

BILDENDE.. KUNST STÄRKT KINDER UND JUGENDLICHE

Einrichtung: Waschhaus Potsdam gGmbH
Ort: Potsdam, Brandenburg
Thema: Neue Formate & Vernetzung

waschhaus.de



Foto: Markus Bertuzzo

Der Kunstraum und das Waschhaus in Potsdam sind Teil des internationalen Kunst- und Kulturquartiers Schiffbauergasse. Die Kunstvermittlerin und Künstlerin Maja Dierich-Hoche sieht im Waschhaus das Potenzial, eine Alternative zum klassischen Kulturangebot der Region zu entwickeln sowie die Stadtkultur Potsdams und die Kulturlandschaft Brandenburgs lebendig mitzugestalten. Zwar ist das Waschhaus bereits eine etablierte Adresse, sowohl für zahlreiche Musik-, Comedy- und Tanzliebhaber*innen als auch für Teilnehmer*innen der künstlerischen Vermittlungsangebote in den Sparten Theater, Tanz und Musik. Und auch zeitgenössische Kunst präsentiert das Waschhaus in acht bis zehn Ausstellungen jährlich. Aber: Dierich-Hoche vermisst bislang Angebote der bildenden Kunst und kulturellen Bildung.

KUNST ALS RESSOURCE

Seit mehr als drei Jahrzehnten bietet das Waschhaus als gemeinnütziges soziokulturelles Zentrum im internationalen Kunst- und Kulturquartier Schiffbauergasse in Potsdam ein regelmäßiges Kulturprogramm. Mehr als 120 000 Gäste im Jahr (vor der Pandemie) besuchten die Veranstaltungen der Sparten Tanz, bildende Kunst, Literatur und Musik oder die ausgeprägte Club- und Konzertkultur.

Wir sind zwar nur 30 Kilometer von Berlin entfernt, aber mit der Diversität in Brandenburg ist es nicht so einfach.

Während in sämtlichen Kunstsparten des Waschhauses bereits Angebote für Kinder und Jugendliche erfolgreich entwickelt wur-

den, ist die Sparte bildende Kunst deutlich unterrepräsentiert. „Wir sind zwar nur 30 Kilometer von Berlin entfernt, aber mit der Diversität in Brandenburg ist es nicht so einfach. Das möchte ich ändern“, stellt Dierich-Hoche in Aussicht. Insbesondere die chancengerechte Teilhabe von Kindern und Jugendlichen, denen der Zugang zu Kunst und Kultur durch ihren familiären Hintergrund bislang erschwert oder gänzlich verwehrt war, soll bei der Neukonzeption berücksichtigt werden. Dierich-Hoche möchte allen jungen Menschen gleichermaßen die Möglichkeit geben, Kunst als Ressource zur Selbst- und Persönlichkeitsentwicklung kennenzulernen.

ATTRAKTIVER KULTURORT

Den Kunstraum des Waschhauses mit dem Schwerpunkt der bildenden Künste zukunftsfähig zu machen und zu einem attraktiven Ort der künstlerischen Auseinandersetzung für Kinder und Jugendliche zu entwickeln, das sind die langfristigen Ziele von Dierich-Hoche und der Geschäftsführung. Um ihre Pläne zu finanzieren, haben sie gemeinsam einen Antrag auf Prozessförderung beim Fonds Soziokultur gestellt. Mithilfe von Entwicklungsworkshops, Seminaren, Fortbildungen und Expert*innen-Gesprächen möchten sie eine strategische Gesamtkonzeption für die Weiterentwicklung des Kunstraums implementieren, und zwar in drei Phasen: Konzeptionsphase, Erprobungsphase und Evaluationsphase.

KOOPERATIONEN UND NETZWERKE

Die Gesamtorganisation des Waschhauses, inklusive des Kunstraums, soll zu einem Netz-

werk von und mit Akteur*innen innerhalb der Stadt und der Stadtgesellschaft ausgebaut werden. Die Universität Potsdam und die Schulen der Stadt nehmen als Kooperationspartner dabei eine besondere Stellung ein: Bei der Strategieentwicklung zur künstlerischen Vermittlungsarbeit ist der Fachbereich Kunst der Universität Potsdam (Studiengang Kunst auf Lehramt) bereits eingebunden. Der Fachbereich Kunst erhält so die Möglichkeit, Projekte der kulturellen Bildung im außeruniversitären Kontext zu realisieren, während die Studierenden praktische Erfahrungen sammeln und erproben können. Auch das gesamte Waschhaus profitiert von der Kooperation: Die Universität übernimmt die wissenschaftliche Begleitung der künstlerischen Arbeit vor Ort. Einige Projekte haben bereits stattgefunden: Die Studierenden haben zusammen mit Schüler*innen im Alter zwischen 14 und 17 Jahren das Waschhaus mit künstlerischen Strategien erkundet und ihre Erkenntnisse im öffentlichen Raum sichtbar gemacht. Sie haben ihre eigene Fotoausstellung, unter anderem über Kaugummis im öffentlichen Raum, auf Banner gebracht, die an der Außenfassade des Kunstraums für ein breites Publikum rund um die Uhr zu sehen waren. Die Banner werden nach dem Ende der Ausstellung recycelt und als Taschen „weiterleben“. Darüber hinaus sind Podcasts von den Jugendlichen entwickelt worden, die für alle Potsdamer*innen jederzeit verfügbar sind. Pläne für die Zukunft gibt es auch schon: Weitere digitale Angebote, zum Beispiel Virtual-Reality-Formate und auch Augmented Reality als Vermittlungsangebot, sollen in den Kunstraum integriert werden.

Um gezielt Kinder und Jugendliche zu erreichen, war die Kooperation mit den

Schulen vor Ort entscheidend. Dierich-Hoche hat vor allem Schulen erreicht, die eher „am Rande der Stadt Potsdam liegen, wo viele Geflüchtete leben und Kinder mit diversen Hintergründen“.

UNKONVENTIONELLE KONZEPTE

Dierich-Hoche kann schon heute auf Erfolge der Kooperation mit der Universität Potsdam und den Schulen zurückblicken: Die gemeinsamen Projekte mit dem Bereich Kunst der Universität Potsdam haben dem Waschhaus neues Leben eingehaucht. Nicht zuletzt durch die gemeinsamen Aktivitäten kommen immer mehr Jugendliche aus der Nachbarschaft ins Waschhaus.

Die Arbeit im Verein lief hingegen nicht immer reibungslos. Dierich-Hoche musste viel Überzeugungsarbeit für ihre unkonventionellen Ideen der Angebote für Kinder und Jugendliche leisten. Aber Kinder und Jugendliche entscheiden letztendlich über die Zukunft der Kultureinrichtungen, so Dierich-Hoche. Die Kunstvermittlerin hat aus dem Entwicklungsprozess für die Arbeit einer Kultureinrichtung viel gelernt: Den Zusammenhalt zu stärken, Partnerschaften mit anderen Kultureinrichtungen zu pflegen sowie geeignete Persönlichkeiten mit ins Boot zu holen und ein repräsentatives Bild einer innovativen Einrichtung nach außen zu kommunizieren, hält sie für besonders elementar.

Diese Erfahrungen hat das Waschhaus sowohl in einem Maßnahmenkatalog für die Teilnehmer*innen als auch für die breite Öffentlichkeit gesammelt. „Die Erfahrungen und Erkenntnisse zeigen, dass wir über Potenziale und Beziehungen verfügen, die einen

Den Zusammenhalt zu stärken, Partnerschaften mit anderen Kultureinrichtungen zu pflegen sowie geeignete Persönlichkeiten mit ins Boot zu holen und ein repräsentatives Bild einer innovativen Einrichtung nach außen zu kommunizieren, hält sie für besonders elementar.

von außen attestierten Mangel durchaus aufwiegen: Erfindungsreichtum, persönliches Engagement und die Überwindung äußerer Hürden. Nicht zuletzt können wir mit der ästhetischen und fachinhaltlichen Qualität unserer kulturellen Bildungsarbeit überzeugen.“ Inzwischen ist auch die weitere Finanzierung für Kunstraum und Waschhaus gesichert. Für die kulturelle Bildung in Zusammenhang mit bildender Kunst, wurde ein Antrag durch das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg genehmigt. Damit geht die Reise des soziokulturellen Zentrums auf jeden Fall weiter.