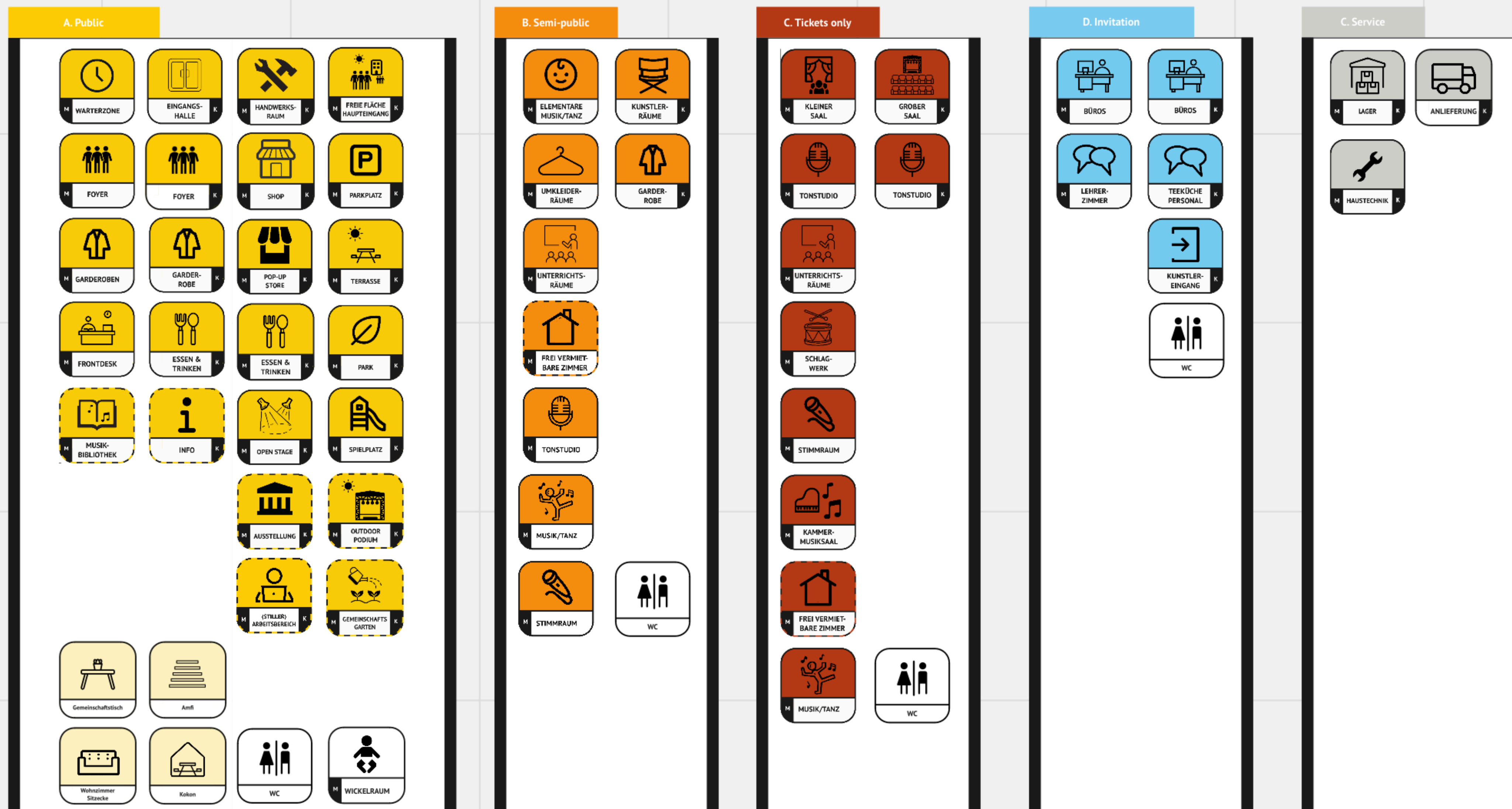
ÖFFENTLICH KEIT BESTIMMEN



WAY TO GO

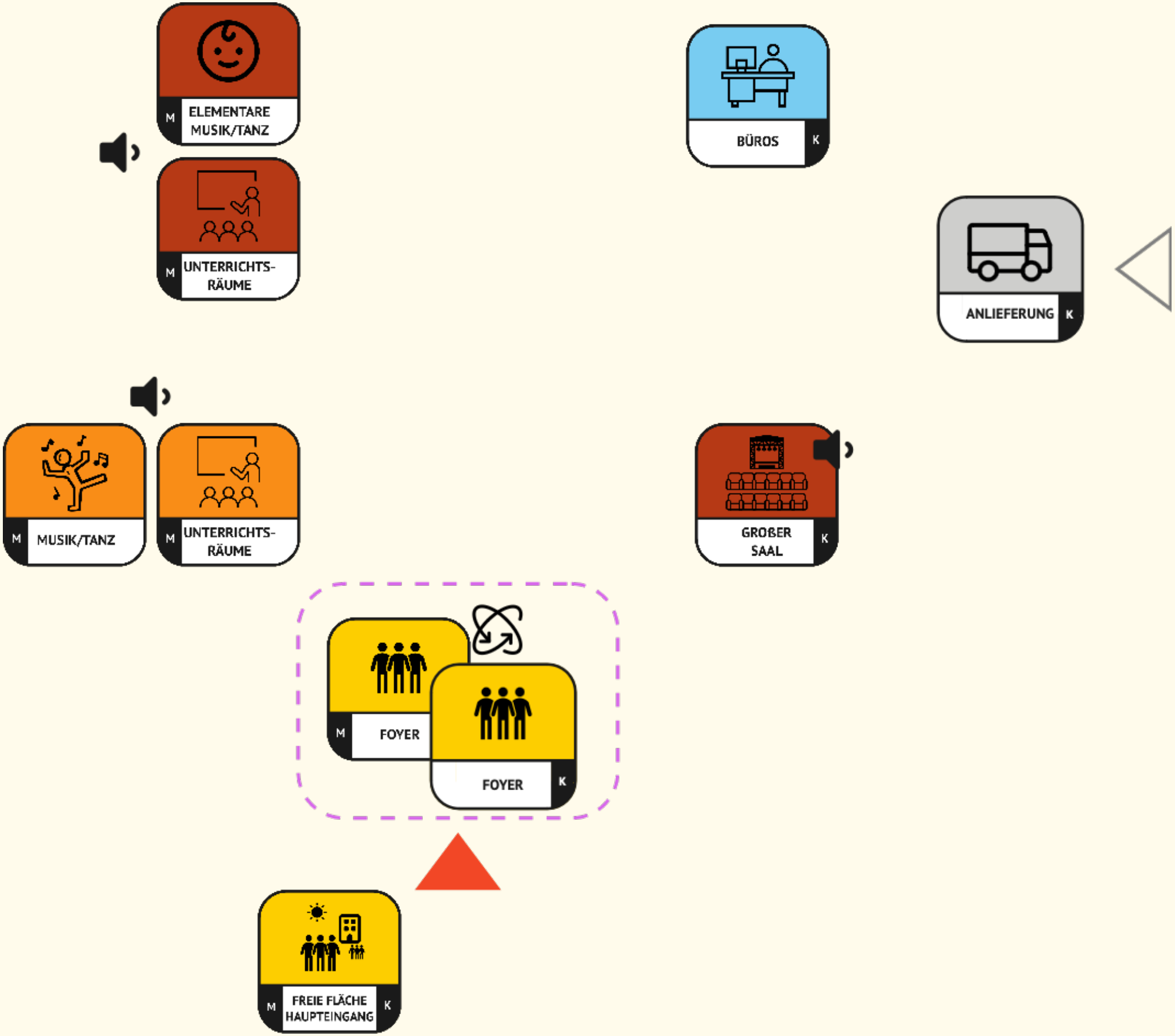


VON ÖFFENTLICH ZU PRIVAT

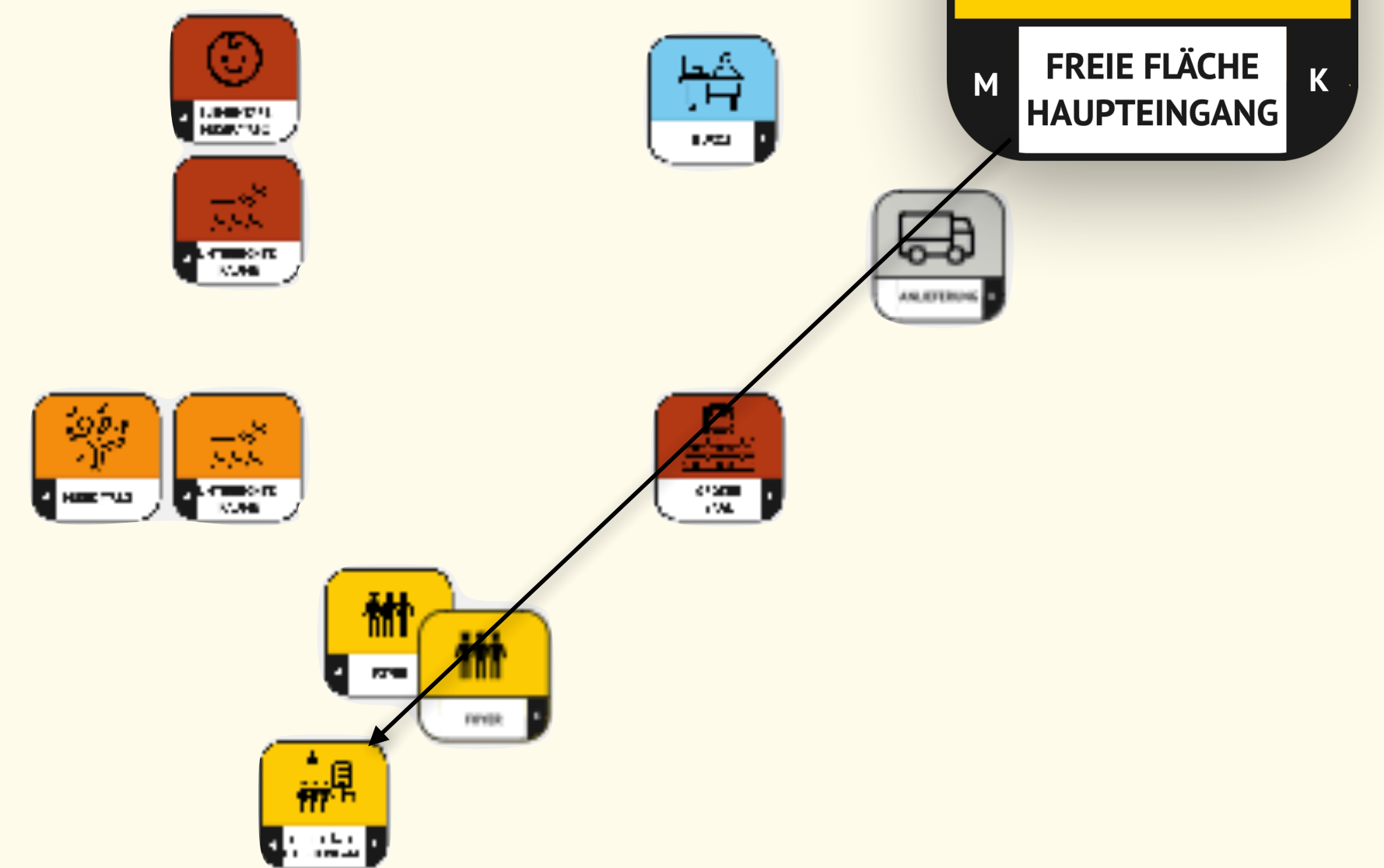
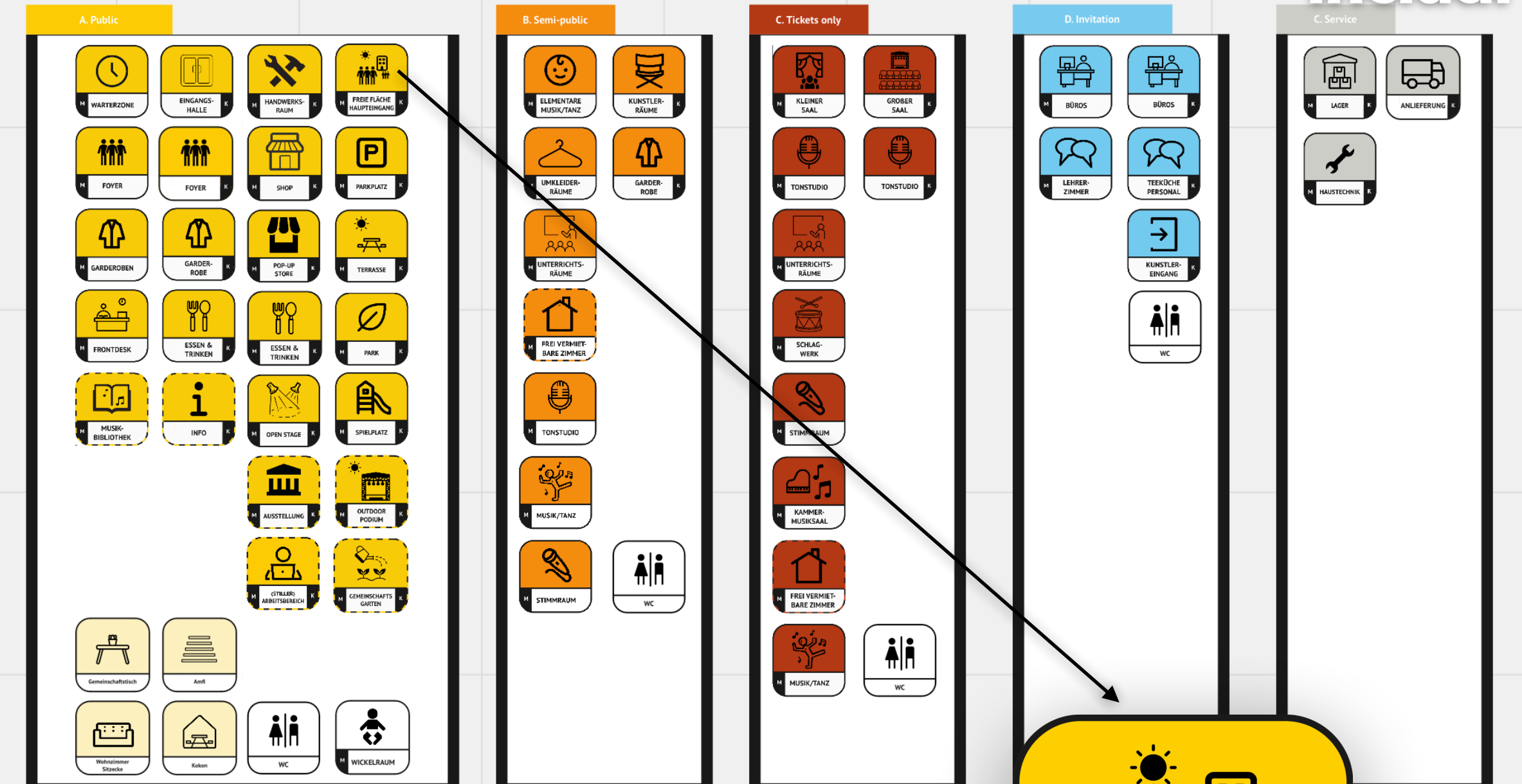


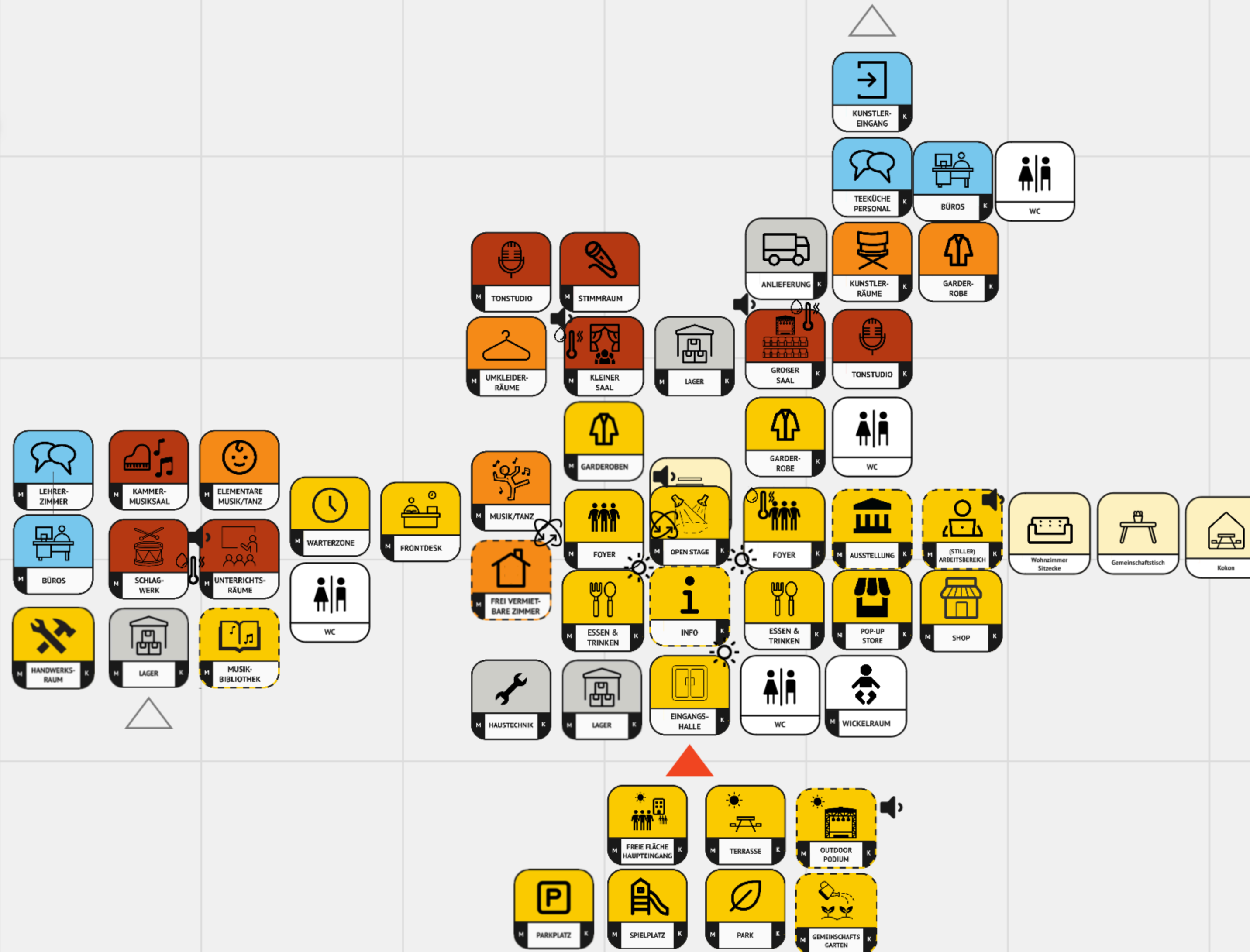
DIE RÄUMLICHEN BEZIEHUNGEN RUNDE 2

POSITION BESTIMMEN

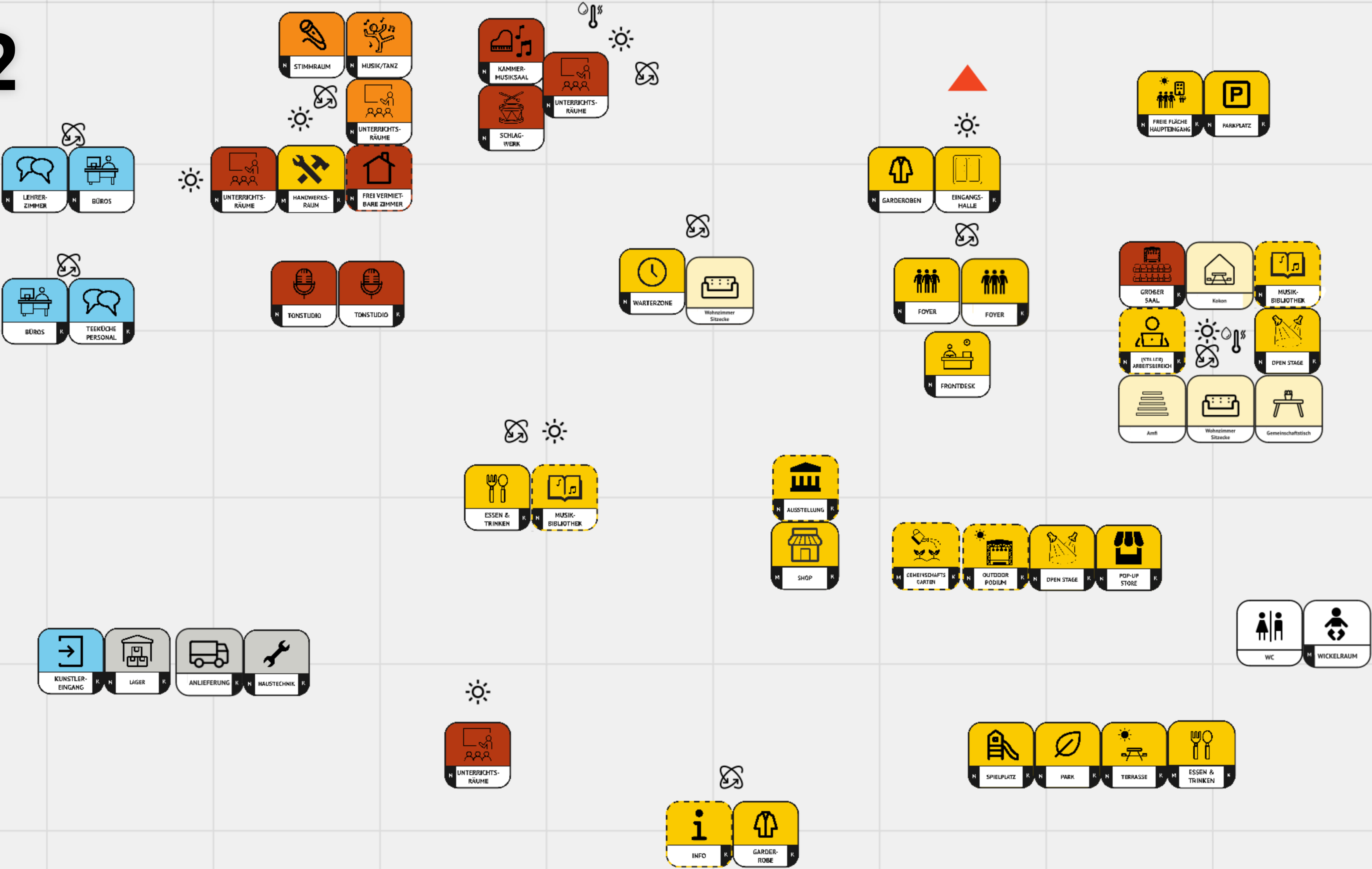


WAY TO GO

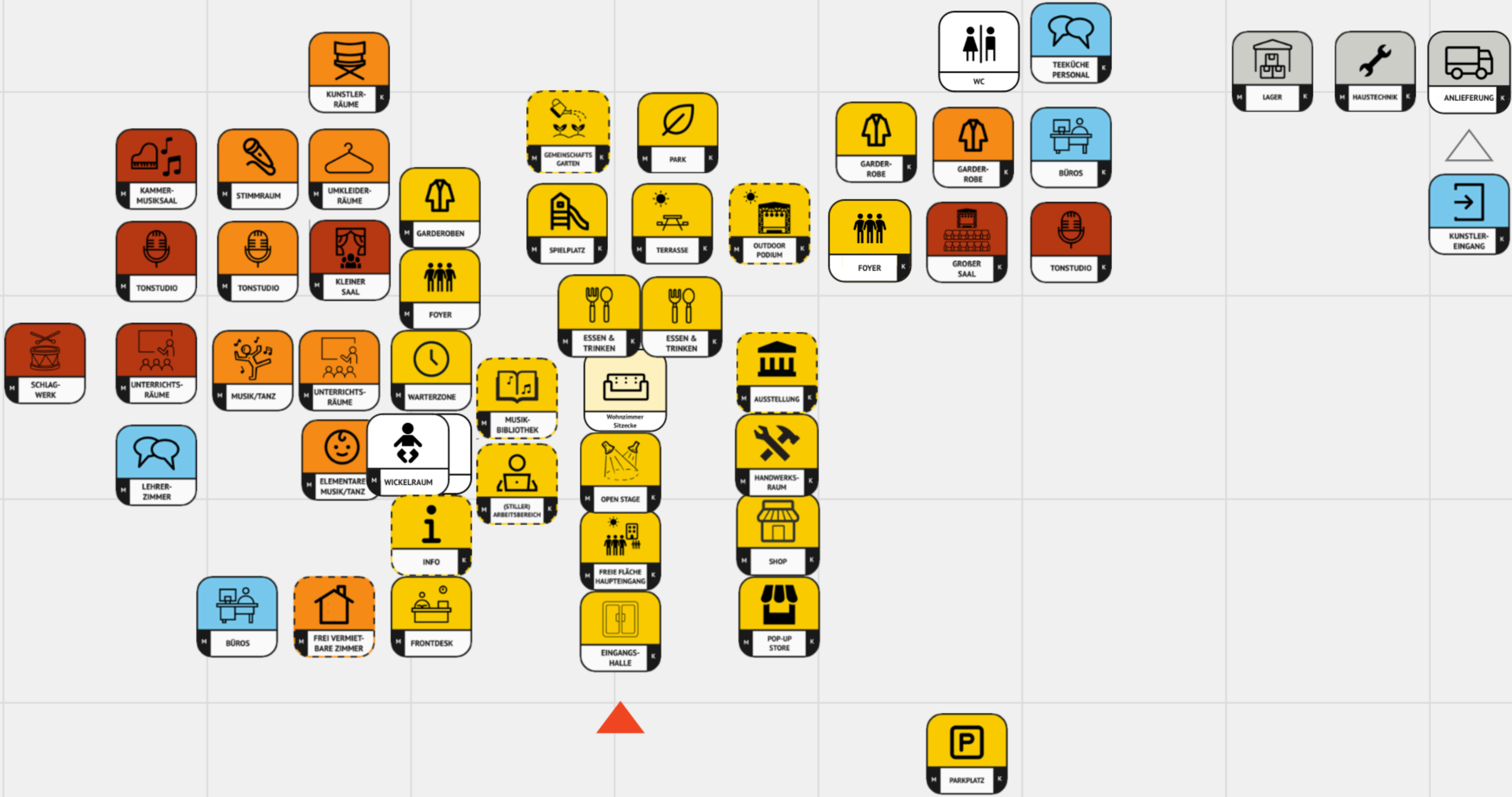




TEAM 2



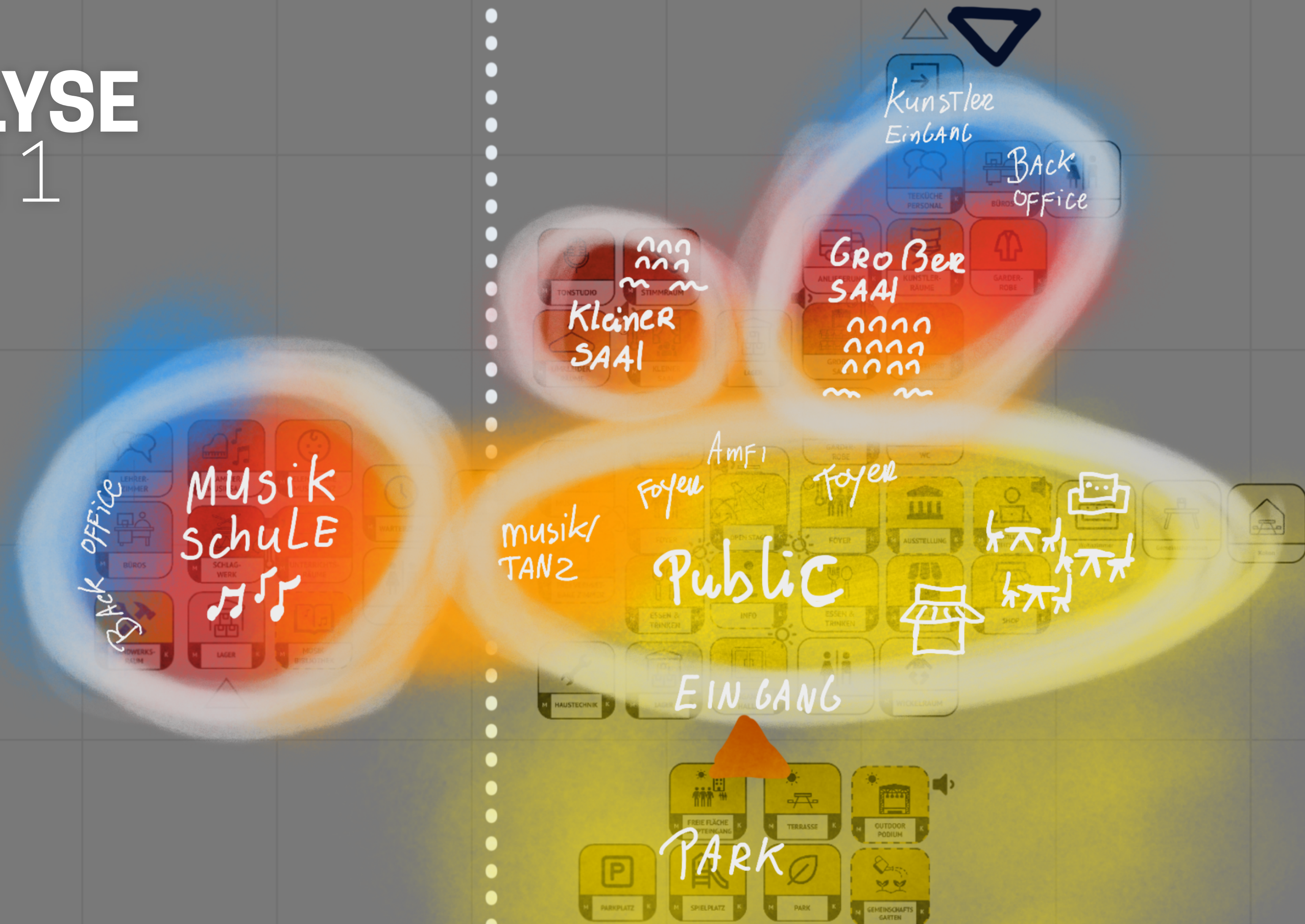
TEAM 3



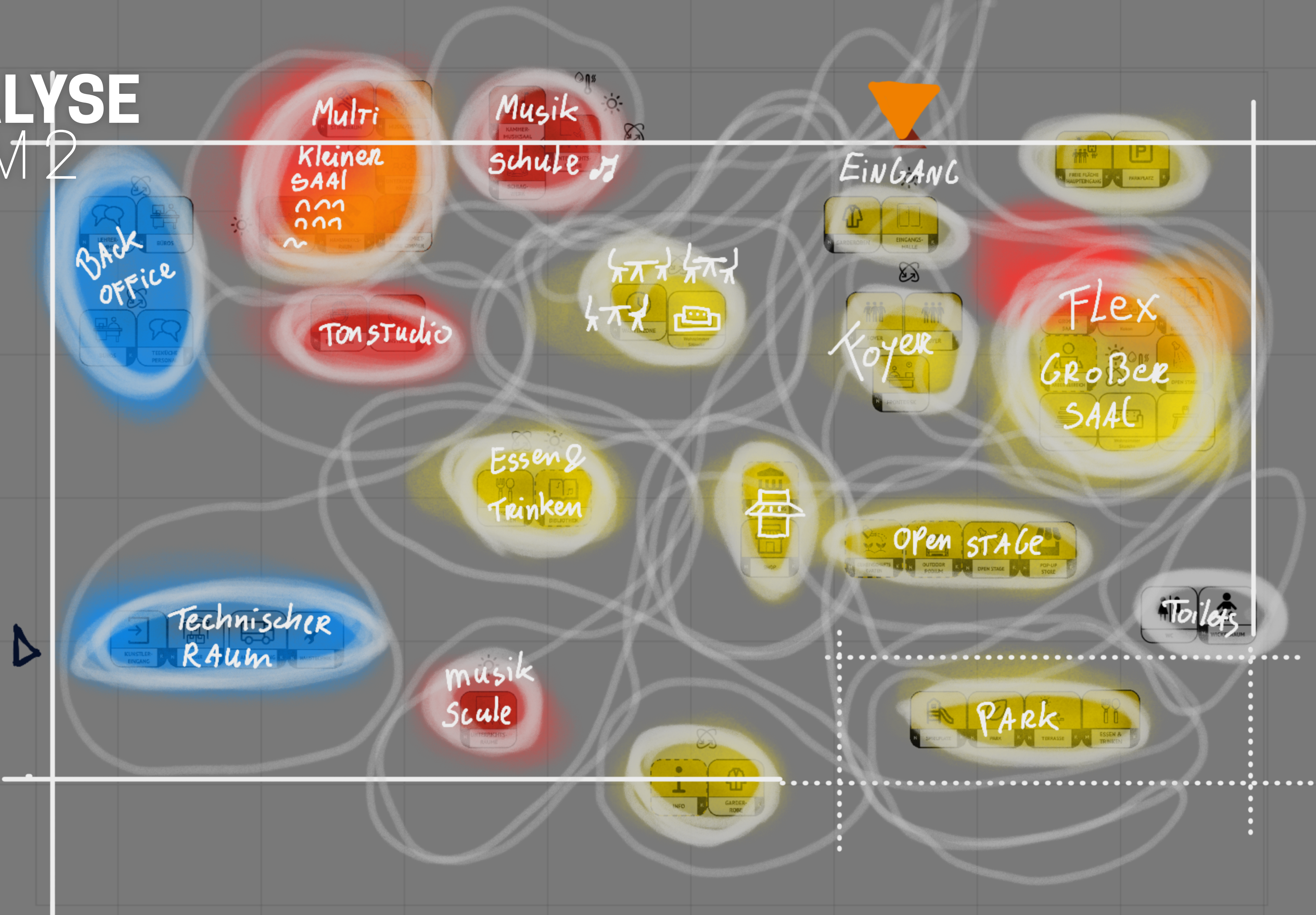
ANALYSE

TEAM 1

includi



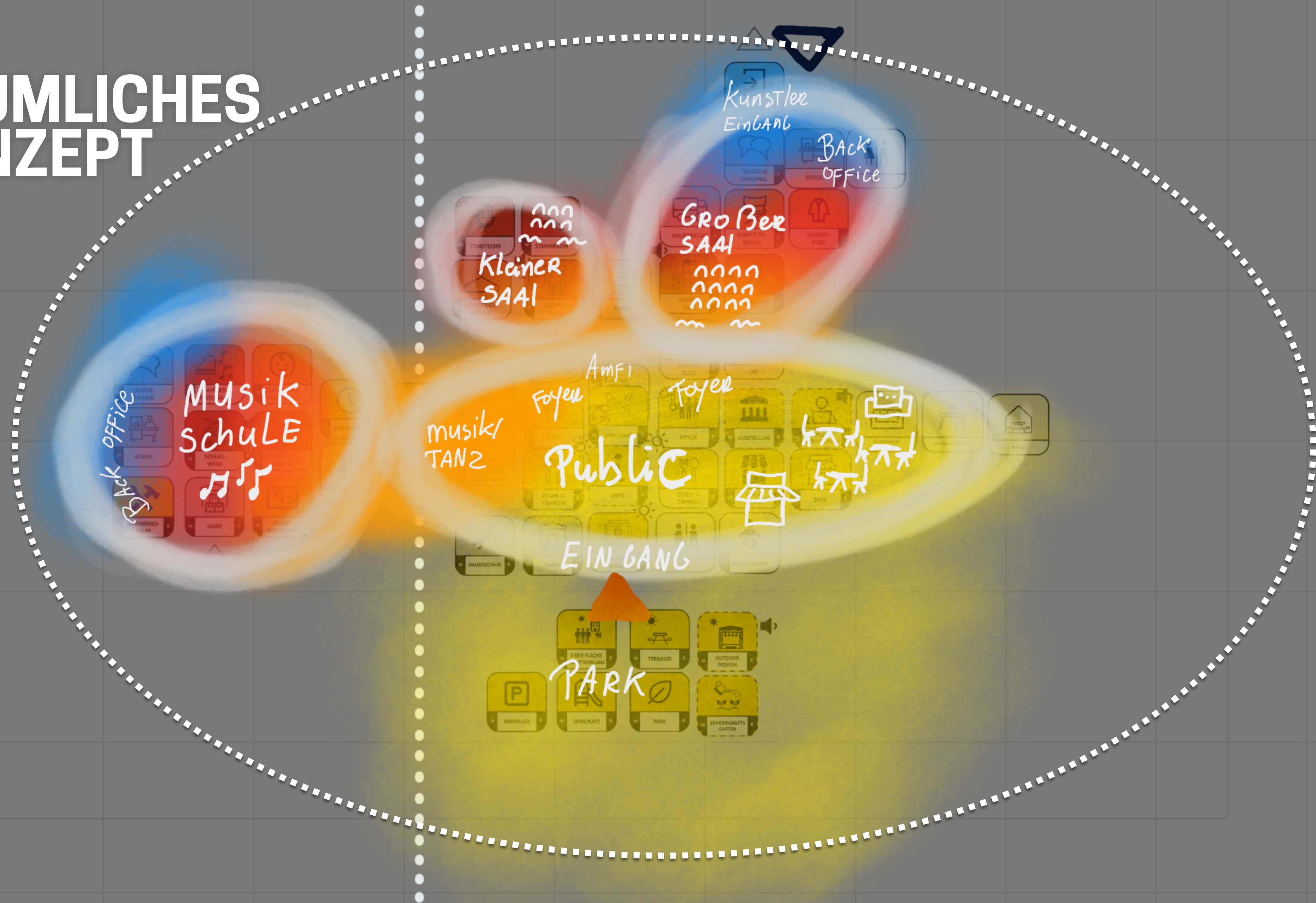
ANALYSE
TEAM 2



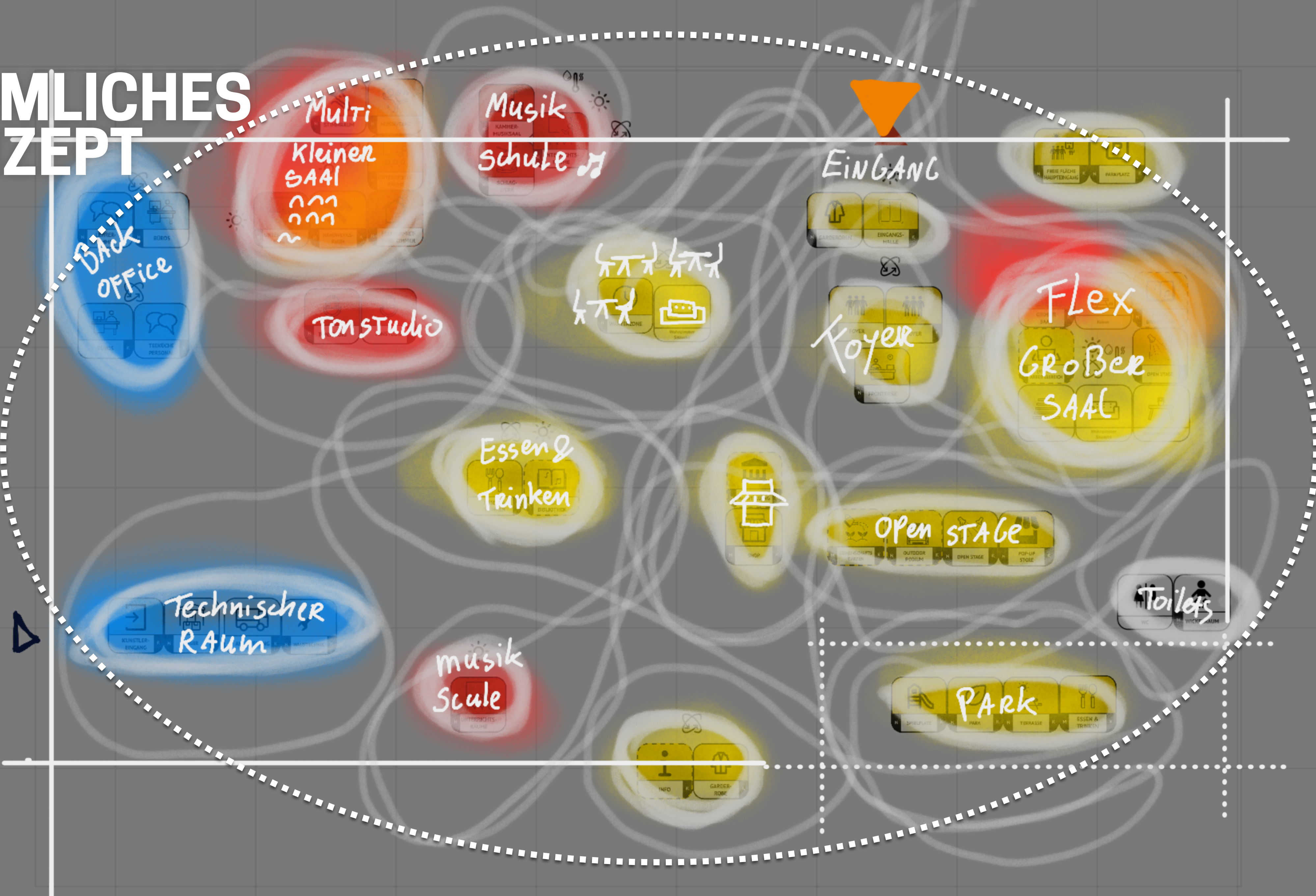


RÄUMLICHES KONZEPT

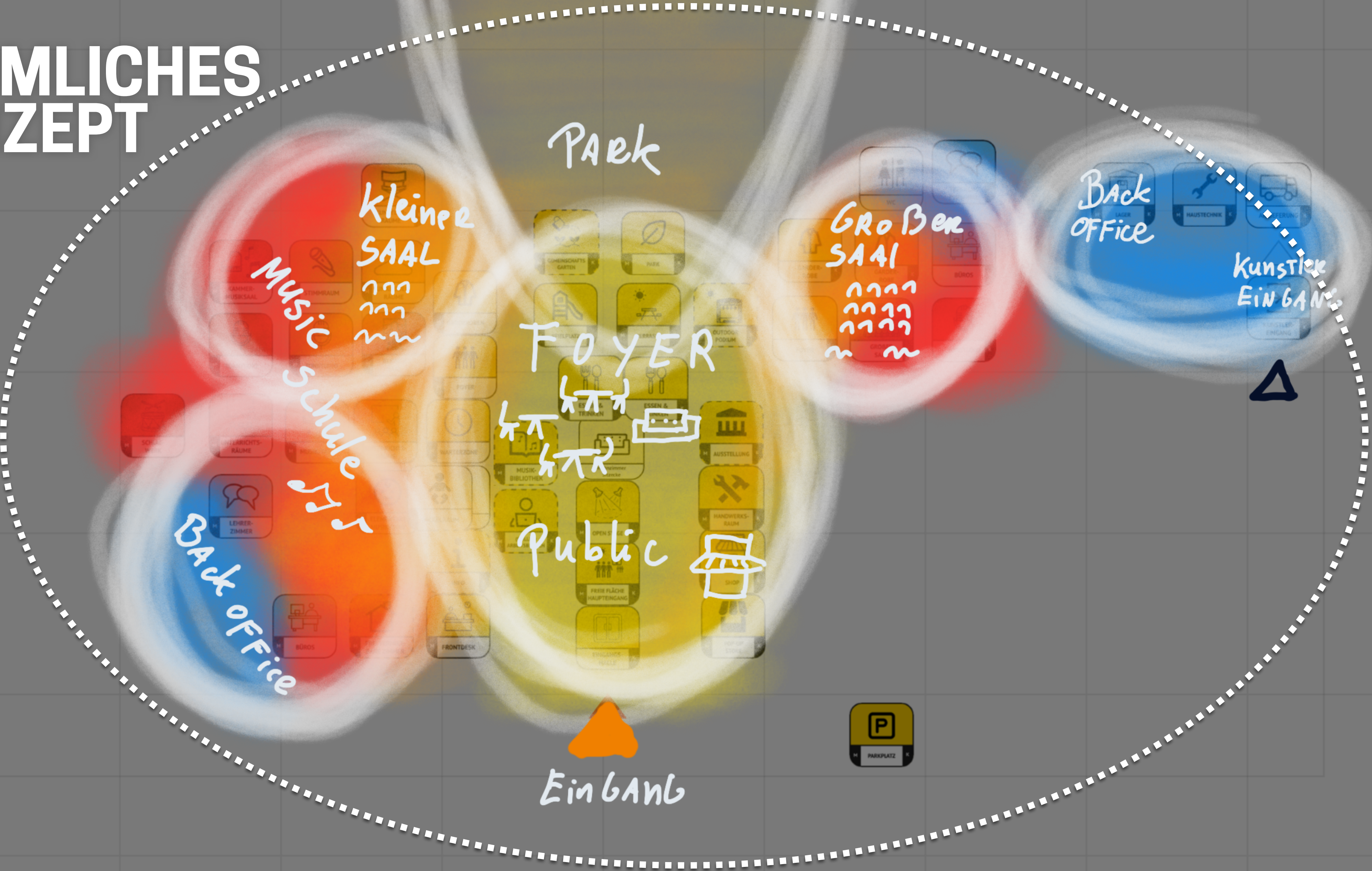
includi



RÄUMLICHES KONZEPT



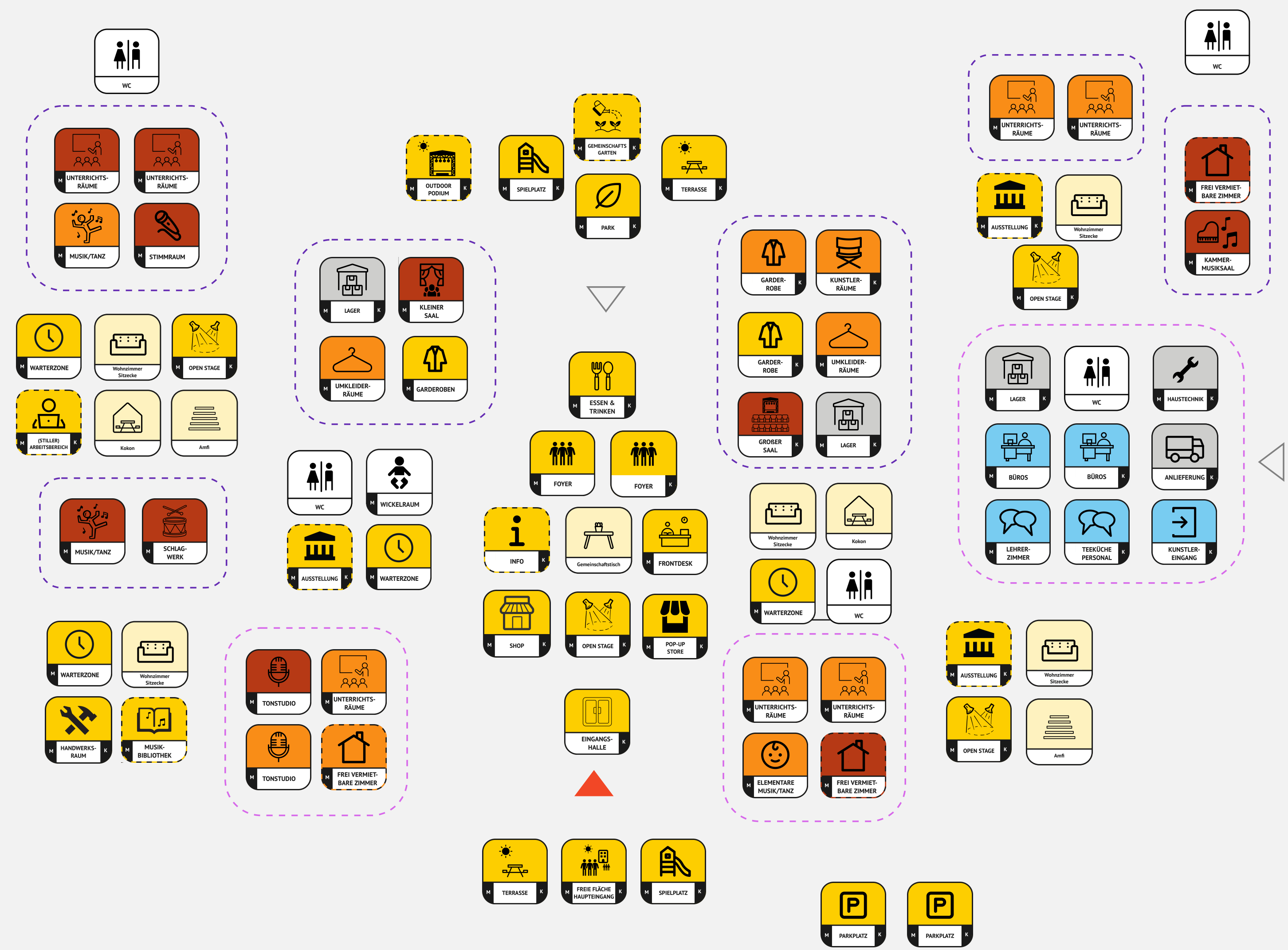
RÄUMLICHES KONZEPT



RÄUMLICHES KONZEPT

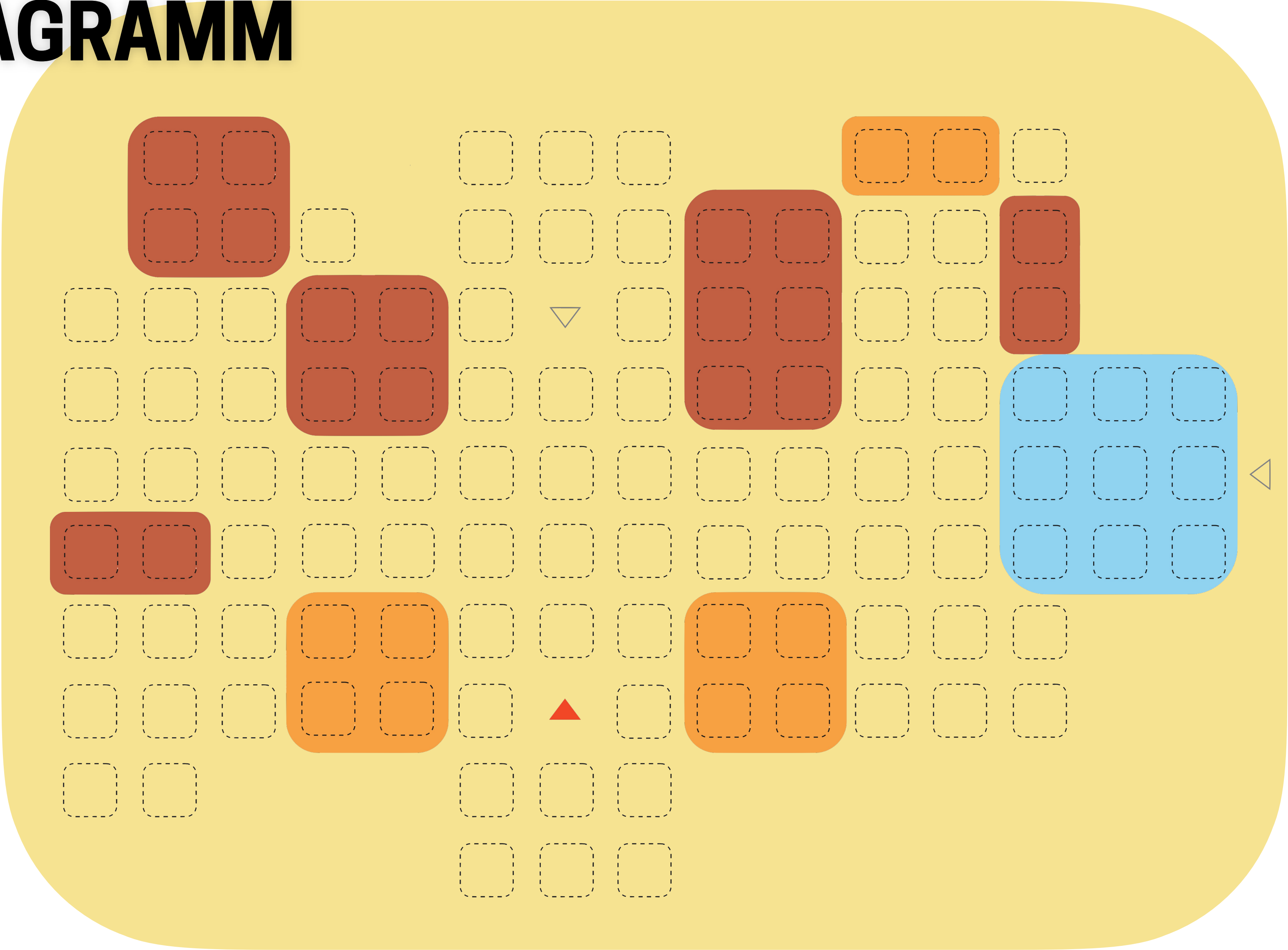


STUDIE



RAUMDIAGRAMM

GRID



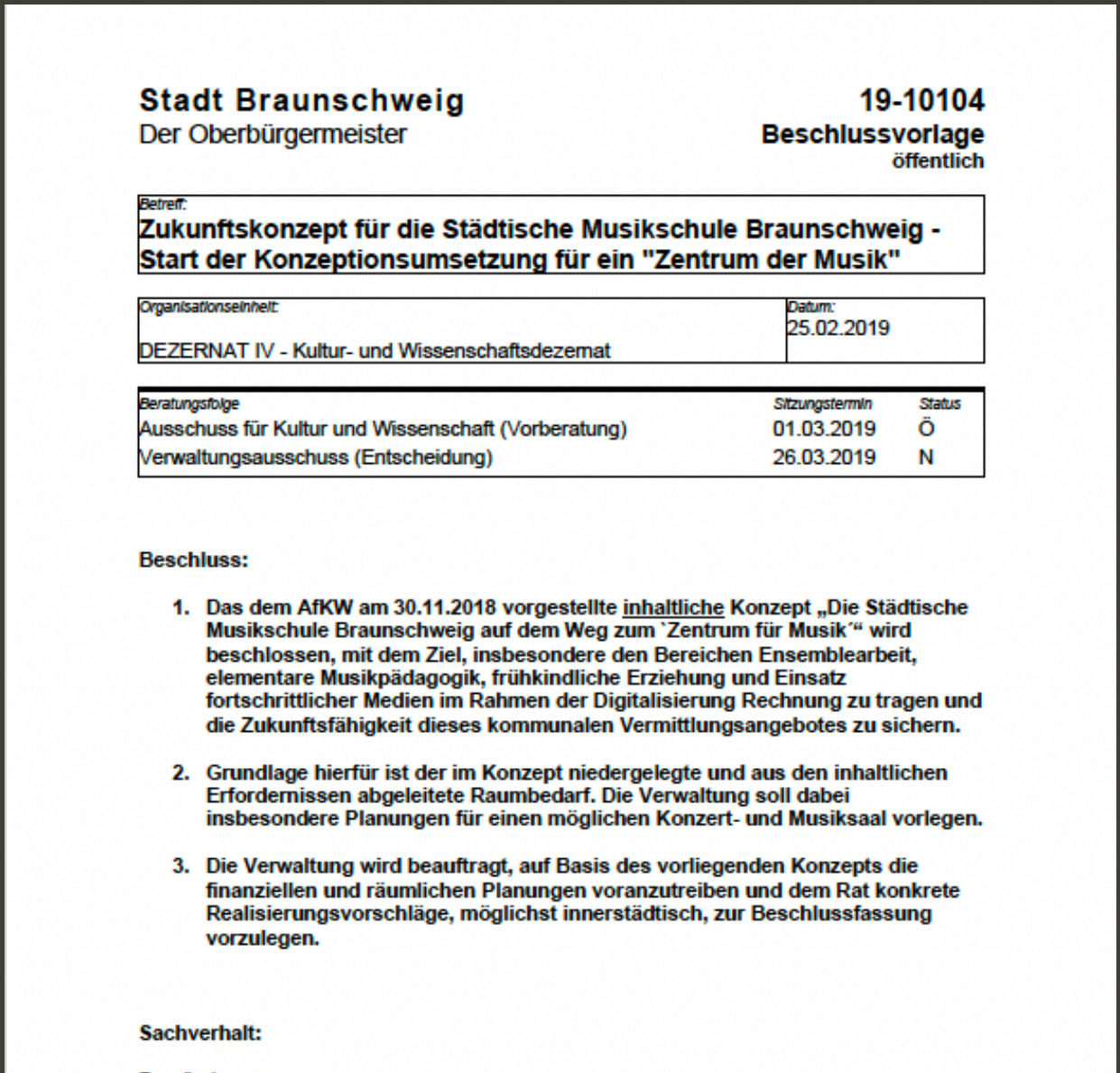
DIE TYPOLOGIE

DOKUMENTENANALYSE

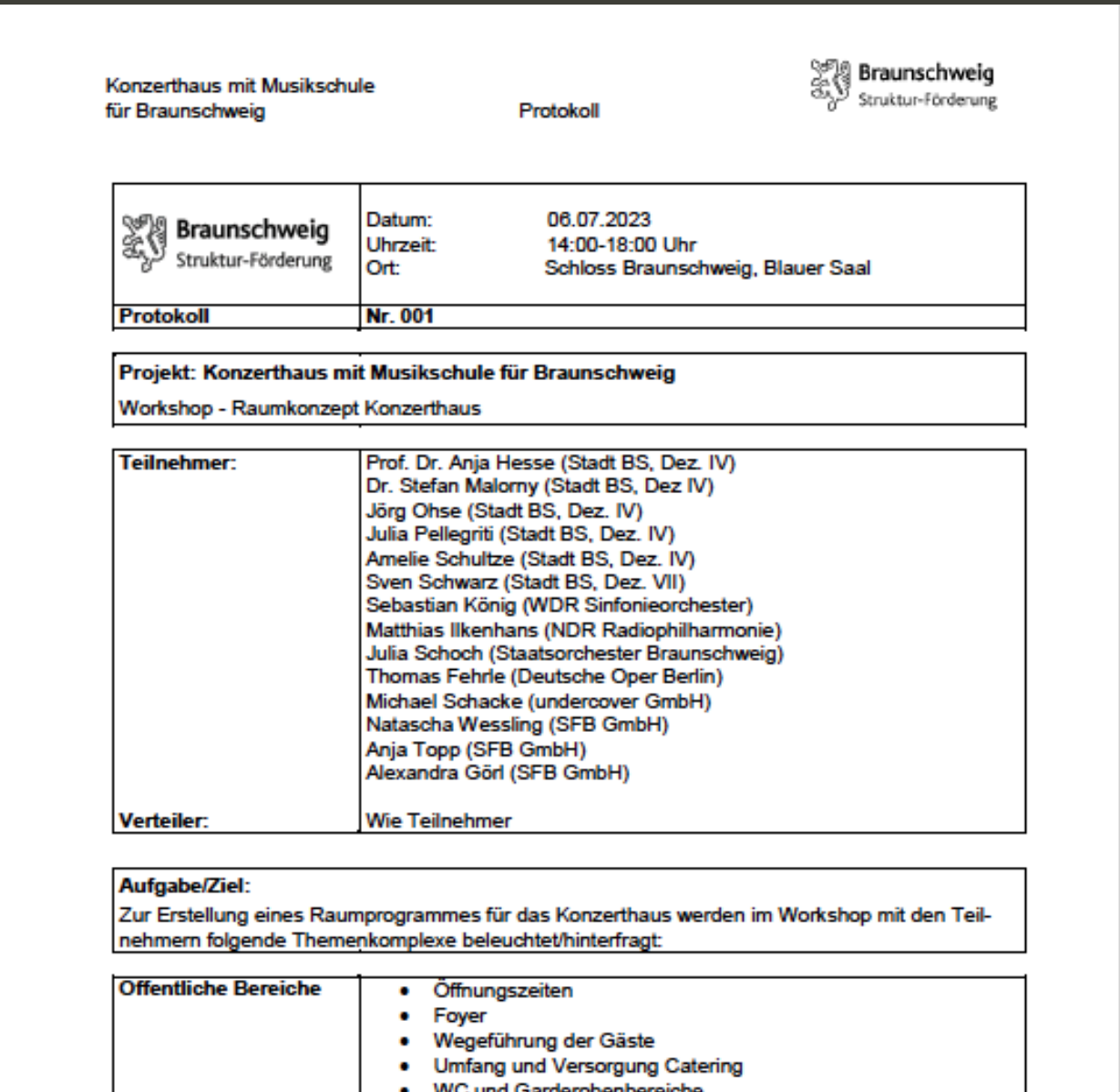
METHODE



Machbarkeitsstudie Musikschule und
Konzerthalle Braunschweig
Kapitel 4



Zukunfts-konzept für die Städtische
Musikschule Braunschweig.pdf



Protokoll Konzerthaus Workshop.pdf

PHYSIOLOGICAL

SPATIAL NEEDS A

A1 VISIBILITY

Prominent location, Sichtachse des Hauptbahnhofs.

A2 LOW - THRESHOLD

Sichere Verkehrssituation am Eingang, leichter Zugang für Familien und Kinder

A3 COMFORT

Regulierbares Raumklima, gute Akustik und Beleuchtung. Bequeme und gemütliche Wartebereiche.

A4 FOOD & DRINKS

Wichtig, um alle Sinne des Besuchers anzusprechen und einen lebendigen Ort der Begegnung zu schaffen.

A5 ACCESSIBILITY

Gute Zugänglichkeit für Menschen mit körperlichen Behinderungen und Transport von Instrumenten.

SAFETY

SPATIAL NEEDS B

B1 SAFETY

Kinder können sicher herumlaufen, Schutz wertvoller Materialien.

B2 ORIENTATION

Klare Orientierung für die verschiedenen Nutzungen des Gebäudes.

B3 USABILITY

Ergonomisch geeignet für verschiedene Zielgruppen, auch für Kinder. Einfache Beweglichkeit von Möbeln und Instrumenten.

B4 IN OUT CONNECTION

Der Außenbereich kann für Veranstaltungen und Aktivitäten genutzt werden.

B5 OVERFLOW SPACES

Klare Trennung zwischen Backstage- und Frontstage-Funktionen.

SOCIAL

SPATIAL NEEDS C

C1 HOSPITABLE

Räume, die dazu einladen, länger zu bleiben und andere zu treffen.

C2 GROUP SPACES

Viel Platz für große Gruppen bei Veranstaltungen, Unterricht und Musizieren.

C3 COMMUNITY

Förderung einer aktiven Gemeinschaft von Schülern, Musikern und Musikliebhabern .

C4 INFORMALITY

Ein Ort, an dem sich jeder entspannen, treffen, Ideen austauschen und etwas schaffen kann.

C5 PROGRAMMABILITY

Flexible Nutzung der Räume; einfache Anpassung an unterschiedliche Nutzungen.

INDIVIDUAL

SPATIAL NEEDS D

D1 VARIETY OF SPACES

Vielfältige Räume für ruhige und aktive Aktivitäten, für große und kleine Gruppen und für 1-on-1-Interaktionen.

D2 BELONGING

Ein Ort, an dem sich Introvertierte und Extrovertierte wohlfühlen können

D3 INCLUSIVITY

Angenehm für alle Nutzer: in Bezug auf Alter, Kultur, sozioökonomischen Status und Fähigkeiten.

D4 OWNERSHIP

Der Wunsch nach De-Institutionalisierung

D5 INDIV. EXPRESSION

Ausdruck in Musik, Tanz und Theater. Gelegenheit, das Gelernte vor einem breiten Publikum zu präsentieren.

SELF ACTUALIZATION

SPATIAL NEEDS E

E1 INSPIRATIONAL

Ein künstlerisch anregendes Umfeld.

E2 LANDMARK

Ein landesweiter Leuchtturm Charakter aufgrund seiner Einzigartigkeit mit einem prominenten Platz in der Stadt.

E3 EXPERIENCE

Das Haus eines Musikers ist besonders einladend und einladend.

E4 TRANSFORMATION

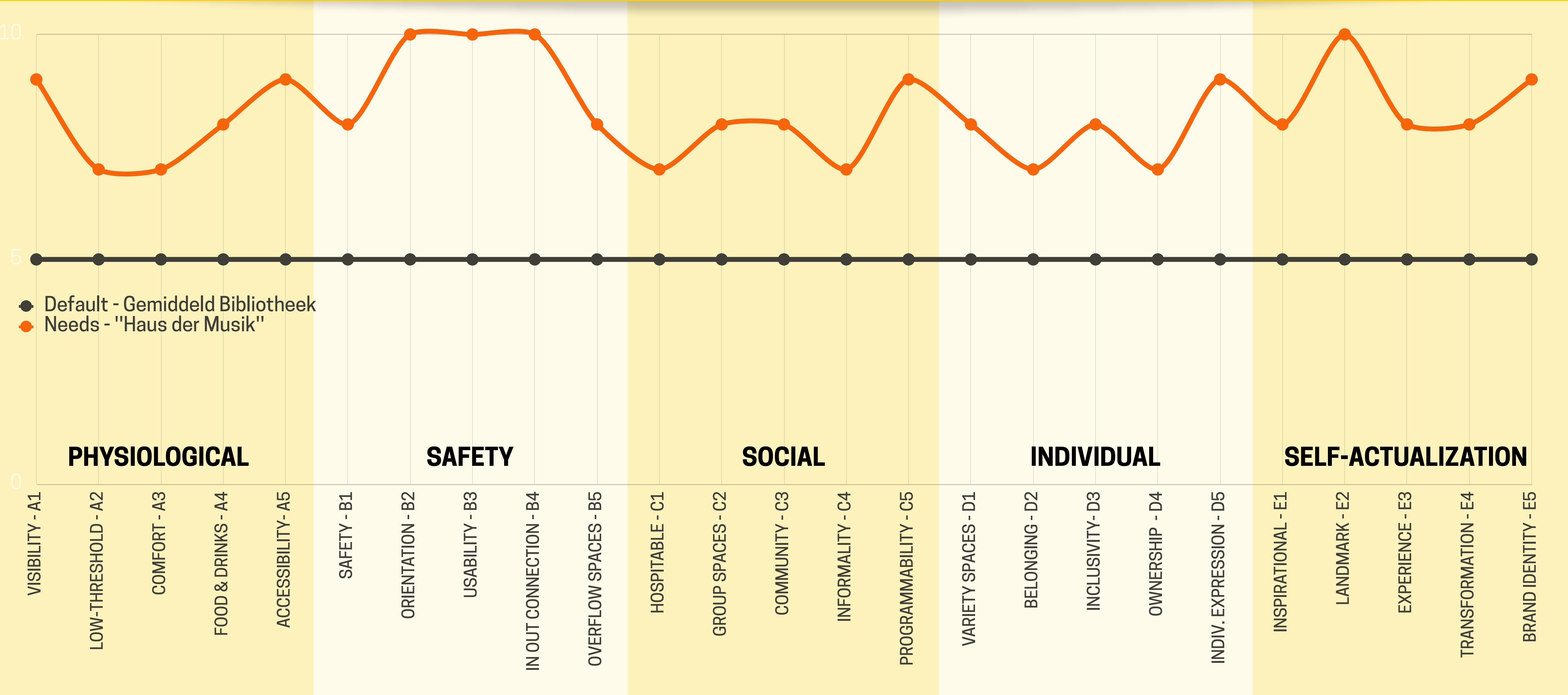
Musik entdecken und musikalisches Talent entwickeln, neue Kenntnisse erwerben.

E5 BRAND IDENTITY

Ein musikkultureller Treffpunkt und Zentrum für alle Bürger der Stadt.

"HAUS DER MUSIK" - NEEDS (V1)

RELATIVE POSITIONING MAP



1. VENTSPILS KONCERTZÄLE

includi



OFFENHEIT
INNEN-AUßEN BEZIEHUNG
VIELFÄLTIGE NUTZBARKEIT
HELL / LICHT
LANDMARK



DISTANT
KÜHL
ZU VIELE BARRIEREN

IMAGE CREDIT: VENTSPILS KONCERTZÄLE

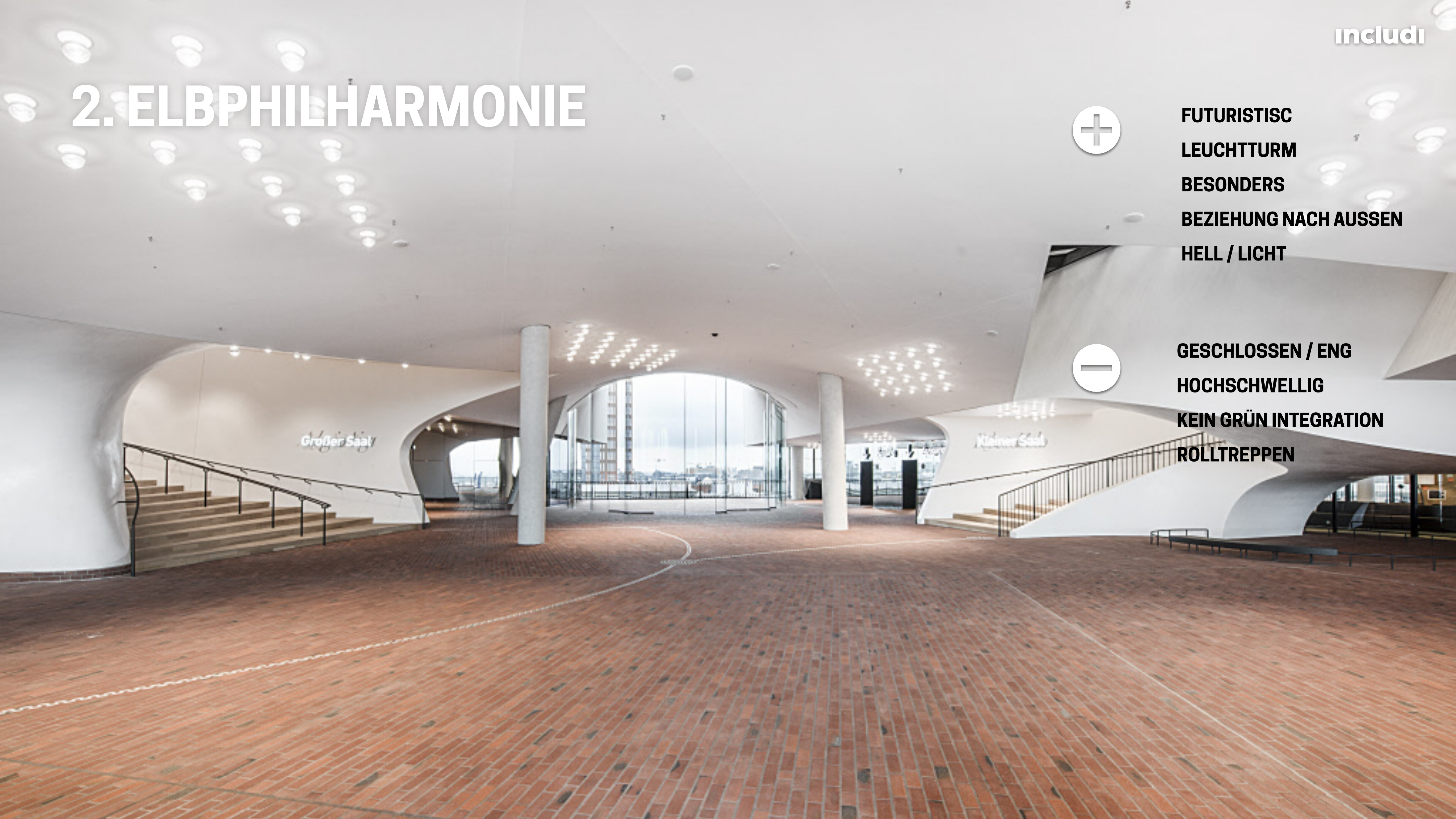
2. ELBPHILHARMONIE



**FUTURISTISC
LEUCHTTURM
BESONDERS
BEZIEHUNG NACH AUSSEN
HELL / LICHT**



**GESCHLOSSEN / ENG
HOCHSCHWELLIG
KEIN GRÜN INTEGRATION
ROLLTREPPEN**



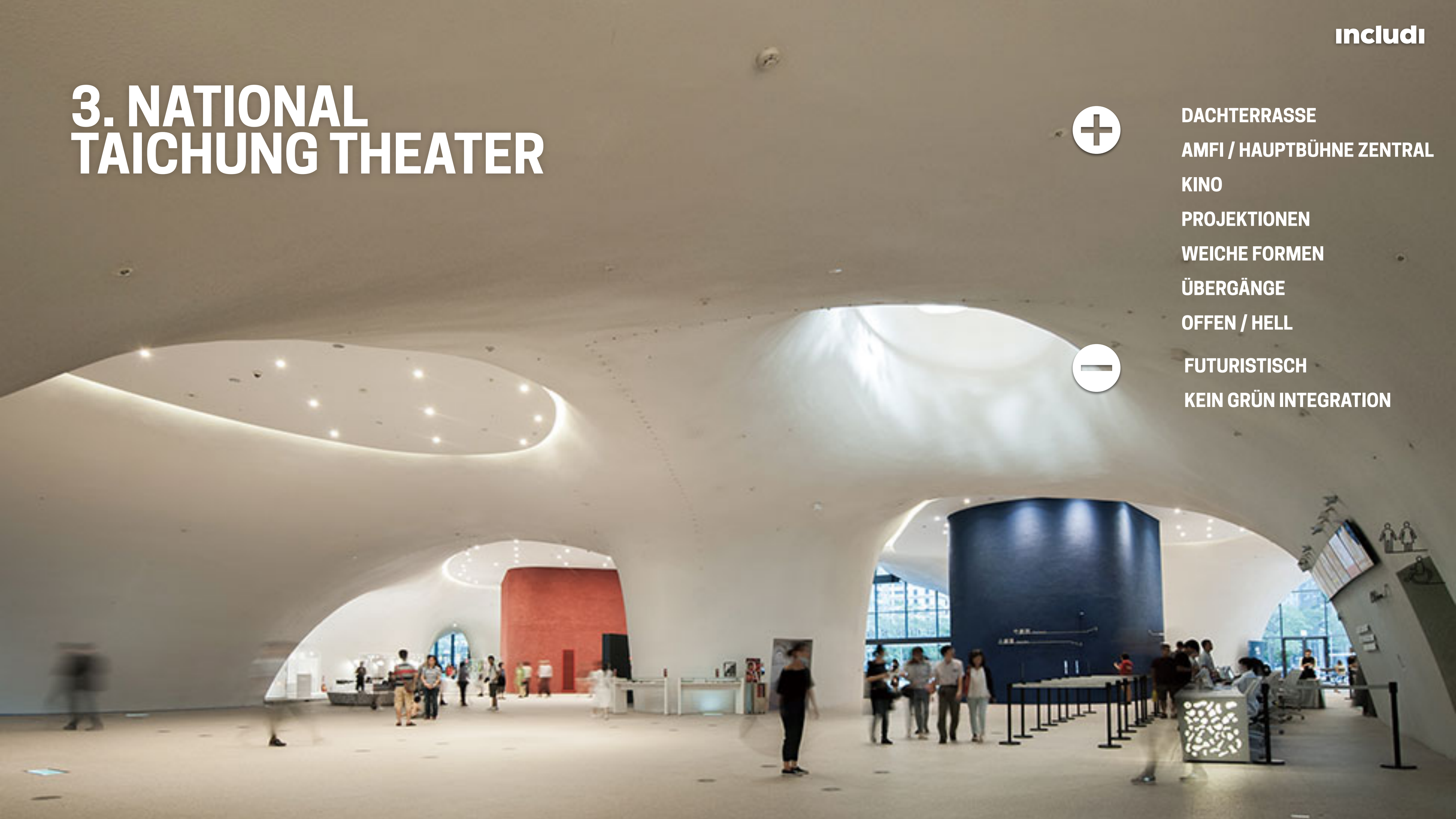
3. NATIONAL TAICHUNG THEATER



DACHTERRASSE
AMFI / HAUPTBÜHNE ZENTRAL
KINO



PROJEKTIONEN
WEICHE FORMEN
ÜBERGÄNGE
OFFEN / HELL
FUTURISTISCH
KEIN GRÜN INTEGRATION



4. MUZIEKKWARTIER ENSCHDE

includi



EINLADEND

MULTIFUNKTIONALITÄT

WOHNZIMMER CHARAKTER

HELL / LICHT

BESPIELBARE TREPPE

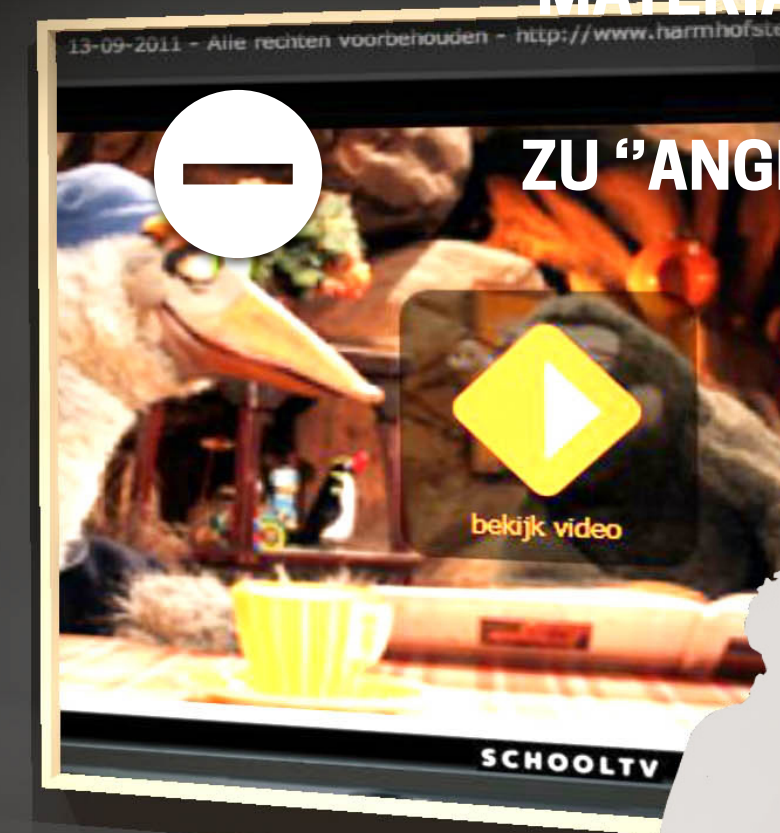
TYPE RAUMTRENNUNGEN

VERBINDUNG ZUM PARK

MATERIALITÄT



ZU "ANGEMESSEN"



5. THEATER BASEL



NIEDRIGSCHWELLIGKEIT

LEBENDIGKEIT

VIelfÄLTIGKEIT

FLEXIBILITÄT

TAGTÄGLICHKEIT

AUßENTERRASSE

OFFEN

ÖFFENTLICHE FOYER



ABWESENHEIT KLEINER SAAL

GESCHLOSSEN / ENG

ZU "ANGEMESSEN"

ZWECKMÄßIGKEIT



6. RED BULL MUSIC ACADEMY



NIEDRIGSCHWELLIGKEIT
EINBETTUNG IN KONTEXT
VIELFÄLTIGKEIT
OFFENHEIT
MODERN
WÄRME
DORFSCHARAKTER



ABWESENHEIT BÜHNE
KLEINTEILIG
RUSTIKALITÄT
DISTANT



8. DOKK1



- FLEXIBILITÄT
- VIELSEITIGKEIT
- BARRIEREFREIHEIT
- ÜBERGÄNGE
- LICHT / OFFEN
- INNOVATIONSSSTIFTEND



- ZWECK UNKLAR
- AKUSTIKKONZEPT
- ATMOSPHERE

9. BOOK MOUNTAIN



MATERIALITÄT
NISCHEN / ECKEN
AUSBLICKE
LICHT / OFFENHEIT
BESPIELBARE TREPPEN
FUNKTIONEL UND GEMÜTLICH



UNRUHIG
ZWECKMÄßIG
ZU VIEL TRANSPARENZ



11. HOME MANCHESTER

inkludi



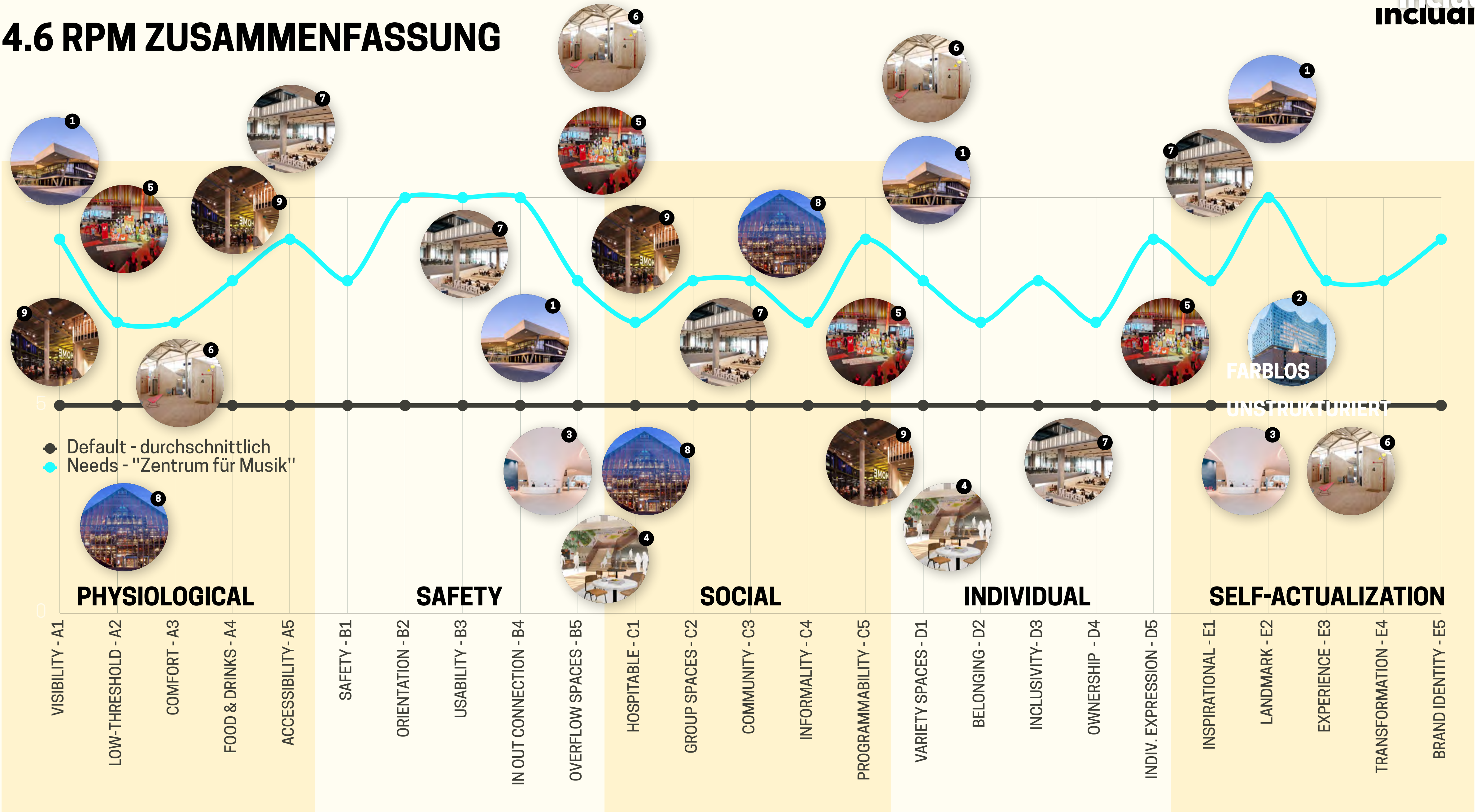
ZEITLOSIGKEIT
AUSSTRALUNG
MATERIALITÄT
SICHTBARKEIT
FLEXIBILITÄT
FORMELITÄT / INFORMALITÄT
ELEGANZ



FARBLOS
UNSTRUKTURIERT



4.6 RPM ZUSAMMENFASSUNG

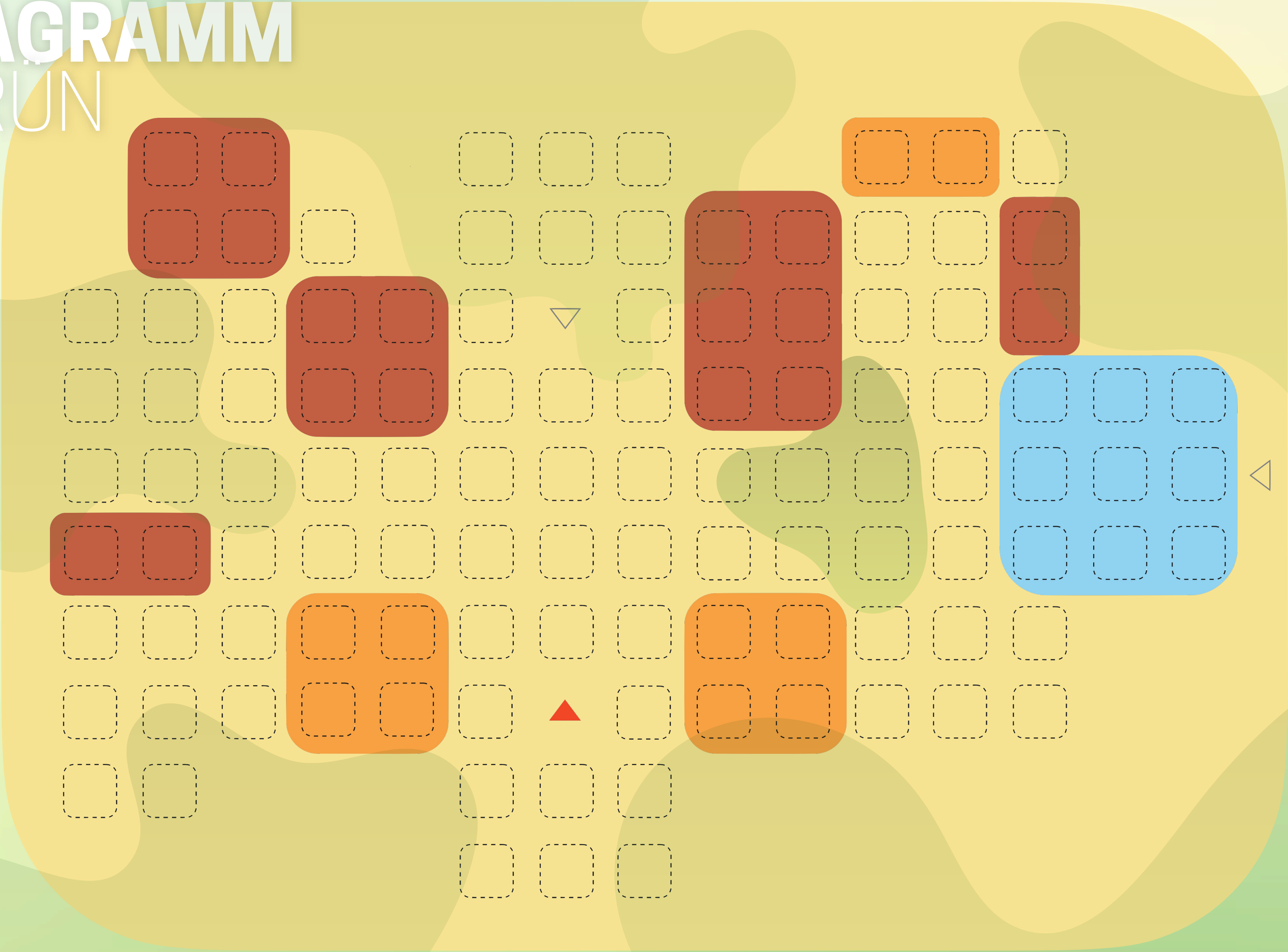


ZUSAMMENFASSEND

„DAS GEBÄUDE- KONZEPT

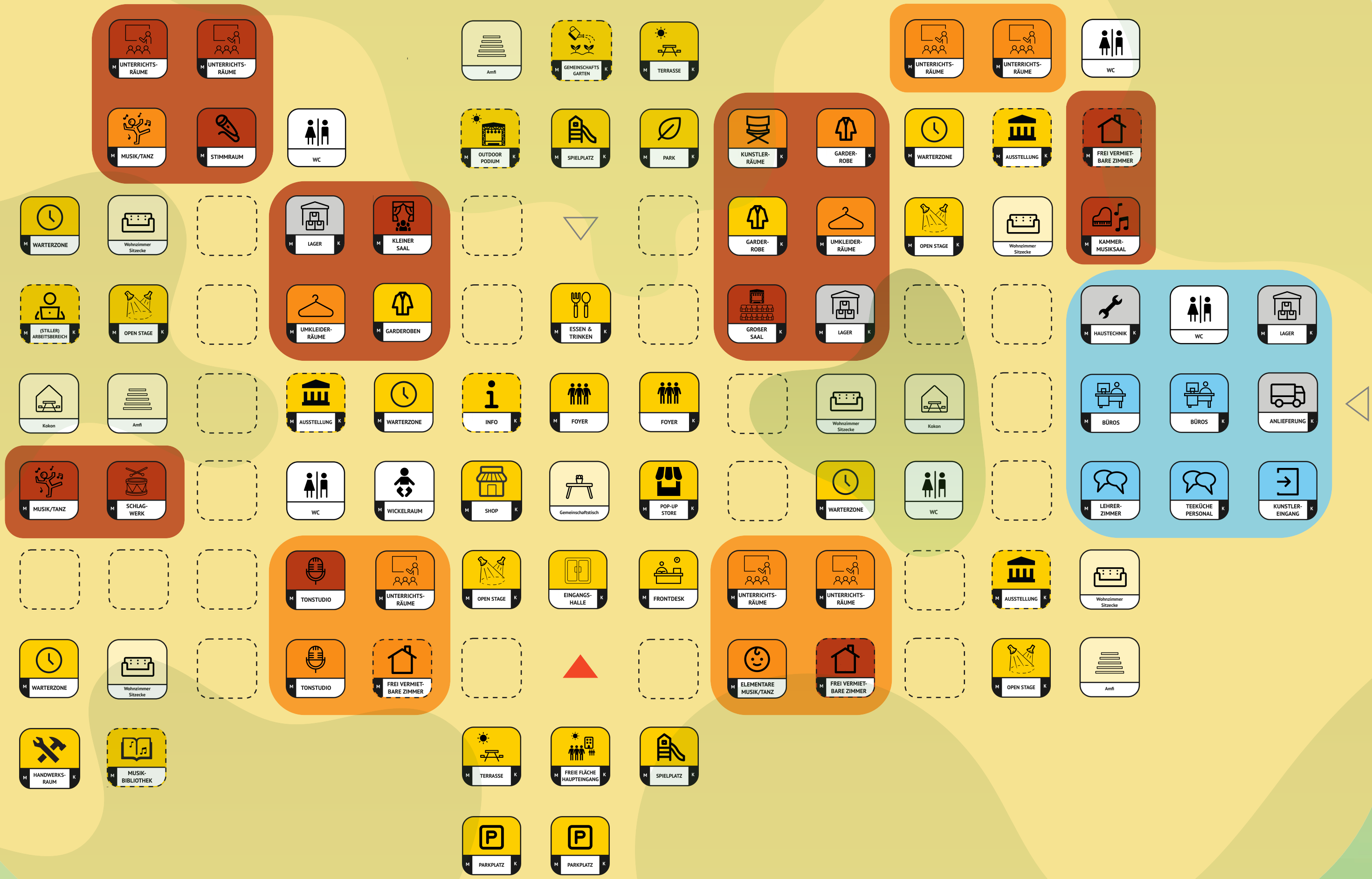
RAUMDIAGRAMM

GRID + GRÜN



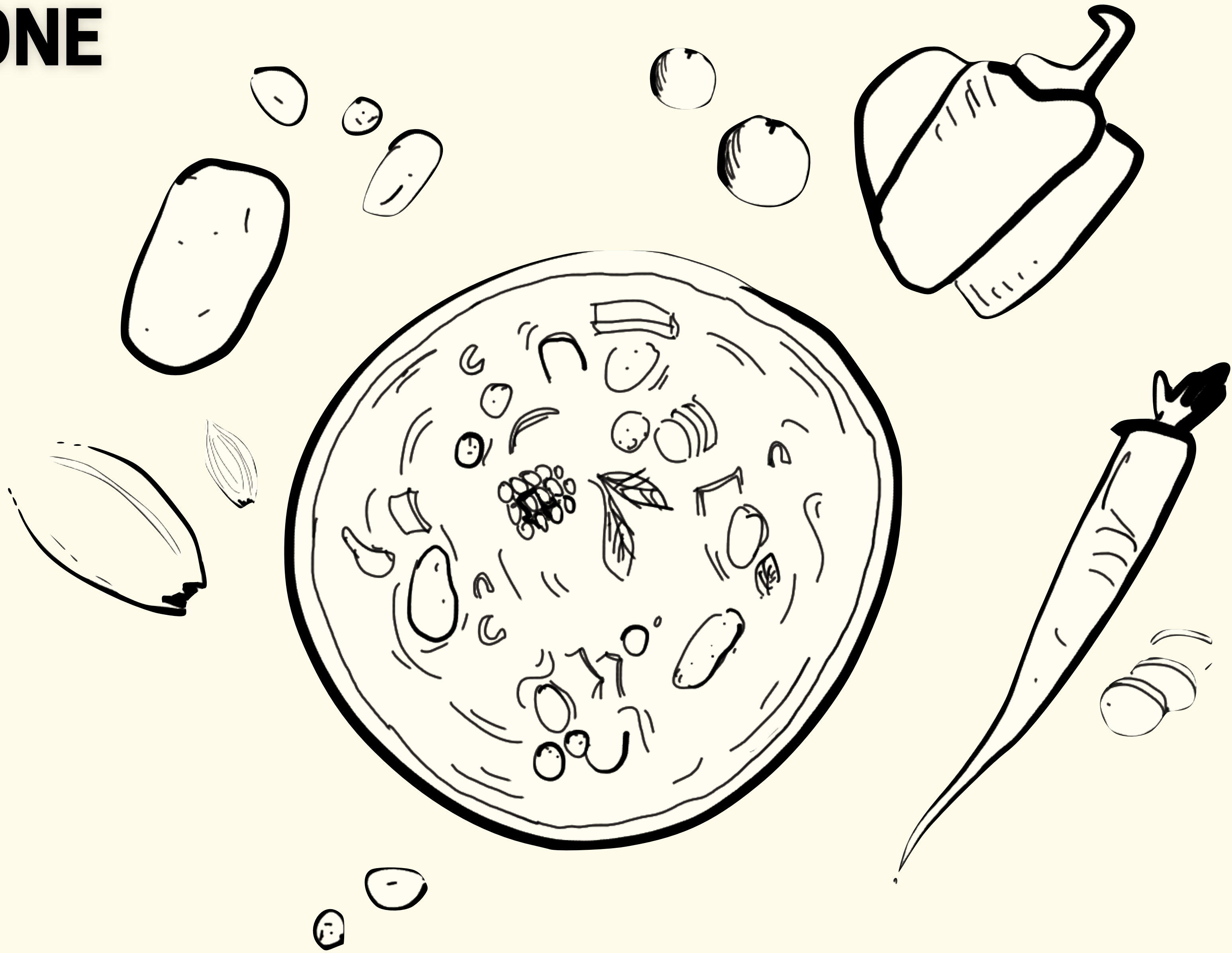
RAUMDIAGRAMM

TEST



IDEE

MINISTRONE SUPPE



HAUS BRAUNSCHWEIG



**„DANKE
FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT**

Veranstaltungskonzept für ein Konzerthaus in der Stadt Braunschweig

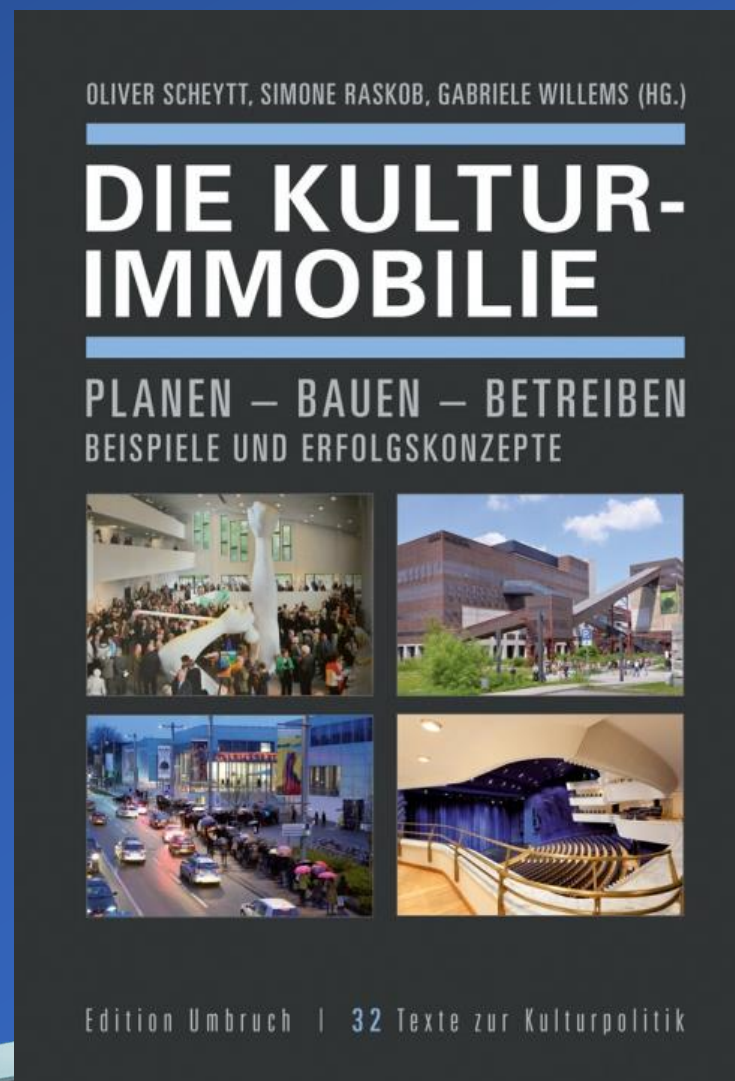
KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH



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*



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. Parallele 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.

An abstract image featuring a series of curved, parallel lines that create a sense of depth and movement, resembling a modern architectural design or a stylized landscape.

Erfolgsfaktor Projektsteuerung

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


V.

A photograph of a modern building facade with a series of parallel, slanted lines that create a rhythmic pattern. The building is set against a clear sky.

Governance des Projekts

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

VI.

A photograph of a modern building facade with a series of parallel, slanted lines that create a rhythmic pattern. The building is set against a clear sky.

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



Kick-off-Meeting und Zieleworkshop

Projektstart, bei dem der Ablauf des Gesamtprojekts festgelegt wird, Grundlagen recherchiert und Projektziele definiert werden.

Fokusinterviews

Informations- und Kennzahlenermittlung mit beteiligten Akteuren wie Auftraggeber, Bauherren, Nutzer und Betreiber.



Konsensworkshop

Wissensauswertung mit den beteiligten Wissens- und Bedarfsträgern, um die Prozesslandschaft, die Qualität und die Quantität zu analysieren, Meilensteine sowie Standards festzulegen.

Dokumentation

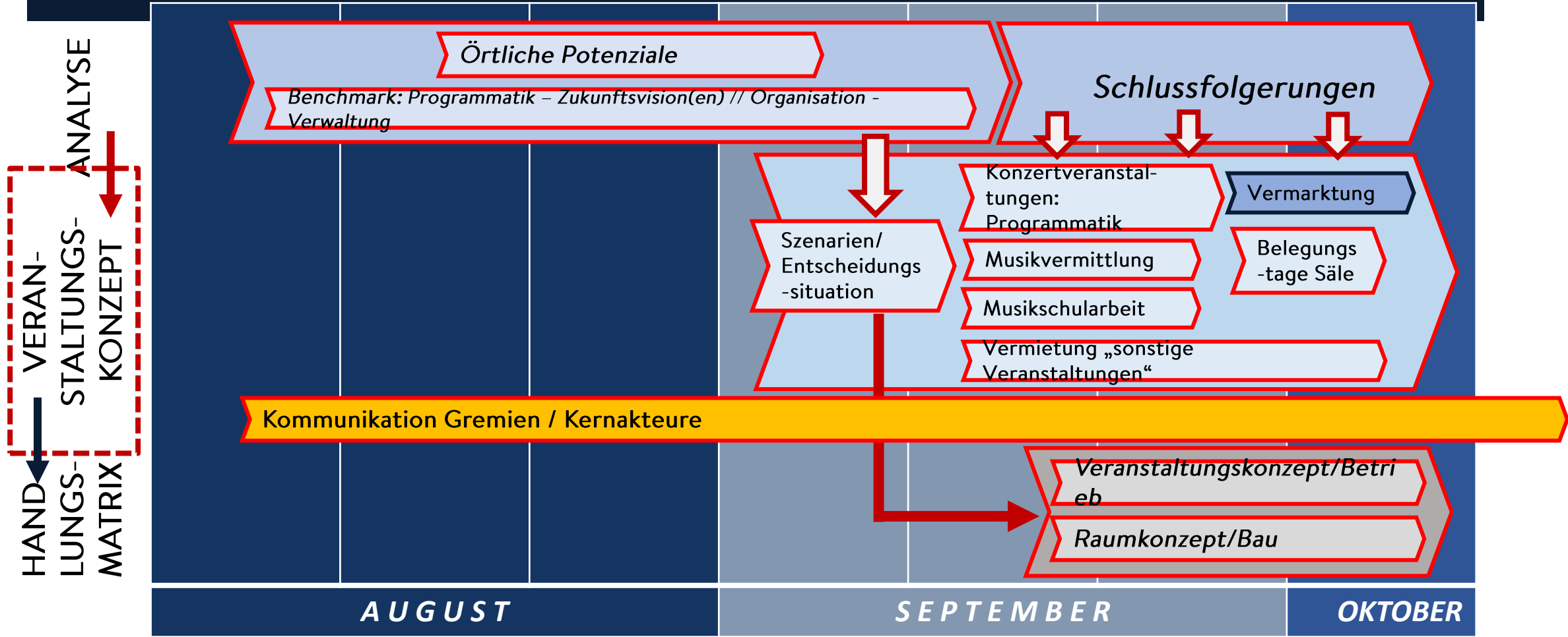
Bedarfsdokumentation, um den Handlungsbedarf in den jeweiligen Schlüsselprozessen festzuhalten und zu visualisieren.



Prozessbegleitung- und Koordination

Implementierung und **Qualitätssicherung** auf Basis der in der Handlungsmatrix dokumentierten Meilenstein- und Maßnahmenplanung.

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 Projekt 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 Ankerutzer 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 Konzerthaus Goethe/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 auszu-differenzieren, 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

MIRGATION

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 eigenen 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.

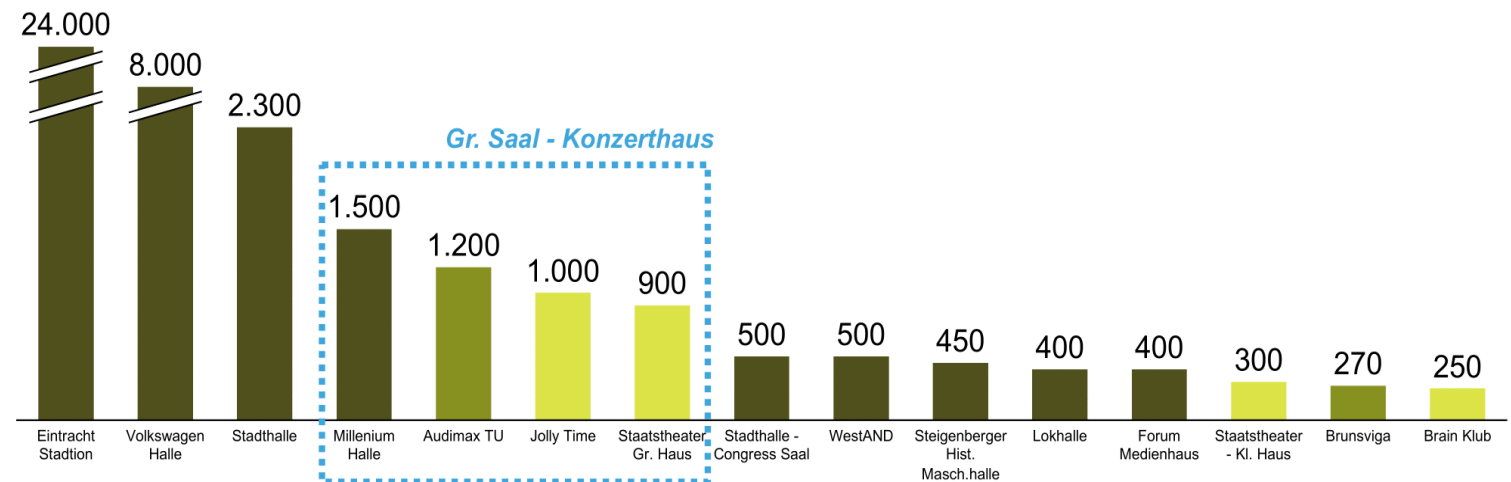
II. SZENARIEN: Platzkapazität

Actori- Gutachen

Zur Größe des Konzertsaaes 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 Truhensorgel**.

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)



Vermietungsmodell

- Primäres Ziel: Saalvermietung und hohe Auslastung
- Fokus auf Wirtschaftlichkeit
- Keine Regeln zu künstl. Anspruch der Miet-VA (jede/-r kann mieten)
- In der Regel kaum Eigen-VA, kein eigenes Vermittlungsangebot



Kooperationsmodell

- Primäres Ziel: Balance aus künstlerischem Profil und Wirtschaftlichkeit
- Profilierung über Partner/-innen und Fremdveranstaltende (z. B. Staatsorchester, pVA)
- Ergänzende Eigen-VA (z. B. Education bzw. wenig im Markt vertretene VA)
- Leistungsvereinbarung und regelmäßige Überprüfung
- Geringfügiger Eingriff in bestehenden Markt



Intendanzmodell

- Primäres Ziel: Profilierung des Konzerthaus über Programm
- Klare künstl. Positionierung durch Intendanz
- Intendanz entscheidet und „dirigiert“ VA-Portfolio – deutliche Verringerung der Präsenz privater Veranstalter
- Höherer Anteil an Eigenveranstaltungen und Vermittlungsangebot durch ganzjährige Angebote

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 An kernutzern 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 Ausrichtung aus der Umsetzung der Vision (Musikvermittlung/Öffnung/Begegnung) ableitet, 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 MITOHNE 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. 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 jedes 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

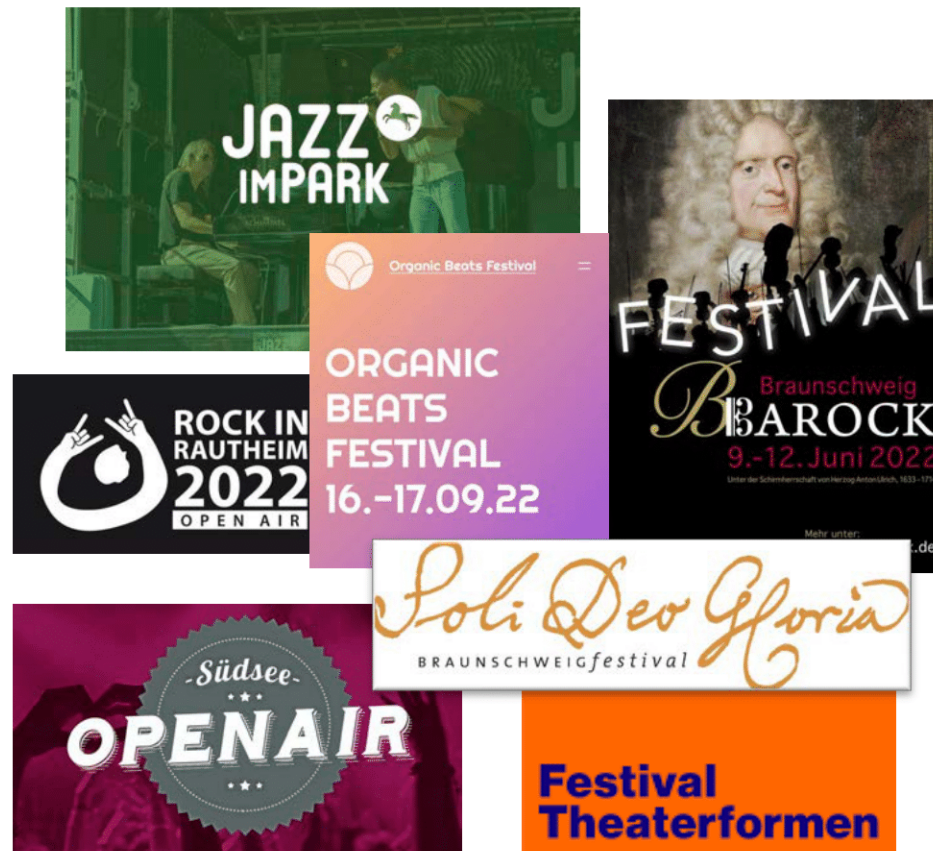
- In Braunschweig gibt es zahlreiche Festivals verschiedener Kultursparten und Genres.
- Im Bereich der klassischen Musik sind dies das **Soli deo Gloria** und das **BraunschweigBAROCK**.
- Bis 2011 gab es das **Classix-Festival**, welches das **größte Festival** für klassische Musik in **Niedersachsen** 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**.

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

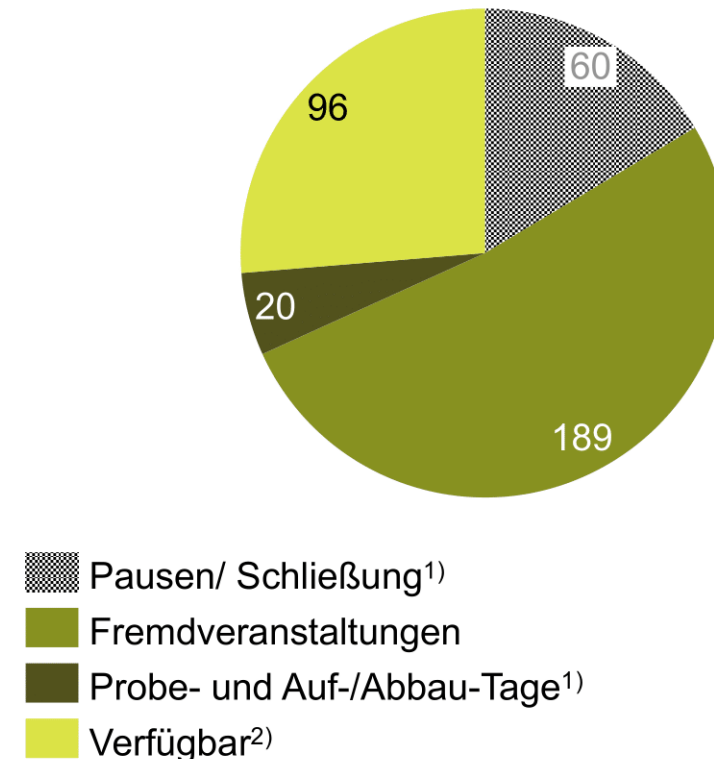
Wie die actori-Analyse hierzu aufzeigt, gibt es für Eigenveranstaltungen des Konzerthauses sehr gutes Potential hinsichtlich der noch freien Belegungstage (96 Tage).

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.

Belegungstage pro Jahr durch Fremdveranstaltende



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 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.

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.



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, Spielzeitauftritt)	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-Divian Orchester und das „Orquesta de Instrumentos Andinos“ aus Südamerika.

Zielgruppe	Formate	Kuratierung	Bemerkungen
Neurodiverses 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	<p>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.</p> <p>K.I. ermöglicht nicht nur neue Ausdrucksformen, sondern befähigt auch jene, die sich bisher nicht für kreativ hielten.</p>

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-Divian-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 Popularmusik (Genreübergreifend)</p> <p>Formate/ Genres, die häufig(er) vertreten sein werden, sind:</p> <p>Pop / Rock Konzerte national / international (Popularmusik 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 Konzertsaals 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 KULTUREXERTEN

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**.

Haus der Musik in Braunschweig

Raumkonzept & Vorbereitung Architektenwettbewerb

Stand 06.11.2023



Braunschweig
Struktur-Förderung

Sparte Hochbau

Haus der Musik in Braunschweig

Agenda

Projektbeteiligte & Zeitplan 01

Übersicht der am Projekt Beteiligten & Ablaufplan

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept 02

Akustik, Flächen, Dritter Ort

Raumkonzept 03

Gesamtübersicht, Städtische Musikschule,
Dritter Ort & Konzerthaus

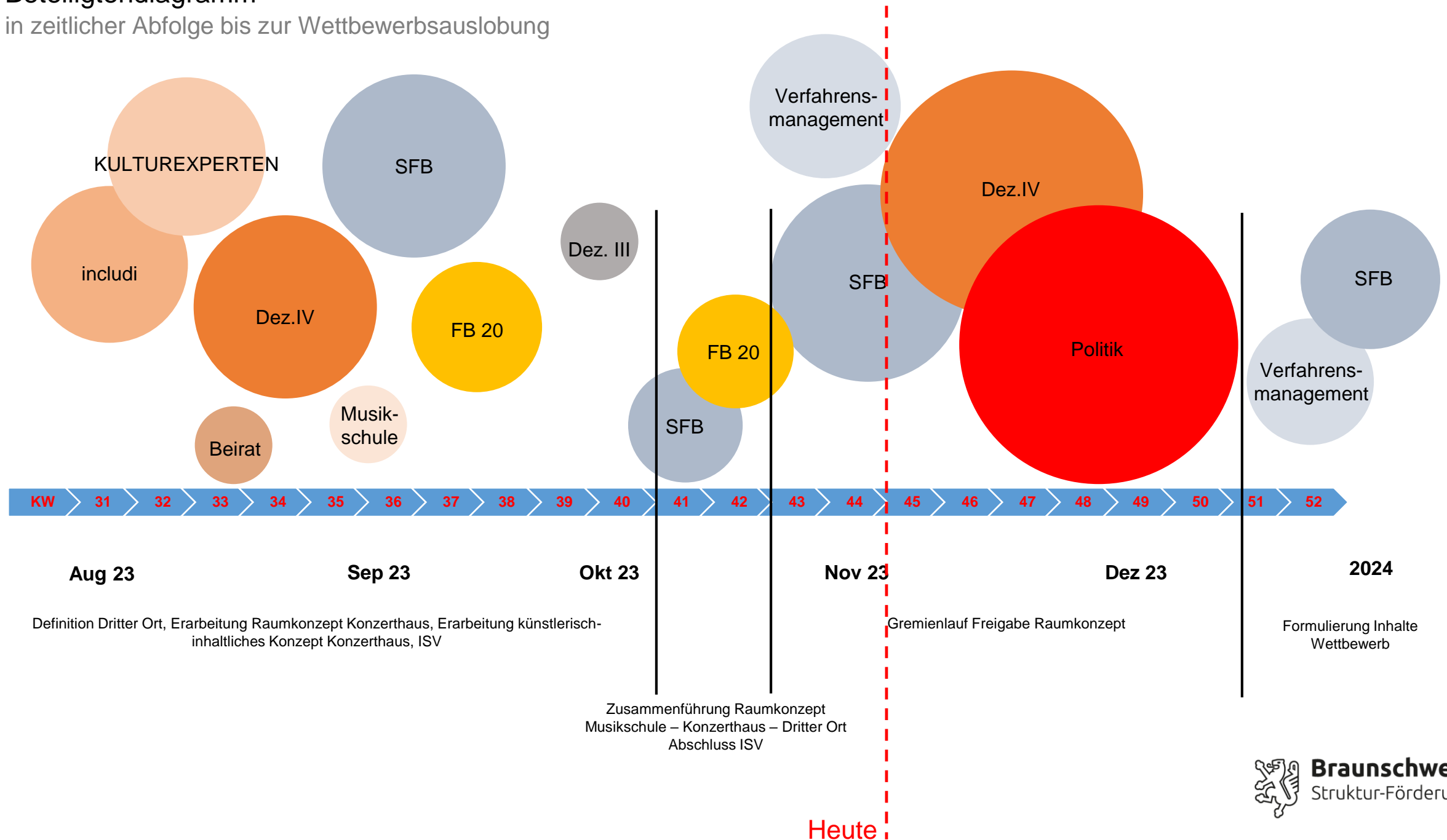
Architektenwettbewerb 04

Status & Ausblick

Haus der Musik in Braunschweig

01

Beteiligendiagramm
in zeitlicher Abfolge bis zur Wettbewerbsauslobung



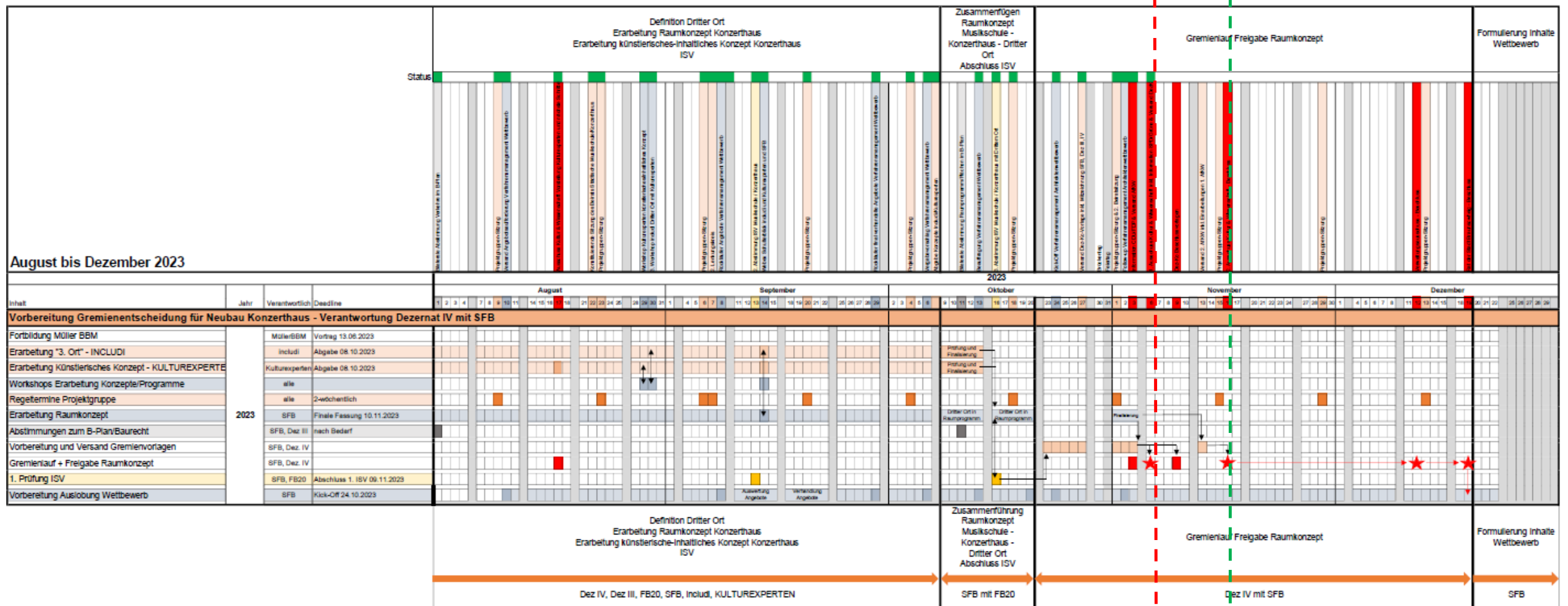
Haus der Musik in Braunschweig

01

Zeitplan bis Ende 2023
Inklusive aller Beteiligten

Termine 2023 Neubau Musikschule und Konzerthaus Braunschweig

Stand 05.11.2023, erstellt NW/SH

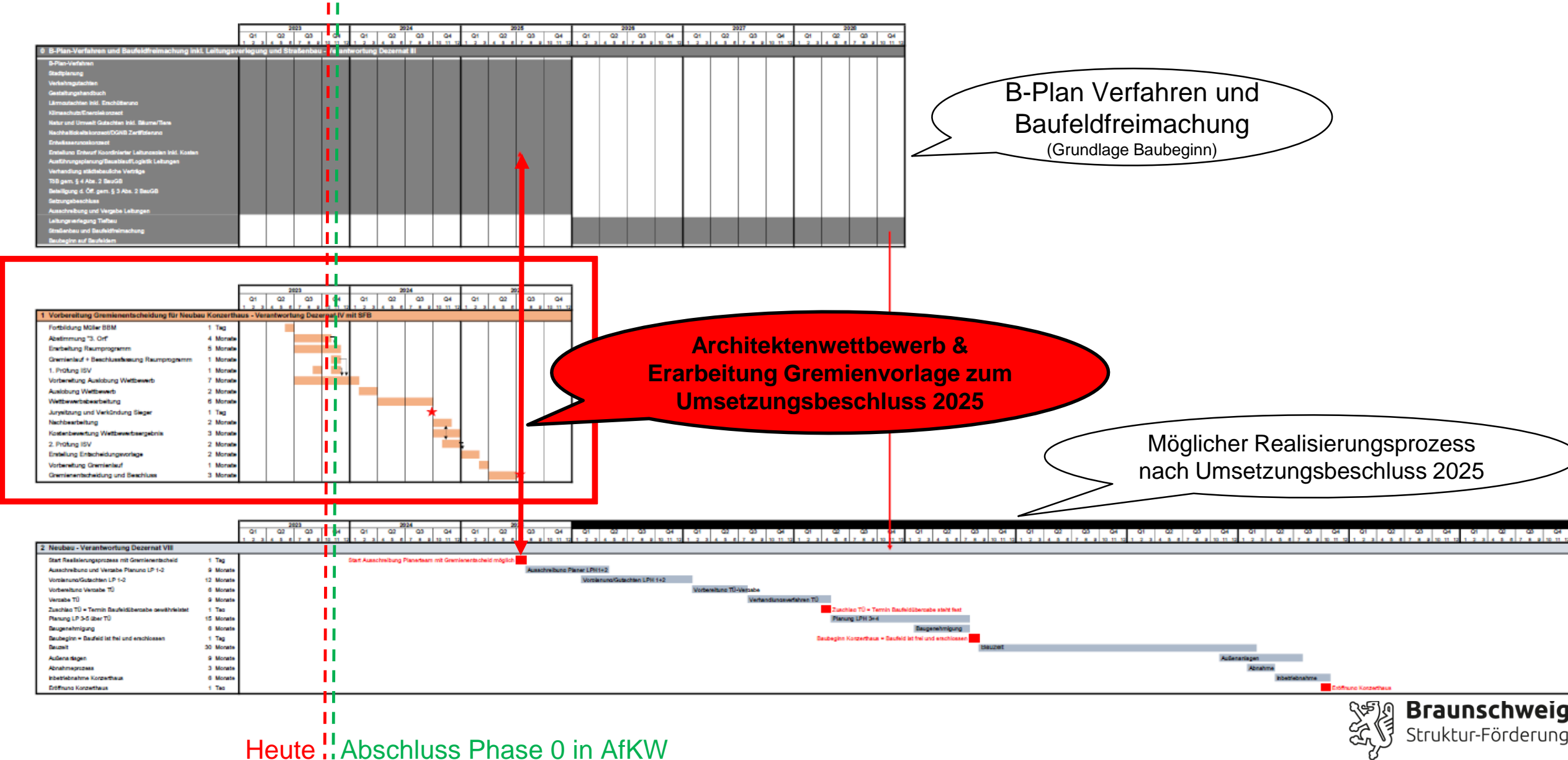


Haus der Musik in Braunschweig

01

Timeline Gesamtprojekt

B-Plan Verfahren, Architektenwettbewerb, Gremienvorlage Umsetzungsbeschluss, möglicher Realisierungsprozess



Heute ! Abschluss Phase 0 in AfKW

Haus der Musik in Braunschweig

Agenda

Projektbeteiligte & Zeitplan 01

Übersicht der am Projekt Beteiligten & Ablaufplan

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept 02

Akustik, Flächen, Dritter Ort

Raumkonzept 03

Gesamtübersicht, Städtische Musikschule,
Dritter Ort & Konzerthaus

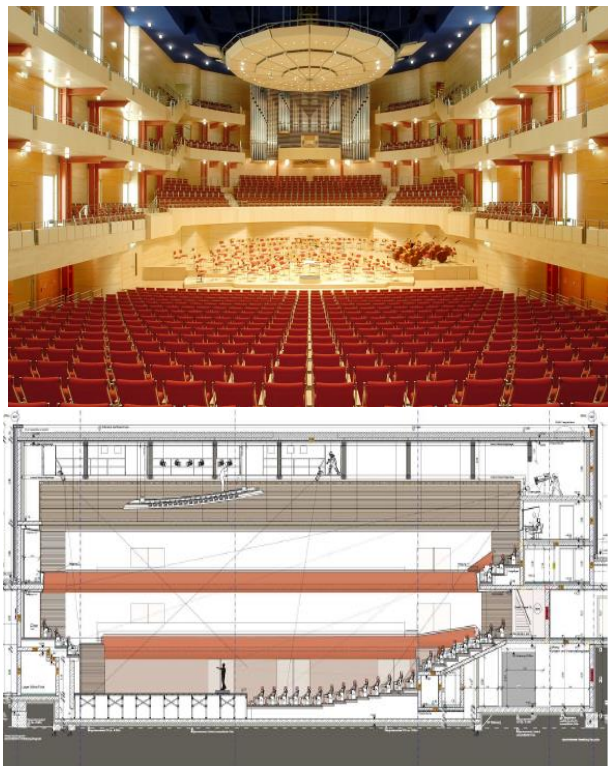
Architektenwettbewerb 04

Status & Ausblick

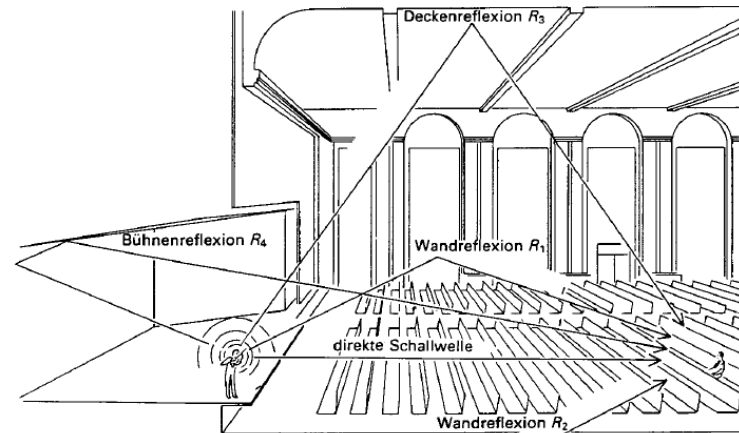
Haus der Musik in Braunschweig

02

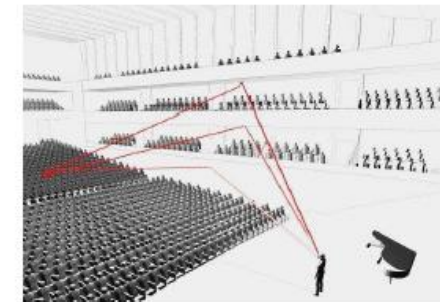
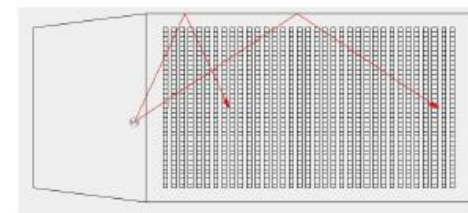
Phase 0 & Herleitung Raumkonzept
Herleitung Akustik Konzerthaus



Schallausbreitung im Raum



MÜLLER-BBM
Building Solutions GmbH



Gleichmäßige Verteilung der
Schallreflexionen über die
Seitenwände bei
schmalen, rechteckigen Sälen



- Aufgrund der Expertenhinweise und den akustischen Vorteilen des **Rechteck - „Schuhkarton“ - Prinzip** in Konzertsälen für Veranstaltungen der klassischen und modernen Musikstile, wurde sich in der Projektgruppe klar für diese Variante ausgesprochen.
- Die akustische Dynamik durch Schallreflexion der Seitenwände erreicht jeden Platz im Saal optimal. In dieser Bauweise sind die **geringsten zusätzlichen baulich-akustischen Maßnahmen für einen 1.000-Sitzplatz-Konzertsaal** erforderlich.
- Diese Saal-Form wurde in das Raumkonzept aufgenommen.

Haus der Musik in Braunschweig

02

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept
Herleitung Backstage-Bereiche Konzerthaus

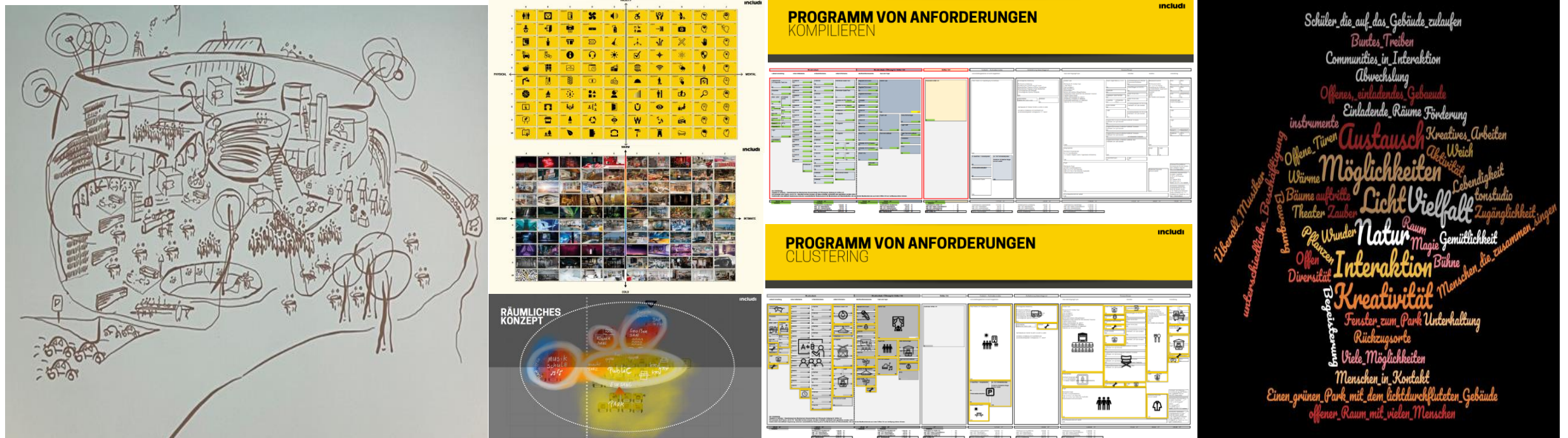


- Mit der Einholung von Expertenmeinungen wurden als zentrale Bausteine – neben der baulichen Grundstruktur des Saals – vor allem die **essentiellen Anforderungen der logistischen Abläufe und die Organisation der Backstage-Bereiche** erarbeitet.
- Hervorzuheben ist, dass eine **optimale/wirtschaftliche Anlieferungssituation** für Instrumente und Technik gewährleistet werden muss.
- Eine ausreichende Anzahl und Größe von Lager- & Aufenthaltsräumen muss die **multifunktionalen Anforderungen der klassischen als auch modernen Musik** decken.

Haus der Musik in Braunschweig

02

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept Herleitung inhaltliches Konzept Dritter Ort



- Das „Haus der Musik“ ist der „Dritte Ort“ und damit ein außergewöhnlicher Ort für alle, die Interesse an Musik haben.
- Es schafft einen Ort für eine lebendige und unterstützende Community, die sich gegenseitig motiviert und inspiriert.
- Das Raumkonzept wurde durch includi hinsichtlich der **Anforderungen des räumlichen und typologischen Programms des „Dritten Orts“** und der **sozialen Infrastruktur** verifiziert.

Haus der Musik in Braunschweig

02

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept

Herleitung inhaltliches Konzept Dritter Ort

- Zur Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnisses und inhaltlichen Konzeptes eines Dritten Orts haben insgesamt 7 Veranstaltungen stattgefunden.
- Onlinebefragungen und öffentliche Einladungen durch die Braunschweiger Zeitung wurden durchgeführt.
- Die Teilnehmer der Veranstaltungen waren Gäste aus der Stadtgesellschaft auf Einladung der Verwaltung (35 verschiedene Institutionen und Einzelpersonen).



Haus der Musik in Braunschweig

Agenda

Projektbeteiligte & Zeitplan 01

Übersicht der am Projekt Beteiligten & Ablaufplan

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept 02

Akustik, Flächen, Dritter Ort

Raumkonzept 03

Gesamtübersicht, Städtische Musikschule,
Dritter Ort & Konzerthaus

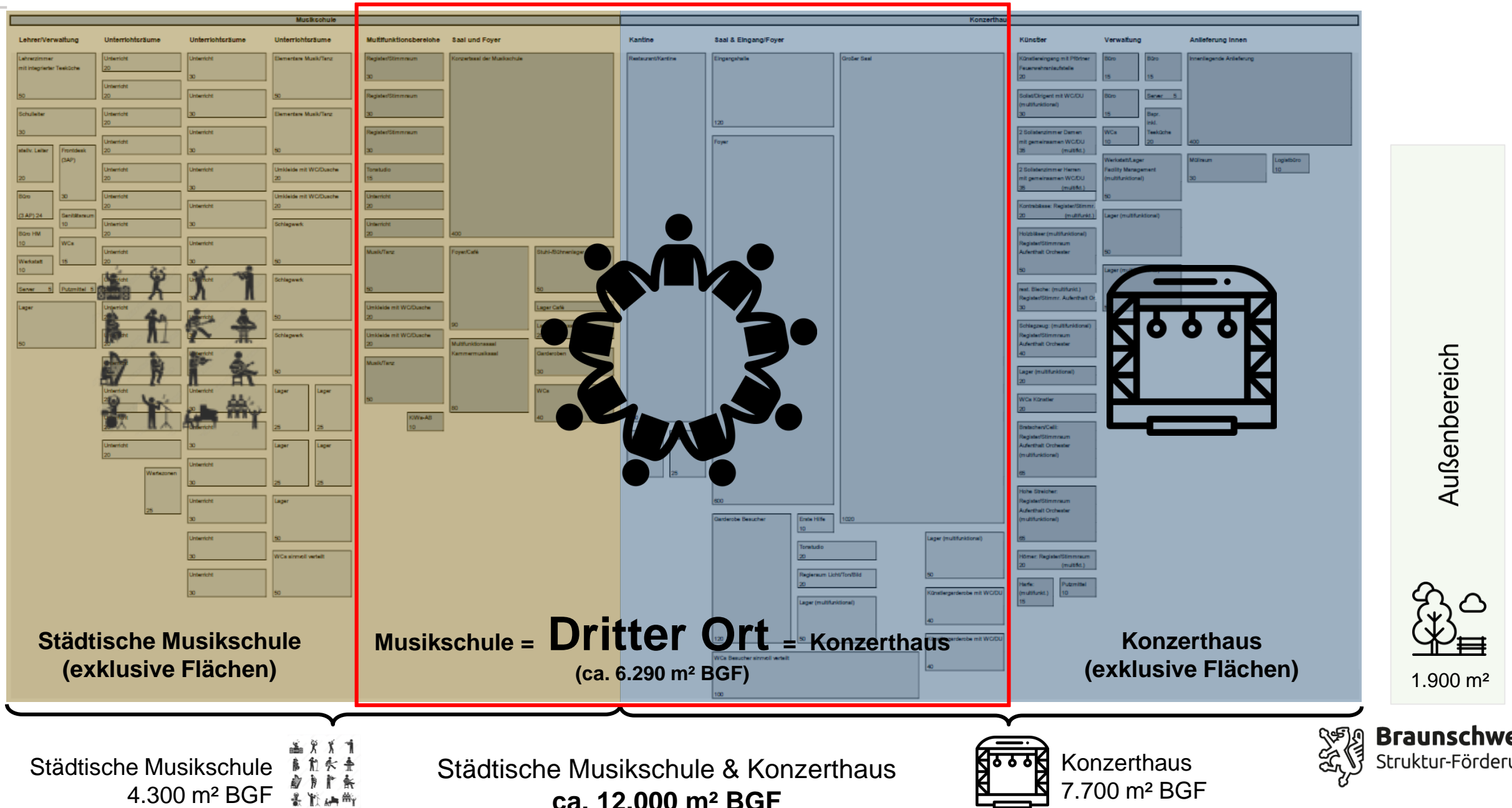
Architektenwettbewerb 04

Status & Ausblick

Haus der Musik in Braunschweig

03

Raumkonzept
Gesamtübersicht



Haus der Musik in Braunschweig

03

Raumkonzept
Städtische Musikschule – exklusive Räume der Städtischen Musikschule



Erarbeitet gemeinsam mit:



	Fläche m²	ISV
Lehrer / Verwaltung	259	✓
Unterrichtsräume	1.265	✓
Nebenflächen	229	✓
Verkehrsflächen	305	✓
Gesamtsumme	2.058	✓
BGF	2.572	✓

Haus der Musik in Braunschweig

03

Raumkonzept
Städtische Musikschule & Dritter Ort



Erarbeitet gemeinsam mit:

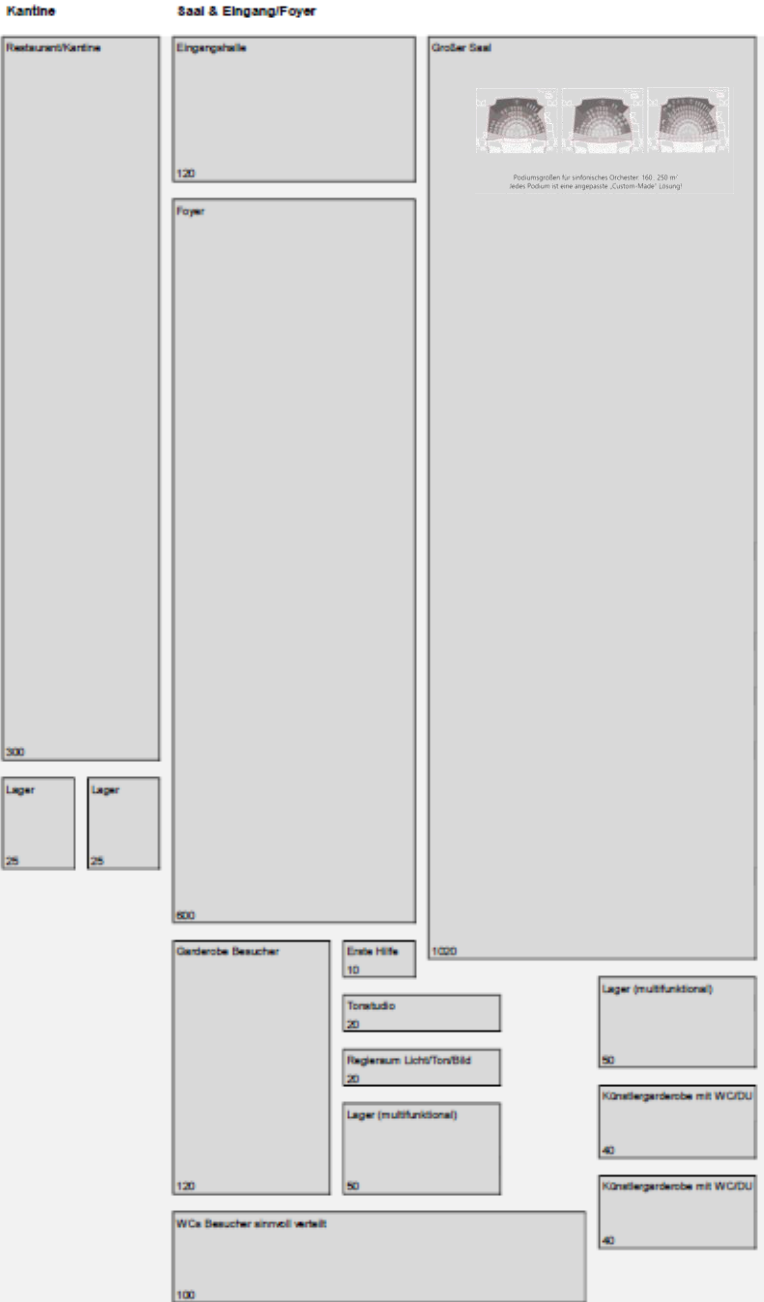


	Fläche m²	ISV
Multifunktionsbereiche	295	✓
Saal & Foyer	720	✓
Nebenflächen	153	✓
Verkehrsflächen	203	✓
Gesamtsumme	1.371	✓
BGF	1.713	✓

Haus der Musik in Braunschweig

03

Raumkonzept
Konzerthaus & Dritter Ort



Erarbeitet gemeinsam mit: Partizipation

undercover
LIVE ENTERTAINMENT AND ARTIST PARTNERSHIP

Staatstheater
Braunschweig

NDR
Radio-
philharmonie

DEUTSCHE OPER BERLIN

WDR
SINFONIE
ORCHESTER

STUDIO PFP GMBH

KULTUR
EXPERTEN

includi
by aatvos

	Fläche m²	ISV
Saal, Eingang/Foyer, WC	1.960	✓
Tonstudio, Regie, Umkleide Künstler, Erste Hilfe	130	✓
Restaurant/Kantine inkl. Lager	350	✓
Nebenflächen	732	✓
Verkehrsflächen	488	✓
Gesamtsumme	3.660	✓
BGF	4.575	✓

03

Konzerthaus – exklusive Räume Konzerthaus

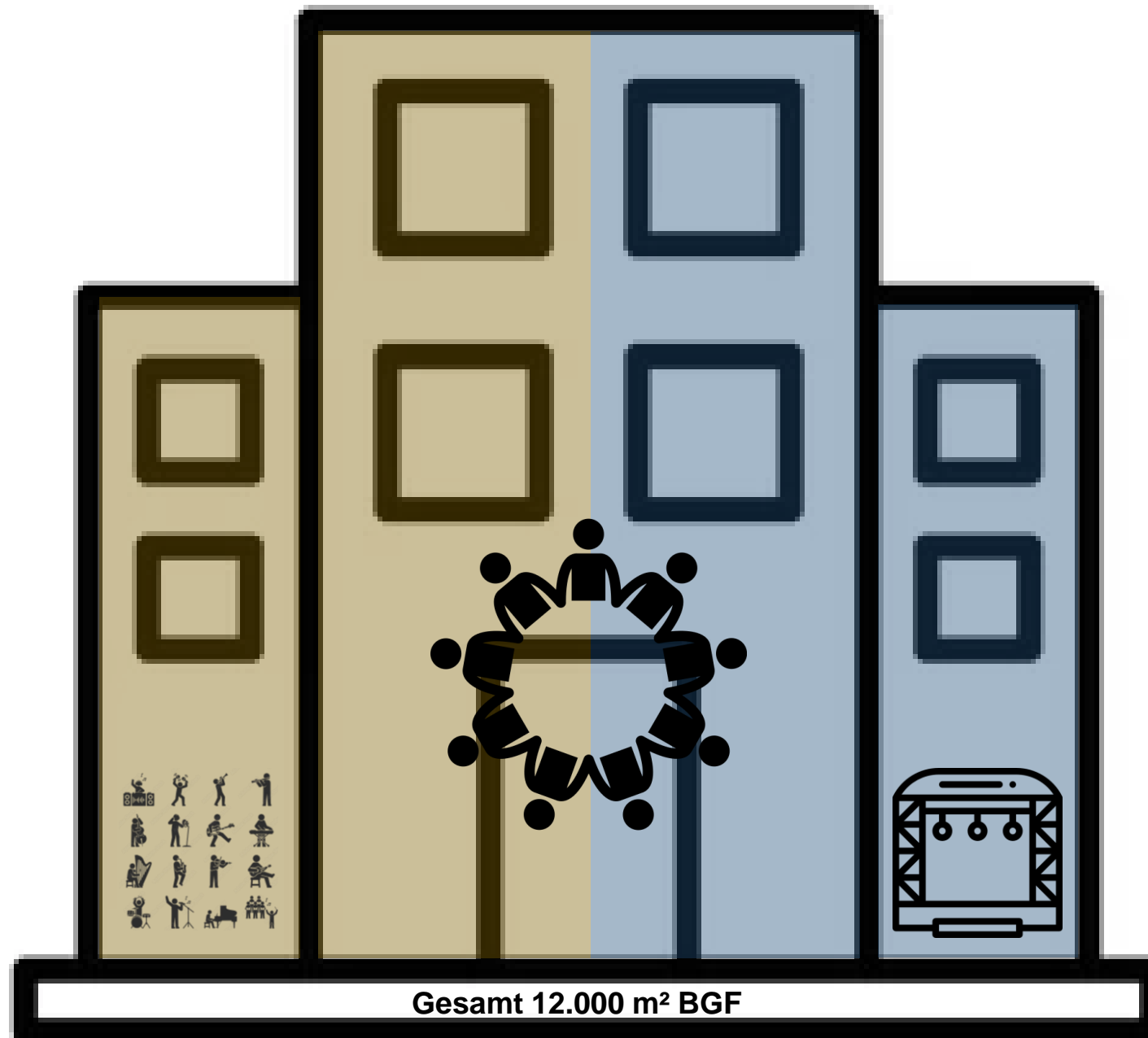


	Fläche m²	ISV
Künstlerbereiche	455	✓
Verwaltung mit Lager	230	✓
Weitere Lager-/Technikflächen	620	✓
Innenliegende Anlieferung	440	✓
Nebenflächen	436	✓
Verkehrsflächen	349	✓
Gesamtsumme	2.530	✓
BGF	3.162	✓

Haus der Musik ist Dritter Ort

03

Raumkonzept
Fazit



Haus der Musik in Braunschweig

Agenda

Projektbeteiligte & Zeitplan 01

Übersicht der am Projekt Beteiligten & Ablaufplan

Phase 0 & Herleitung Raumkonzept 02

Akustik, Flächen, Dritter Ort

Raumkonzept 03

Gesamtübersicht, Städtische Musikschule,
Dritter Ort & Konzerthaus

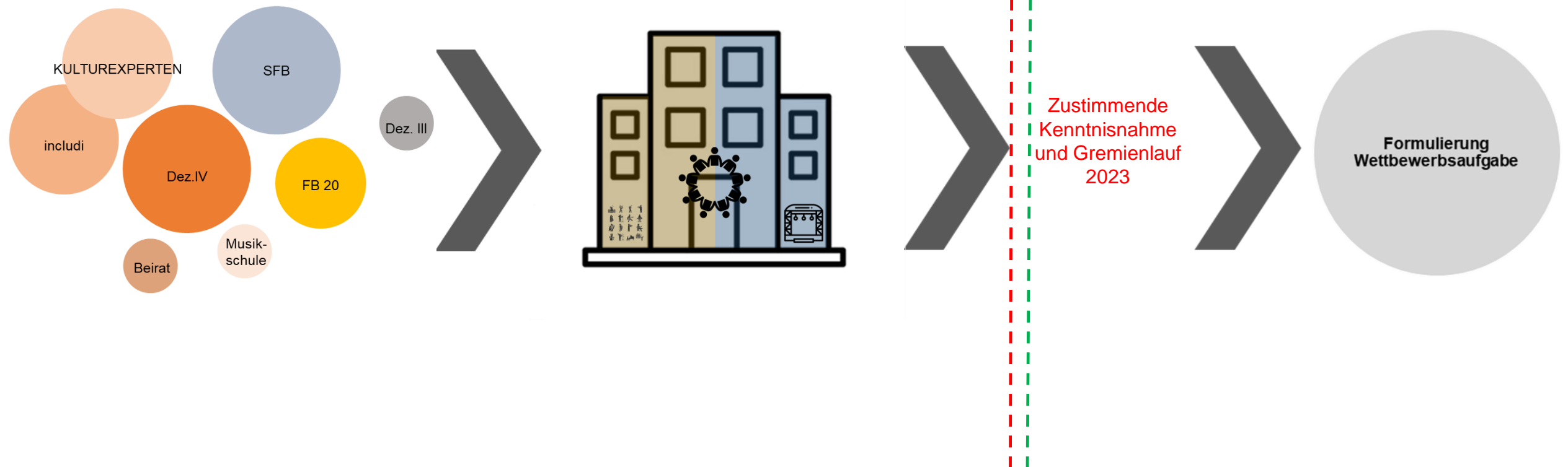
Architektenwettbewerb 04

Status & Ausblick

Haus der Musik in Braunschweig

04

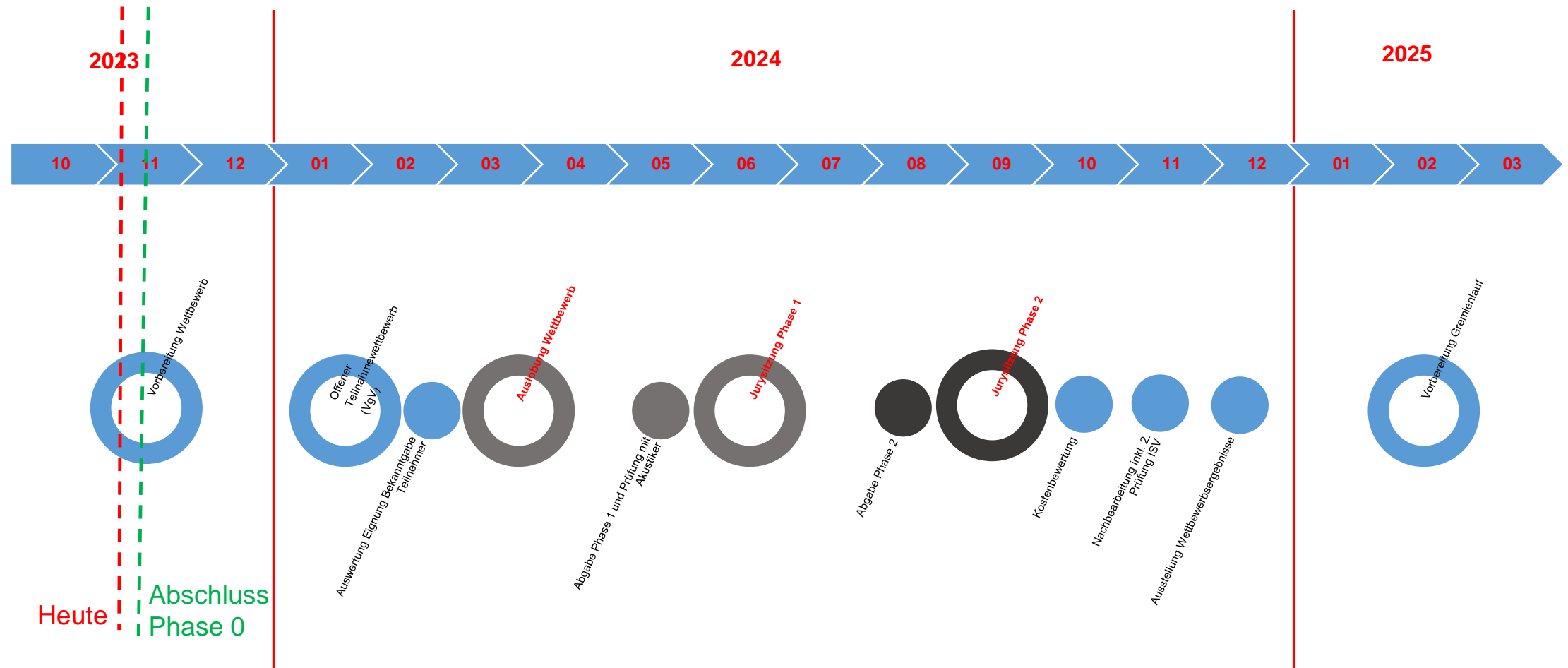
Architektenwettbewerb
Status & Ausblick



Haus der Musik in Braunschweig

04

Architektenwettbewerb Status & Ausblick



- Durchführung **zweiphasiger hochbaulicher Architektenwettbewerb gem. Richtlinie für Planungswettbewerbe (RPW)**.
- Die fachlichen Betreuung des Architektenwettbewerbs durch ein Verfahrensmanagement wurde öffentlich ausgeschrieben.
- Das Vergabeverfahren „Verfahrensmanagement & Wettbewerbsbetreuung“ wurde durch die SFB planmäßig abgeschlossen.
- Zuschlagserteilung an „carsten meier architekten stadtplaner bda“ (cmas) aus Braunschweig.
- Ab Mitte 10/2023 Vorbereitungen Verfahren Architektenwettbewerb SFB & cmas.



Braunschweig
Struktur-Förderung

Sparte Hochbau