

Soziokultur verändern - Soziokultur verändert **Kulturzentrum Pavillon Hannover**

Neuauftritt

Im Jahr 2013 wurde das soziokulturelle Zentrum Pavillon vorübergehend geschlossen und umfassend saniert. Der Umbau und die einjährige Schließzeit boten uns einen willkommenen Freiraum, vieles zu überarbeiten und neu zu denken. Die Veränderungen sollten deutlich sein und doch behutsam vorgenommen werden. Sie sollten sowohl bei den langjährigen Stammgästen als auch bei den neu zu erschließenden Zielgruppen Akzeptanz finden. Nicht mehr und nicht weniger als die Erfindung einer zeitgemäßen soziokulturellen Einrichtung ist das Ziel.

Den Generationenwechsel einleiten, das Programm erneuern, die Strukturen verbessern und anpassen und dem gesellschaftlichen Wandel Rechnung tragen. Diese Aufgaben, die wir zu meistern haben, stehen in der Organisationsberatung unter dem Begriff Change Management. Worum geht es bei diesen Veränderungsprozessen?

Programm für ein junges Publikum

Uns beschäftigte zuallererst die Entwicklung eines zeitgemäßen Programmes. Aufgrund von Vakanzen im Stellenplan und durch eine Projektförderung der Stiftung Niedersachsen konnten wir drei jüngere KollegInnen für die Programmplanung anstellen. Diese bringen Themen, KooperationspartnerInnen und Gäste ins Haus, die zuvor nicht da waren. In vielen dieser Angebote stehen Beteiligung, Mitmachen und Selbermachen ganz weit vorne. Beispielsweise lernen in Made By Self, das gefördert wird vom Bundesfonds Soziokultur, junge Leute vom Marketing bis zum DJing alles über eine gute Partykultur. Bei den Bildungstagen Globales Lernen setzen sich einige Hundert Schülerinnen und Schüler kreativ mit entwicklungspolitischen Themen auseinander. Das Medienprojekt upgrade Pavillon lädt verschiedene Zielgruppen zu einem umfangreichen Workshop-Programm ein. Im Theater sind jetzt viele neue Theatergruppen zu Gast, die zeitgenössische Themen der Freien Szene präsentieren, die auch interaktiv ausgestaltet sind. Gerade wird von einer studentischen Gruppe die Sofabühne entwickelt, ein Beteiligungsformat, zu dem sich Newcomer per Facebook für das Bühnenprogramm bewerben können.

In diesen neuen Angeboten zeigt sich die Bandbreite von Soziokultur. Sie umfasst politische und kulturelle Bildung ebenso wie ein Bühnenprogramm mit Theater, Konzerten, Lesungen und Kabarett, funktioniert als Nachwuchsschmiede und lässt kulturelle Experimente zu. Getragen werden die Angebote von vielen Netzwerken, die als Partner unerlässlich sind.

„Soziokultur bedeutet Beteiligung an Projekten, den niedrigschwiligen Zugang zu Angeboten. Die Kolleg*innen planen ein Programm, das zur Mitarbeit einlädt. Soziokultur bedeutet interkulturell und integrativ arbeiten, nicht ausgrenzen, sondern moderieren. Der Pavillon ist viel mehr als ein Veranstaltungszentrum, er ist ein Haus der Projekte und des gesellschaftlichen Diskurses.“ (Christoph Sure, Geschäftsführung)

Es gibt ein großes, älteres, zahlungskräftiges Stammpublikum, das gerne Weltmusik und Jazz hört, Lesungen besucht und Kabarett und Comedy liebt. Dieses Programm ist eine wichtige Säule für den Betrieb. Das Publikum erwartet anspruchsvolle Beiträge, einen herzlichen Empfang sowie Komfort und Barrierefreiheit. Es honoriert nummerierte Sitze, Sitzkissen, Geländer und einen guten Rotwein an der Mezzothek. Backstage sind die guten

und lange eingeführten Kontakte zu den Agenturen genauso wichtig wie eine hervorragende Betreuung der Künstlerinnen und Künstler.

Das jüngere Publikum will wiederum niedrigere Eintrittspreise. Es will chillige Räume, Sofas zum Einsinken, Wohnzimmerambiente oder auch Stehkonzerte und es trinkt gerne günstiges Bier. Diesem Spagat an Ansprüchen wollen wir gerecht werden. Meistens besuchen die verschiedenen Zielgruppen getrennt voneinander den Pavillon. Sie begegnen sich manchmal bei gesellschaftlichen Themen wie Veranstaltungen zum Flüchtlingscamp oder zu Inklusion. Oft sind am einen Tag die einen da, am anderen Tag die anderen. Dazwischen gibt es die Saal-Umbauten von seriös zu lässig.

„Der Begriff Soziokultur passt, unter diesem Dach können wir all das machen, was wir wichtig finden.“ (Till Strehlke, Leitung Finanzen)

Marktplatz Pavillon

Eine wichtige Eigenschaft erfüllt der Pavillon als soziokulturelles Zentrum im Zurverfügungstellen von Räumen, als Marktplatz, als öffentliche Plattform. Der Pavillon lebt von seinen unterschiedlichen Nutzerinnen und Nutzern. Sie sollen auch kurzfristig Räume für die Diskussion eines wichtigen Themas bekommen oder das Haus für ein eigenes Festival nutzen können, mal einen Nagel in die Wand schlagen dürfen, um ein Bild aufzuhängen oder den Boden bekleben. In der Sanierungsplanung entwickelten wir dementsprechend das Leitbild des industriellen Looks, des werkstatthaften Charakters. Danach wurden die Materialien für Decken, Böden und Wände ausgesucht. Das Ergebnis ist so, wie wir es wollten, ein gut ausgestattetes freundlich anmutendes Haus, das seinen niedrigschwelligen und barrierefreien Charakter beibehalten hat. Der Pavillon eben. Das spiegeln uns die Nutzer*innen und Gäste zurück.

„Soziokultur im Pavillon, das sind über 300 kulturelle und politische Initiativen im Jahr, denen wir Räume, Technik und manchmal auch Beratung zur Verfügung stellen. Damit tragen wir dazu bei, dass Menschen in ihrer Stadt, in ihrem Land, aktiv an Kultur und Politik teilhaben und ihre Heimat mitgestalten können.“ (Hanne Bangert, Leitung Hausorganisation)

Image

Mit dem Neustart vollzogen wir die Veränderung des Corporate Designs. Zu einer gezielten Ausschreibung luden wir fünf Grafikbüros ein. Mit dem Grafiker, der aus der Ausschreibung hervor gegangen ist, arbeiten wir nun schon seit 2014 sehr gut zusammen. Der typische Pavillon-Schriftzug blieb als Verbindung zum alten Haus für das Logo erhalten. Aus dem Wortwurm „Kultur- und Kommunikationszentrum Pavillon“ wurde das prägnantere „Kulturzentrum Pavillon“. Damit etablierten wir die im Alltag schon längst praktizierte Bezeichnung. Es gab Befürchtungen, dass damit eine programmatische Reduzierung einhergehen könnte. Dem scheint aber nicht so.

„In der Soziokultur geht es um andere Sichtweisen, um Verbindungen von Kultur und Gesellschaft, es gibt im Pavillon sehr viel Neues im Bereich Theater oder beim Projekt upgrade, im neuen Pavillon gibt es mehr Soziokultur als vorher.“ (Dagmar Koslowski, Infothek)

Aus den Pavillon Notizen, schwarzweiß und im Wickelfalz, mit dem Kleingedruckten, kleinen Bemerkungen an Insider, und mit viel Fließtext zu den Programmbeiträgen wurde

das jetzige bunte Programmheft. Zu jeder Veranstaltung gibt es ein Bild, die Textbeiträge sind begrenzt und der Auftritt im Netz, auf Papier oder für das Smartphone ist aus einem Guss. Jetzt gibt es im Heft Anzeigen. Die Öffentlichkeitsarbeit soll weiter angepasst werden. In Zukunft wird es weniger Plakate und weniger Flyer geben. Die Programminformationen im und am Haus sollen auf LCD-Displays zu sehen sein. Denn der öffentliche Stadtraum verändert sich, die meisten Plakatflächen werden durch die Städtereklame kommerziell verwertet. Dadurch wird es immer teurer zu plakatieren. Auch in den Kneipen spielt die Plakatkultur keine große Rolle mehr. Dass die Flure zu den Toiletten oder Wände in einem Lokal flächendeckend plakatiert sind, gibt es kaum noch.

Finanzen

Aufgrund der Sanierung können wir jetzt zwei Säle und beide Theaterbühnen gleichzeitig nutzen. Der Spielbetrieb hat sich mindestens verdoppelt. Dieser Parallelbetrieb ist teuer, denn die Einnahmen erhöhen sich nicht proportional zum Veranstaltungsvolumen. Und vom Pavillon wird mehr erwartet als zuvor. Die Bandbreite der Vermietungen und Kooperationen ist sehr viel umfangreicher geworden. Damit steigt der Umfang der zu leistenden Serviceangebote, der von der Ausstattung eines Gruppenraumes bis zur mehrtägigen bundesweiten ve.rdi-Konferenz, der Jubiläumsfeier des Straßenmagazins Asphalt, der Jahrestagung des Freundeskreis Hannover oder der Vermietung des gesamten Hauses an die Theaterfestivals Theaterformen oder Best OFF reicht.

Im Nutzungsvertrag mit der Stadt Hannover werden als Programmauftrag an den Pavillon benannt: gesellschaftspolitischer Diskurs, internationales Kulturprogramm, Spielstätte für Freie Theater und Bereitstellung von Infrastruktur und Beratung.

Mit der Stadt konnte für den nächsten dreijährigen Beihilfevertrag ab 2015 eine Tarifierpassung von 3 % ausgehandelt werden. Der Anteil der städtischen Beihilfe (ohne Miete) am Gesamthaushalt der BI beträgt 20 %. Insgesamt müssen aber die Erträge aus den Veranstaltungen, die Einnahmen aus den Vermietungen und aus der Gastronomie steigen, um die wachsenden Kosten zu decken. Dies bedeutet, dass kommerziell erfolgreiche Veranstaltungen verstärkt im Programm vertreten sein müssen. Die Preise für die Raumvermietungen müssen erhöht werden.

Ist dadurch der soziokulturelle Charakter des Hauses gefährdet?

Wir gehen davon aus, dass die Besonderheit eines soziokulturellen Zentrums im ständigen Ausbalancieren zwischen den verschiedenen Programmsegmenten liegt. Die Finanzierung von Projekten, beteiligungsorientierten Angeboten und Veranstaltungen für den gesellschaftlichen Diskurs gelingen in der Zusammenarbeit mit Stiftungen und verschiedensten öffentlichen Förderungen. Im Kulturbereich gibt es Zuschüsse für die Durchführung von Festivals und besonderen Reihen. Daneben gibt es den laufenden Betrieb, der sich durch Eintrittseinnahmen finanzieren muss. Immer wichtiger für die Finanzierung wird der Bereich Vermietungen.

Einen besonderen Anteil an der Finanzierung hat die Gastronomie. Die BI erhält Pachteinnahmen vom Café Mezzo. Die Sanierung und Neugestaltung des Gastraumes im Rahmen der Sanierung wurde von den Mezzo-Betreiberinnen und der BI finanziert. Hier war wie für den ganzen Pavillon eine behutsame Modernisierung das Leitbild. Die Gäste sind zufrieden, dass sie „ihr Mezzo“ wiedererkennen, dass es aber von der Speisekarte bis zum Mobiliar zeitgemäßer auftritt. Bei Veranstaltungen im Pavillon gibt es jetzt auch Brotschnitten mit veganem Aufstrich, mehr Limonaden, andere Biersorten und andere

Weine. Dies alles trägt zu dem komplexen Finanzierungskonstrukt bei.

Generationenwechsel (*Zahlen aus dem Jahr 2015*)

Das Pavillon-Team umfasst 37 Angestellte.

Davon sind 16 Personen zwischen 50 und 60 Jahre.

7 Teammitglieder sind zwischen 30 und 40.

Und 14 sind unter 25 Jahren.

„Ich habe mich für den Pavillon interessiert, weil ich einige Leute kannte und gerne hier im Team arbeiten wollte. Was Soziokultur ist, lernte ich jetzt kennen, den Begriff kannte ich vorher nicht“ Justin Laura Hahn (FSJ Politik)

In den nächsten fünf Jahren gehen einige Teammitglieder in den Ruhestand. Idealerweise sollte es für sie schon früh eine Nachfolge geben, damit dann längere Zeit im Tandem gearbeitet werden kann. So könnten Kontakte zu Agenturen und KünstlerInnen und in die Netzwerke der Stadtgesellschaft gut weitergeführt werden. Ein solches Prinzip verursacht jedoch durch die Doppelstrukturen hohe Personalkosten und kann gerade in einem soziokulturellen Zentrum mit einer dünnen Finanzdecke kaum geleistet werden.

Die Älteren im Team haben in einer Zeit angefangen, in der Kulturberufe sich erst langsam professionalisiert haben. Manche stiegen über Projekte ein oder über Fördermaßnahmen des Arbeitsmarktes. Das Do-it-Yourself galt auch für den Arbeitsbereich. Heute gibt es einen Zugang über Freiwilligendienste, über die Ausbildung oder über Werkverträge.

„Soziokultur bedeutet für mich ein Kulturzentrum mit sozialem Einschlag. Langfristig würde mich im Pavillon der Bereich Konzert-Booking interessieren.“ Isabel Olson (FSJ Kultur)

„Ihr seid diejenigen, denen wir das Zentrum übergeben werden“, sagen wir den Auszubildenden und jungen Kolleg*innen manchmal. Die Arbeitsbereiche spezialisieren sich immer mehr. Und entfremden sich möglicherweise ein Stück weit vom soziokulturellen Urknall. Deshalb muss die folgende Generation gezielt für die Anforderungen der soziokulturellen Arbeit geschult werden, um das Prinzip Soziokultur zukunftsfähig zu halten.

Susanne Müller-Jantsch

Geschäftsführung BI Raschplatz e.V./Kulturzentrum Pavillon

*Beitrag aus dem Handbuch Soziokultur/ Heft 6/ Hrsg. Stiftung Niedersachsen
Hannover 2015*