

Pop-up-Space: Wilhelmsburg 2018

Abschlussbericht



Zusammenfassung

Zwischen Juli und November 2018 haben unter der Koordination der Kulturabteilung rund 300 Akteure die Wilhelmsburg unter improvisierten Rahmenbedingungen zum Leben erweckt. Das Programm mit 51 Veranstaltungstagen wurde nicht nur von rund 12.000 Besucherinnen und Besuchern, sondern auch von der lokalen Presse äußerst positiv angenommen.

Um die Durchführung der Projekte trotz laufender Baumaßnahmen auf der Wilhelmsburg zu ermöglichen, wurde von der Kulturabteilung der Stadt Ulm eine Grundinfrastruktur aufgebaut. Neben umfangreichen Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden flankierende Projekte konzipiert und umgesetzt, um den Belebungsprozess ganzheitlich und auch über den zeitlichen Rahmen des Pop-up-Space: Wilhelmsburg hinaus anzustoßen.

Projektförderung zum Pop-up-Space: Wilhelmsburg 2018

Ziel der Ausschreibung für den Pop-up-Space: Wilhelmsburg war es, mittels künstlerischen und kulturellen Projekten die Nutzung der neuausgebauten Räumlichkeiten im Nordwest-Flügel zu erproben. Dabei wurde Wert darauf gelegt, dass die eingereichten Projekte auch öffentlichkeitswirksame Akzente setzen.

Von den folgenden Kriterien sollten mindestens zwei erfüllt sein:

- Neue künstlerische Ansätze sind enthalten und stellen für das Kulturangebot in Ulm eine Besonderheit und Bereicherung dar
- Das Projekt setzt einzelne öffentlichkeitswirksame Akzente und erhöht dadurch die Sichtbarkeit der Wilhelmsburg und stärkt das Bewusstsein für sie sowohl in Ulm als auch darüber hinaus.

- Das Projekt setzt sich mit der Nutzung der zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten auseinander, erprobt diese und gibt Impulse für zukünftige Innenausbauten.
- Es wird ein Beitrag zur geschichtlichen Aufarbeitung und/oder Vermittlung eines geschichtlichen Bewusstseins für die Bedeutung der Wilhelmsburg für die Ulmer Stadtgesellschaft geleistet.

Die Ausschreibung wurde im November 2017 veröffentlicht und mit bundesweiten Werbemaßnahmen begleitet. Zum Abgabetermin am 15. Februar 2018 gingen insgesamt 75 Anträge ein. Davon 18 aus der Region, 50 aus dem bundesweiten und sieben aus dem internationalen Einzugsgebiet. Eine Jury - besetzt mit Vertreterinnen und Vertretern aus verschiedenen Fachabteilungen der Stadt Ulm, dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) und dem Ulmer Gemeinderat - hat in einer Sitzung am 16. März 2018 sieben Projekte für die Förderung ausgewählt.

Im weiteren Verlauf ging die Kulturabteilung der Stadt Ulm mit den begünstigten Akteuren in die Feinplanung, entwickelte einen Raum- und Spielplan und passte die einzelnen Projekte an die realen Gegebenheiten an. In dieser Etappe kam es zu einzelnen Budgetverschiebungen, auch musste durch den Wegfall eines Projekts, ein Nachrückerprojekt aufgenommen werden. Insgesamt wurden 100.060 € an die Projektpartner vergeben. Folgende Projekte wurden bzw. werden umgesetzt.

- Kinderprogramm mit Ausstellung, Theater und Familienfest unter dem Namen "**Kinder in der Festung**" von Claudia Lemke (5.000 €; Umsetzungszeitraum: 1.-17. Juli 2018)
- Kunstinstallation auf der Außenfassade der Wilhelmsburg "**This is mine - All mine**" von Silvia Wienefoet, Ralph Walczyk (Fördersumme 19.625 €; Umsetzungszeitraum: 22. Juli – 30. November 2018)
- Kunst- und Soundinstallation im nicht ausgebauten Flankturm "**Das Polygonalsystem**" des Kollektivs „Heppler, Heppler, Fegert“ Fördersumme 6.800 €; Umsetzungszeitraum: 24. Juli – 09. September 2018)
- Begehbare Theaterperformance in vier Räumen „**Bund auf Zeit**“ des Kollektivs „carly/lasker-berlin/scheer“ (Fördersumme 4.962 €; Umsetzungszeitraum: 20. Juli – 28. Juli 2018)
- Künstlerresidenzen, Performances, Konzerte und Ausstellungen unter dem Titel "**Burgfestspiele**" des Neuen Saarbrücker Kunstvereins (Fördersumme 27.000 €; Umsetzungszeitraum: 1. August – 30. September 2018)
- Simulation eines Co-Working-Spaces als Büro zur Lösung öffentlicher Fragestellungen "**Creative Space |Wilhelmsbüro**" von Botschaft GbR & Widerstand und Söhne GmbH (Fördersumme 18.673 €; Umsetzungszeitraum: 5. Oktober .– 02. November 2018)
- Komposition und Konzerte der Neuen Musik "**Fünf Räume - Sieben Musiker**" von Alan Hilario / Klangwerkstatt Ulm-Stuttgart-Freiburg (Fördersumme 18.000 €; Umsetzungszeitraum: 03. - 25. November 2018)

Maßnahmen zum Aufbau einer Grundinfrastruktur

Anhand der erarbeiteten Programmplanung wurden zahlreiche Maßnahmen zum Aufbau einer Grundinfrastruktur ergriffen. Hierzu zählen unter anderem: Einrichtung eines Hausmeisterdienstes, Erstellen eines Sicherheits- und Fluchtwegekonzepts, Sicherung des nicht

ausgebauten Traktes durch Einbau zusätzlicher Türen, Einrichten von Besuchertoiletten, Verlegung von Strom, temporäres Beleuchtungskonzept etc.

Des Weiteren wurden **Lösungen für zwei grundlegende Schwachstellen** erarbeitet und Maßnahmen zur Behebung ergriffen: **a) die fehlende Gastronomie** und **b) die mangelhafte Anbindung mit dem ÖPNV / das akute Parkplatzproblem**.

zu a) Die Projektverantwortlichen des „Creative Space |Wilhelmsbüro“ haben sich dazu bereit erklärt, ihren ohnehin geplanten Barbetrieb über den gesamten Projektverlauf des Pop-up-Space: Wilhelmsburg auszuweiten und ein Konzept für einen **Biergarten im Innenhof unter dem Namen „Wilhelmsbar“** zu entwickeln. Mit einer Aufstockung der Fördersumme konnte nicht nur Konzeption und Bau von Mobiliar wie diverser mobiler Loungemöbel, einer Theke und einer kompletten Open-Air-Bühne ermöglicht werden, sondern auch die Begrünung des Biergartens, ein Lichtkonzept und der Anschaffung von Basistechnik für Innenhofveranstaltungen. Darüber hinaus koordinierten die Macher der Wilhelmsbar mobile Essenstände, die zu nahezu allen Veranstaltungen ihre Dienste anboten. Die Wilhelmsbar entwickelte sich zum sozialen Zentrum des Pop-up-Space: Wilhelmsburg und setzte über die geförderten Projekte hinaus, auch weitere, eigene Veranstaltungen um.

zu b) Zu allen Veranstaltungen des Pop-up-Space: Wilhelmsburg fuhr ein **kostenloser Shuttlebus zwischen Innenstadt und Wilhelmsburg**, der im Halbstundentakt verkehrte. Das Angebot wurde von der ersten Fahrt an äußerst gut angenommen und führte darüber hinaus zu einer erheblichen Entspannung was die Parksituation an der Wilhelmsburg anging. Insgesamt wurden 3500 Personen befördert. An Spitzentagen wurde bis zu 52% der Besucherinnen und Besucher mit dem Bus befördert. Die Auslastung der Sitze lag im Durchschnitt bei 35%.

Ergänzende Projekte und neue Akteure

Als Ergänzung zu den geförderten Projekten auf der Wilhelmsburg wurden von der Kulturabteilung flankierende Maßnahmen und Projekte entwickelt und umgesetzt, die als sinnvoll und notwendig für den ganzheitlichen Erfolg Up-Spaces erachtet wurden. Hierzu zählt die **Lichtinstallation Tomogramm** von Joachim Fleischer, über die ein zentraler Gang des nicht ausgebauten Teils der Wilhelmsburg in seiner architektonischen Einzigartigkeit erlebbar wurde. Als Nebeneffekt konnte eine ohnehin notwendige Verbindung zwischen Eingangsbereich und der Installation Polygonalsystem geschaffen werden. Desweiteren wurden mit der **Programmreihe „Donnerstags auf der Burg“** lokale Kulturakteure eingeladen, die Wilhelmsburg zu bespielen. Die Reihe wurde zu einem Besuchermagnet und förderte darüber hinaus die Identifizierung der Ulmer Bevölkerung mit der Wilhelmsburg.

Im Laufe des Pop-up-Space: Wilhelmsburg konnten weitere Akteure gewonnen werden, die zu einer Belebung der Wilhelmsburg beitragen konnten. So fragten z.B. die Veranstalter der Designmesse **„Designliebe“** an, Ihre Messe kurzfristig auf die Wilhelmsburg zu verlegen, was schließlich auch möglich gemacht wurde. Hinzu kamen Aktivitäten wie **Yoga auf der Burg**, **Boulespieltage** und der Einsatz der Räumlichkeiten für **Seminare oder Konferenzen**.

Werbekampagne und Öffentlichkeitsarbeit

Die Ausschreibung wurde überregional bekanntgeben und beworben. Mittels PR-Arbeit, Direktmailings sowie Print- und Online-Anzeigen wurde über Ulm hinaus auf die Ausschreibung Pop-up-Space: Wilhelmsburg aufmerksam gemacht. Eine übergreifende Kampagne zum Pop-up-Space: Wilhelmsburg und den Projekten wurde unter dem Motto "Stürmt die Burg" sehr erfolgreich zur Öffentlichkeitsarbeit und Werbung der einzelnen Projekte umgesetzt. Hierzu wurde online und mittels klassischer Werbemaßnahmen Aufmerksamkeit erzeugt. Aktuelle

Informationen wurden über die Webseite www.die-wilhelmsburg.de, über den städtischen Online-Veranstaltungskalender sowie über die städtischen Social Media Kanäle (Facebook: „KulturInUlm & „StadtUlm“; Instagram: „kulturpunktulm“) verbreitet. Parallel wurde auf Plakatkampagnen, Fahnen, Stehlen und Banner in der Innenstadt, Anzeigenwerbung, regelmäßigen Versand von Pressemitteilungen, Flyer, Präsentation auf verschiedenen Onlineportalen u.v.m. gesetzt.

Abschluss und Ausblick

Der Erfolg der Maßnahmen des Pop-up-Space: Wilhelmsburg übertraf die Erwartungen. Mittels der angebrachten Besucherzähler gehen wir inklusive einer Hochrechnung bis Ende des Jahres von einer Gesamtbesucherzahl von rund 12.000 Personen aus.

2019 soll das Bespielen der Wilhelmsburg fortgesetzt werden. Geplant sind, neben dem ohnehin programmierten Theatersommer auf der Wilhelmsburg, eine Veranstaltungsreihe im Innenhof sowie eine Fortführung der gastronomischen Versorgung. Darüber hinaus ist angedacht, den Flankturm als Ort der Kunst zu aktivieren und hierfür ein „Curators in Residence-Programm“ auszuschreiben.

Finanzaufstellung Pop-Up-Space 2018 (Stand 20.11.2018)	
Projektförderung Pop-Up-Space	
Creative Space Wilhelmsbüro	18.673,00 €
Burgfestspiele	27.000,00 €
Bund auf Zeit	4.962,12 €
Fünf Räume - Sieben Musiker	18.000,00 €
Das Polygonalsystem	6.800,00 €
Kinder in der Festung	5.000,00 €
This is mine all mine	19.625,00 €
Aufbau Infrastruktur	
Hausmeister-Service	6.100,00 €
Reinigungsservice	3.750,00 €
mobile Toiletten	4.895,52 €
Installation und Verbrauch Strom und Wasser	1.250,00 €
Schreiner- und Schlosserarbeiten	2.547,00 €
Ausstattung/ Sonstiges	2.457,00 €
Planung und Konstruktion Bühne und Wilhelmsbar (u.a. Bühnenbau, mobile Sitzelemente, Tische, Tresen, Begrünung, Beleuchtungskonzept Innenhof, technische Ausstattung)	12.000,00 €
Busshuttle	8.000,00 €
Zusatzprojekte	
Zuschuss Donnerstags auf der Burg	8.000,00 €
Lichtinstallation Tomogramm	4.286,60 €
Zuschuss Klangströme	4.000,00 €
Eröffnungsevent	4.026,00 €
Marketing und ÖA	
Bewerbung Ausschreibung	4.078,80 €
Bewerbung Pop-Up-Space	29.675,00 €
Sonstiges	1.060,00 €
Summe Ausgaben 2018	196.186,04 €
Mittel aus der Bundesförderung	180.000,00 €
Zusätzliche Mittel aus der Projektförderung	12.000,00 €
Mittel Gesamt	192.000,00 €
Ergebnis	-4.186,04 €