

Butzin, Anna; Terstriep, Judith

Research Report

Das Programm #heimatruhr: Was Künstler:innen, Kreative und Kulturschaffende mit dem Ruhrgebiet verbinden und wie sie es mitgestalten.

Forschung Aktuell, No. 06/2022

Provided in Cooperation with:

Institute for Work and Technology (IAT), Westfälische Hochschule, University of Applied Sciences

Suggested Citation: Butzin, Anna; Terstriep, Judith (2022) : Das Programm #heimatruhr: Was Künstler:innen, Kreative und Kulturschaffende mit dem Ruhrgebiet verbinden und wie sie es mitgestalten., Forschung Aktuell, No. 06/2022, Institut Arbeit und Technik (IAT), Gelsenkirchen

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/261368>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Das Programm

#heimatruhr

Was Künstler:innen, Kreative und Kulturschaffende mit dem Ruhrgebiet verbinden und wie sie es mitgestalten.

Autorinnen

Anna Butzin
Judith Terstriep

Auf den Punkt

- Das Programm #heimatruhr förderte 40 Projekte von Künstlerinnen und Künstlern, Kreativen und Kulturschaffenden, durch die (neue) Heimatorte in den Stadtquartieren der Ruhrgebietsstädte entstanden.
- Im Rahmen einer ersten Befragung wurde die Einschätzung von Kulturschaffenden zur „Heimat-Ruhrgebiet“ erhoben.
- Aus den Ergebnissen der Befragung geht hervor, dass das Ruhrgebiet von Kreativen und Kulturschaffenden u.a. besonders mit Diversität und kultureller Vielfalt verbunden und als Zuwanderungsregion wahrgenommen wird.
- In einer zweiten Befragung ist die Wirkung der geförderten Projekte sowie der sich engagierenden Personen und die Anzahl an Aktionen / Veranstaltungen eingeschätzt worden.
- Demnach wirkten die Projekte auf die Stadtteile, indem sie Orte schufen oder bestehende Orte entwickelten, die zu neuen Treffpunkten und Heimatorten wurden bzw. das Potenzial haben, solche zu werden.

Zentrale Einrichtung der
Westfälischen Hochschule
Gelsenkirchen Bocholt
Recklinghausen in
Kooperation mit der
Ruhr-Universität Bochum

 **Westfälische
Hochschule**

**RUHR
UNIVERSITÄT
BOCHUM** **RUB**

1 Einleitung

Kunst, Kultur und Kreativität sind eine wichtige Säule für die zukunftsfähige Gestaltung des Ruhrgebiets. Deshalb wurden im Rahmen des #heimatruhr-Programms Künstlerinnen und Künstler, Kreative und Kulturschaffende angesprochen, sich aktiv an diesem Gestaltungsprozess zu beteiligen. Mit ihren Vorschlägen und Ideen sollten neue Räume und Orte der künstlerischen sowie kreativen Entfaltung und des gesellschaftlichen Miteinanders entstehen. Das Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen unterstützte Künstlerinnen und Künstler, Kreative und Kulturschaffende mit dem Programm #heimatruhr dabei, innovative Ideen für mehr Lebensqualität im Ruhrgebiet zu entwickeln und neue Heimatorte zu schaffen¹.

Dazu stellte das Ministerium in den Jahren 2020 und 2021 drei Millionen Euro für das Programm #heimatruhr zur Verfügung. #heimatruhr wurde vom Institut Arbeit und Technik (IAT) der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen und dem european centre for creative economy (ecce GmbH) durchgeführt und wissenschaftlich begleitet. Das vorliegende Forschung aktuell stellt die wesentlichen Projektergebnisse in Form einer ersten Befragung der Künstlerinnen und Künstler, Kreativen und Kulturschaffenden im Hinblick auf ihren Eindruck der „Heimat-Ruhrgebiet“ dar. Aus der Befragung gingen zahlreiche Projektideen hervor, die in insgesamt 40 geförderte Projekte mündeten, durch die neue Heimatorte in Quartieren entstanden oder alte Orte neu ertüchtigt wurden. Im Rahmen einer zweiten Befragung, deren Ergebnisse hier ebenfalls vorgestellt werden, ist die Projektwirkung abgeschätzt worden.

Ziel des #heimatruhr-Programms war die kreative Auseinandersetzung mit dem Ruhrgebiet, bei der neue Heimatorte geschaffen werden sollten, um die Region zukunftsfähig und lebenswert zu gestalten. Das Programm ermöglichte die künstlerische Gestaltung von öffentlichen Plätzen und Gebäuden, die zur Auseinandersetzung und zum Verweilen einluden, allen offenstanden und Menschen miteinander verbanden. Es sollten Orte des Miteinanders und der Begegnung von Menschen verschiedener Generationen, Kulturen und sozialer Hintergründe im Ruhrgebiet geschaffen werden. Erreicht werden sollten möglichst alle Generationen. Menschen sollten für ein Miteinander an realen Orten und Plätzen neu begeistert werden.

¹ Das Forschung aktuell ist eine Zusammenfassung aus den folgenden Veröffentlichungen: Butzin et al. (2020), Butzin & Terstriep (2022) und Butzin et al. (2022).

2 Auftakt: Die erste Befragung

Zum Auftakt von #heimatruhr wurde eine Umfrage durchgeführt, die sich an Künstlerinnen und Künstler, Kreative und Kulturschaffende richtete, die ihren Wohn- oder Arbeitssitz im Ruhrgebiet haben. Die Befragung hatte zum Ziel zu erfassen, was den Teilnehmenden in Bezug auf Heimat wichtig ist und wie sie die Heimat-Ruhrgebiet einschätzen. Im Anschluss daran wurden Projektideen erfragt (die im Rahmen dieses Forschung-Aktuell allerdings nicht aufgeführt werden). Sie wurde als Online-Befragung vom 2. Oktober 2019 bis zum 30. November 2019 durchgeführt. Insgesamt lagen auswertbare Fragebögen von 447 Befragten vor, von denen sich 51 % als Männer, 47 % als Frauen und 2 % als divers bezeichnen. Die überwiegende Mehrheit der Befragten (92 %) wurde in Deutschland geboren. Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 46 Jahren.

Die Befragten der Alterskohorten 26 bis 45 und 46 bis 55 Jahre waren häufiger vertreten, während Personen im Alter von 25 Jahren und jünger ebenso wie die Altersgruppe der über 66-Jährigen schwächer vertreten waren. Diese Ergebnisse überraschen insofern wenig, als dass gezielt Erwerbstätige einschließlich Selbständiger und freiberuflich Tätiger befragt wurden. Die Befragten sind seit langem in Nordrhein-Westfalen verwurzelt. So gaben 84 % der Personen an, bis zu ihrem 20. Lebensjahr am längsten in Nordrhein-Westfalen gewohnt zu haben. Durchschnittlich hatten die Befragten zum Zeitpunkt der Befragung 32 Lebensjahre im Bundesland gelebt und seit 19 Jahren dort gearbeitet. Für die überwiegende Mehrheit der Befragten (89 %) lag der Lebensmittelpunkt zum Zeitpunkt der Umfrage im Ruhrgebiet. Rund 79 % der Befragten gaben an, im Ruhrgebiet zu arbeiten und 14 % gaben an, sowohl im Ruhrgebiet als auch an auswärtigen Standorten tätig zu sein. Weitere 7 % der Befragten hatten ihren beruflichen Schwerpunkt außerhalb des Ruhrgebietes.

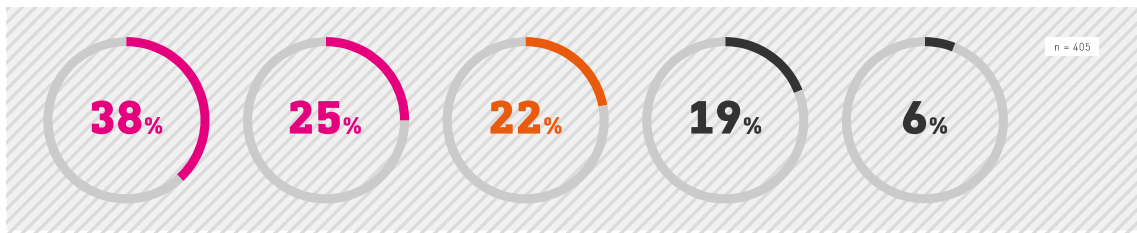
Die befragten Personen wiesen einen deutlich gehobenen Bildungshintergrund auf. Rund 69 % der Befragten haben als höchsten schulischen Abschluss das Abitur erreicht, weitere 20 % verfügen über das Fachabitur bzw. eine Fachhochschulreife. Somit überrascht es nicht, dass wiederum 69 % der Befragten einen akademischen Abschluss erreicht hatten. Unter diesen Nennungen wurde als höchster akademischer Abschluss das Diplom angegeben (45 %), gefolgt von einem Master-Abschluss (33 %) und einem Bachelor-Abschluss (18 %). Weitere 4 % gaben eine Promotion als den höchsten Abschluss an.

2.1 Was wird mit Heimat verbunden?

Wie Abbildung 1 illustriert, hat Heimat für die Mehrheit der Befragten eine große oder eher große Bedeutung (63 %). Nur 6 % gaben an, dass Heimat keine Bedeutung für sie hat. Entsprechend ist Heimat ein wichtiges Thema für kulturell und kreativ Tätige im Ruhrgebiet. Doch was verbinden die Befragten mit Heimat? Um dies herauszufinden, sollten die Befragten auf einer Skala von 1 (keine Verbindung) bis

6 (starke Verbindung) ihre Verbindung mit den in Abbildung 2 aufgeführten Aussagen angeben. Besonders die Aussage »Heimat ist da, wo ich Freundinnen und Freunde habe« fand stärkeren Zuspruch. 85 % der Befragten wählten hier Werte zwischen 4 und 6. Ebenfalls hohe Werte erzielten die Aussagen »Heimat ist da, wo ich mich entfalten kann« (82 %) und »Heimat ist da, wo ich zuhause bin« (82 %). Auch das Ruhrgebiet ist Heimat. 76 % der Befragten wiesen der Aussage »Das Ruhrgebiet ist meine Heimat« Werte von 4 bis 6 zu. Knapp 40 % bzw. 144 Personen wählten mit dem Wert 6 die stärkste Verbindung.

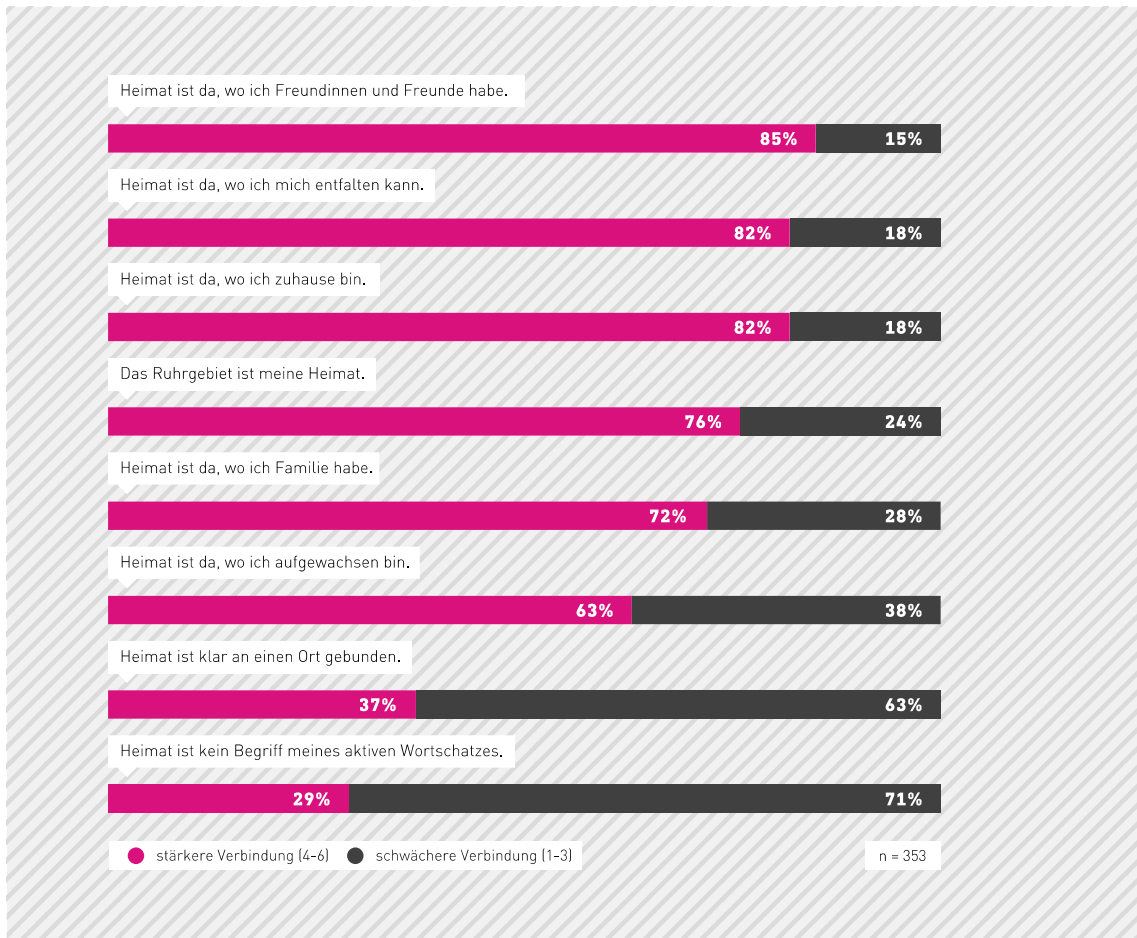
Abb. 1. Bedeutung von Heimat



Stärkere Verbindungen konnten ferner die Aussagen »Heimat ist da, wo ich Familie habe« (72 %) und nur leicht geringer »Heimat ist da, wo ich aufgewachsen bin« (62 %) erzielen. Die Aussagen »Heimat ist klar an einen Ort gebunden« (37 %) und »Heimat ist kein Begriff meines aktiven Wortschatzes« (29 %) fanden weniger Anklang. Insgesamt lassen die Ergebnisse den Schluss zu, dass für die Befragten Heimat tendenziell stärker mit einem positiven Lebensmittelpunkt (Freunde, Entfaltung, zuhause sein) verbunden ist. Orte der Kindheit (Aufwachsen) und Verwandtschaft spielen aber auch eine gewisse Rolle. Hierbei ist Heimat selten an einen einzigen Ort gebunden.

Wie stark das Ruhrgebiet mit Heimat in Verbindung gebracht wird, hängt wiederum von der Dauer ab, welche die Befragten insgesamt im Ruhrgebiet gelebt haben. Je länger die Befragten im Ruhrgebiet lebten, desto stärker war die Verbindung mit der Aussage »Das Ruhrgebiet ist meine Heimat«. Mit 32 Jahren lebten die Befragten durchschnittlich relativ lange im Ruhrgebiet – das Durchschnittsalter der Befragten ist 46 Jahre, was zeigt, dass die Verwurzelung der kulturell und kreativ Tätigen in der Region hoch ist. Dieses Ergebnis überrascht, da kulturell und kreativ Tätigen oft eine geringe Ortsgebundenheit attestiert wird. Jedoch gilt es bei diesen sowie allen anderen Befragungsergebnissen zu beachten, dass vermutlich eher Personen an der Umfrage teilgenommen haben, die sich generell durch die Themen Heimat und Ruhrgebiet angesprochen fühlten.

Abb. 2. Wie stark verbinden Sie Heimat mit den folgenden Begriffen?

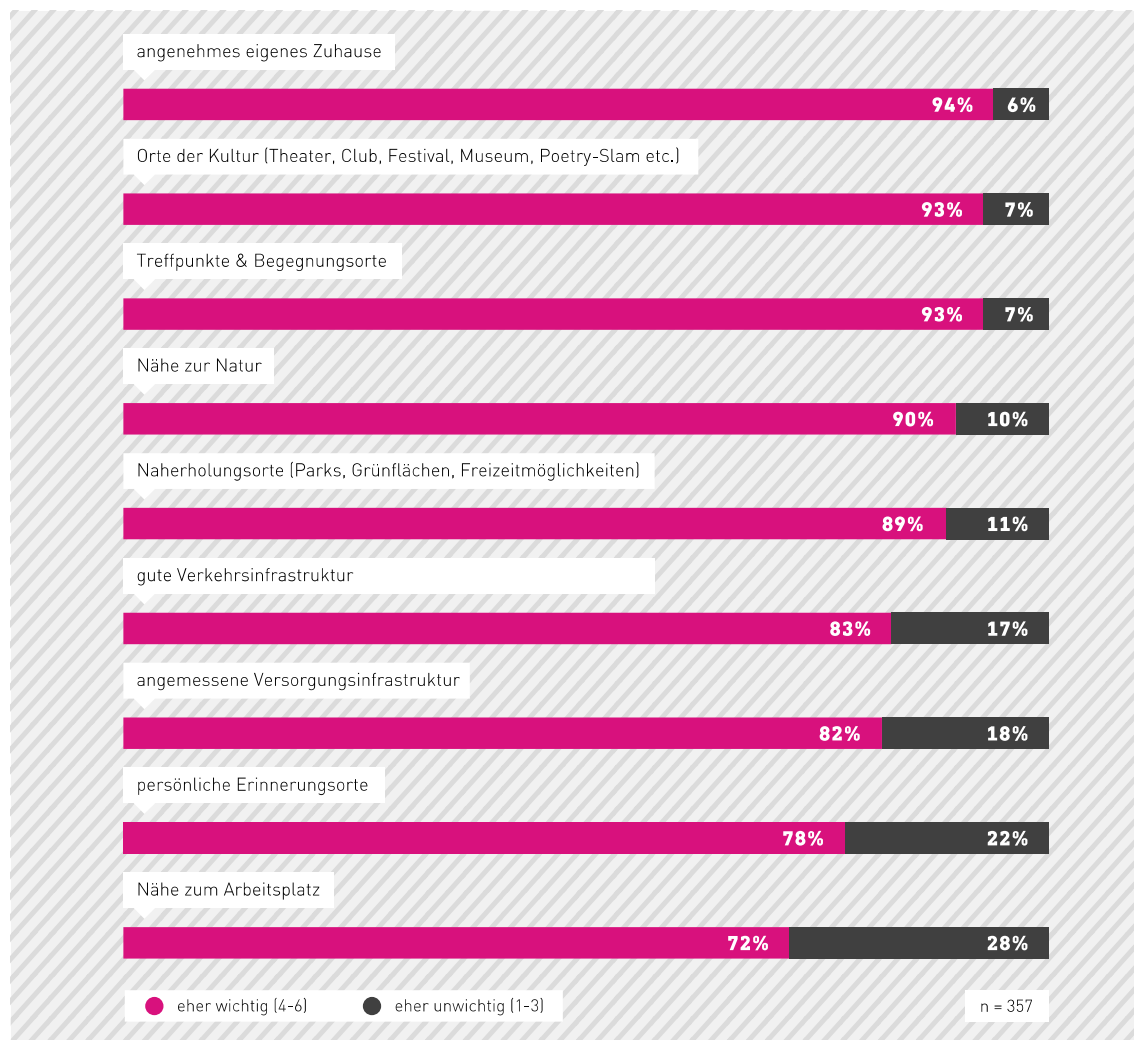


2.2 „Sich heimisch fühlen“

Was brauchen die Befragten, um sich an einem Ort heimisch zu fühlen? Um dies herauszufinden, wurden die Befragten darum gebeten, die Wichtigkeit räumlicher (Abb. 3), sozialer und emotionaler Faktoren auf einer Sechskerskala (1 = unwichtig bis 6 = sehr wichtig) zu bewerten. Für 94 % der Befragten war das »angenehme eigene Zuhause« eher wichtig, um sich heimisch zu fühlen (d.h. es wurden Werte von 4 bis 6 gewählt), wobei 60 % sogar angaben, dass ihnen dieser Aspekt sehr wichtig sei. Ähnliche Werte erhielten auch »Orte der Kultur« wie Theater und Clubs (93 %) sowie »Treffpunkte und Begegnungsorte« (93 %). Ebenfalls wichtig waren die »Nähe zur Natur« (90 %) und »Naherholungsorte« wie Parks, Grünflächen und Freizeiteinrichtungen (89 %). Mit einigem Abstand wurde einer »guten Verkehrsinfrastruktur« (83 %) und einer »angemessenen Versorgungsinfrastruktur« (82 %) ebenfalls eine hohe Wichtigkeit zugeschrieben, um sich heimisch zu fühlen. »Erinnerungsorte« sind relativ betrachtet weniger wichtig. Nur 78 % der Befragten wählten Werte zwischen 4 und 6. 31 % der Befragten bewerteten diesen Aspekt jedoch als sehr wichtig (Wert 6). Interessanterweise war die »Erreichbarkeit des Arbeitsplatzes« am wenigsten wichtig (72 %). Nur 24 % der Befragten gaben an, dass die Arbeitsplatzerreichbarkeit ihnen sehr wichtig sei, um sich heimisch zu fühlen. Ob die relativ betrachtet niedrige Wichtigkeit darin begründet

liegt, dass die Befragten weniger arbeitsplatzgebunden arbeiten (z.B. durch freiberufliche Tätigkeiten im Homeoffice), kann nur vermutet werden.

Abb. 3. Wie wichtig sind Ihnen Merkmale des räumlichen Umfeldes, um sich an einem Ort heimisch zu fühlen? (Mehrfachnennung)



2.3 Wie wird das Ruhrgebiet gesehen?

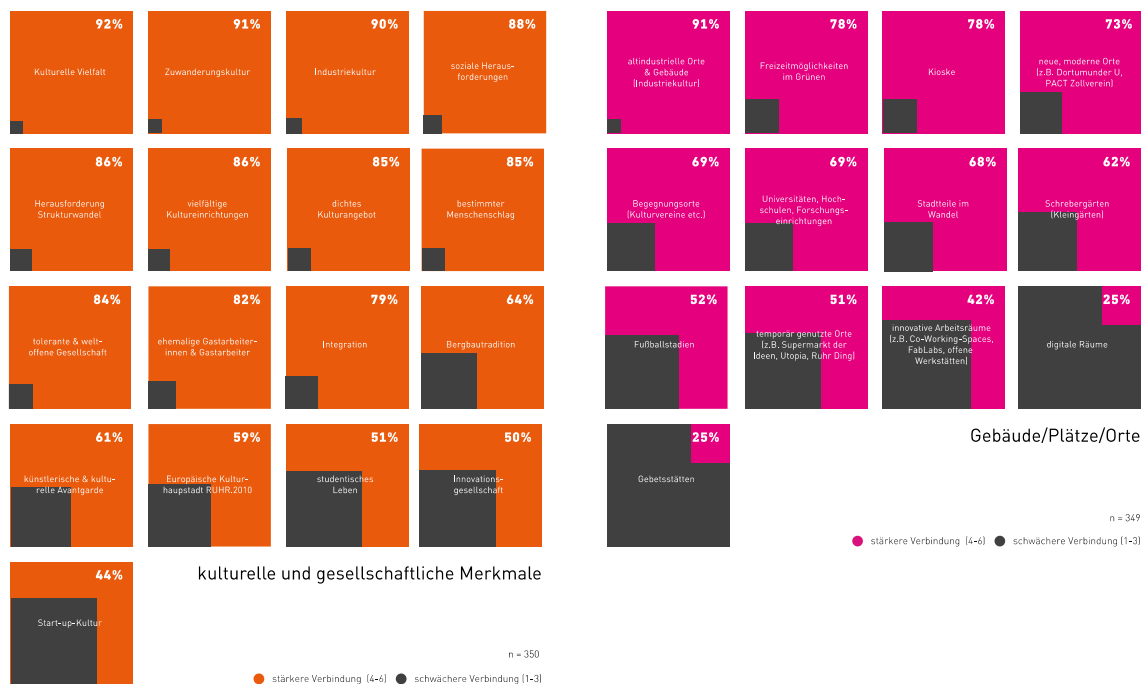
Wie die Befragten das Ruhrgebiet sehen, welches Image sie also vom Ruhrgebiet haben, wurde ebenfalls erhoben. Hierzu wurde die Verbindung des Ruhrgebiets zu verschiedenen kulturellen und gesellschaftlichen Merkmalen, Gebäuden/Plätzen/Orten und Branchen erfragt. Als Antwortmöglichkeit stand wiederum die Sechskerskala von 1 (= keine Verbindung) bis 6 (= starke Verbindung) zur Auswahl. Mit dem Fragenblock zu den drei Kategorien sollte die aktuelle Binnenwahrnehmung der kreativ und kulturell Tätigen vom Ruhrgebiet erhoben werden. Wird das Ruhrgebiet also eher mit Tradition und dem kulturellen Erbe als Bergbauregion verbunden, wird es mit Wissenschaft und Bildung assoziiert oder als Hotspot der Kreativwirtschaft wahrgenommen?

Wie aus Abbildung 4 hervorgeht, wurde das Ruhrgebiet kulturell und gesellschaftlich besonders mit Diversität und kultureller Vielfalt verbunden und als Zuwanderungsregion wahrgenommen. So gaben 92 % der Befragten an, dass sie das Ruhrgebiet mit »kultureller Vielfalt« verbinden (Werte zwischen 4 und 6). Ähnlich hoch war die Verbindung zu »Zuwandererkulturen« (91 %). Hohe Werte erzielten ferner »Industriekultur« (90 %), »soziale Herausforderungen« (88 %) und »Herausforderung Strukturwandel« (86 %). Entsprechend ist aus Sicht der Befragten die Ruhrgebietskultur und Gesellschaft weiterhin durch das industrielle Erbe und die damit einhergehenden Herausforderungen geprägt. Aber auch »vielfältige Kultureinrichtungen« (86 %) und ein »dichtes Kulturangebot« (85 %) wurden mit dem Ruhrgebiet in Verbindung gebracht. Relativ gesehen am schwächsten wurden mit dem Ruhrgebiet Merkmale der Innovationskultur und Bildung assoziiert: »studentisches Leben« (51 %), »Innovationsgesellschaft« (50 %) und »Start-up-Kultur« (44 %) erzielten von allen Merkmalen die niedrigsten Werte. Überraschenderweise wurde auch die »Bergbautradition« (64 %) relativ betrachtet weniger stark mit dem Ruhrgebiet assoziiert. Ähnliche Verbindungswerte wie »Bergbautradition« erzielte die »Europäische Kulturhauptstadt RUHR.2010« (59 %), was für ein singuläres (Groß-)Ereignis durchaus beachtlich ist.

Die Ergebnisse deuten insgesamt an, dass das Ruhrgebiet kulturell und gesellschaftlich besonders mit Diversität und Zuwanderung in Verbindung gebracht wird. »Glück auf« und das industrielle Erbe haben zwar keinesfalls ausgedient, sind aber nur zwei Merkmale unter vielen, die die Befragten mit dem Ruhrgebiet assoziierten. Relativ betrachtet verbanden die teilnehmenden Kultur- und Kreativschaffenden das Ruhrgebiet am stärksten mit Gebäuden/Plätzen/Orten des industriellen Erbes (Abb. 4, rechts). 91 % der Befragten assoziierten das Ruhrgebiet mit »altindustriellen Orten oder Gebäuden« (Werte zwischen 4 und 6), wobei 48 % der Befragten sogar sehr starke Verbindungen angaben. Mit »Kioske« (78 %) hat es ein ebenfalls altindustriell bedingter Ort in die Top 3 geschafft. Die Verbindung mit »Freizeitmöglichkeiten im Grünen« (78 %) ist nur geringfügig stärker ausgeprägt. Darüber hinaus wurde das Ruhrgebiet ebenfalls relativ stark mit »neuen, modernen Orten« wie dem Dortmunder U (73 %), »Begegnungsorten«

wie Kulturvereinen (69 %), »Universitäten, Hochschulen und Forschungseinrichtungen« (69 %) und »Stadtteilen im Wandel« (68 %) verbunden. Mittelstark waren die Verbindungen zu »Schrebergärten« (62 %), »Fußballstadien« (52 %) und »temporär genutzten Orten« (51 %). Geringere Verbindung wurde »innovativen Arbeitsräumen« (42 %), »digitalen Räumen« (25 %) und »Gebetsstätten« (24 %) zugeschrieben. Für diese drei Orte gaben deutlich weniger als die Hälfte der Befragten stärkere Verbindungswerte an.

Abb. 4. Verbindung mit kulturellen/gesellschaftlichen Merkmalen und Gebäuden/Plätzen/Orten



3 Die Umsetzung: 40 Projekte werden gefördert

Um die Ziele des Programms zu erreichen, sind im Anschluss an die Befragung ein Projektaufruf und mehrstufiger Auswahlprozess mit Jury durchgeführt worden. So konnten künstlerische Initiativen gefördert werden, die Orte schufen, die als Heimat erlebt und erlebbar gemacht wurden. Diese Orte konnten kreative Begegnungsräume sein, künstlerische Produktionsstätten und künstlerisch-kreative Interventionen an Plätzen und Gebäuden oder Begegnungs- und Veranstaltungsformate im öffentlichen Raum. Die Orte sollten neue Formen der Identität schaffen, konnten innovative und kreative Stadtentwicklungskonzepte einschließen, mussten offen für alle sein und sollten zum Verweilen sowie zur Begegnung und gemeinsamen Auseinandersetzung einladen.

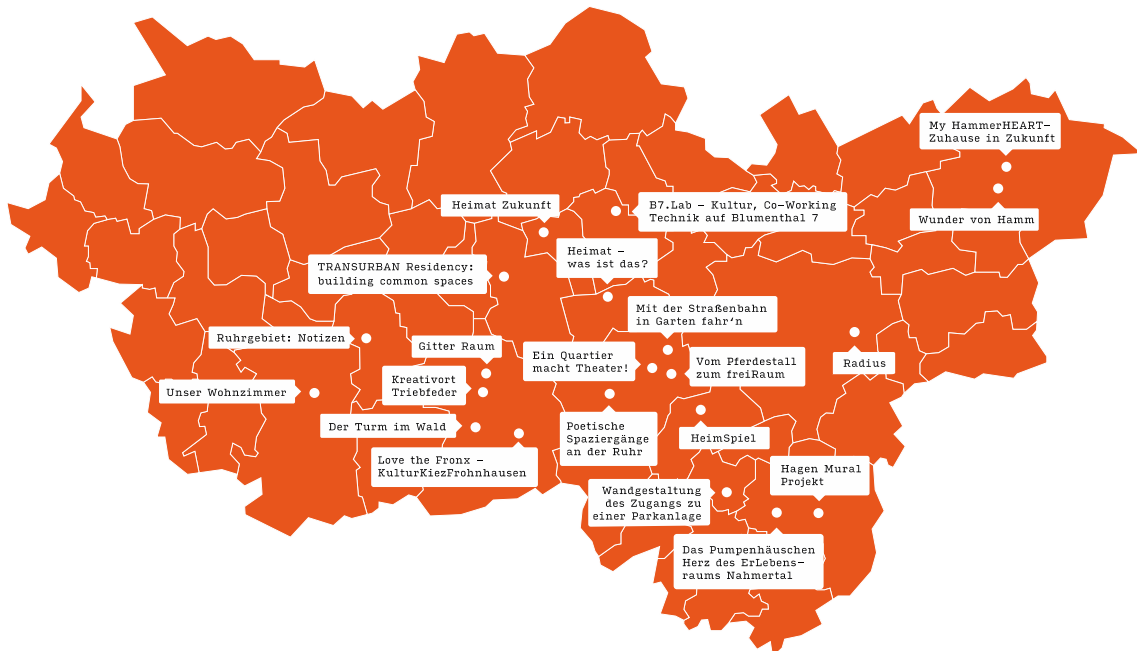
In zwei Förderrunden wurden insgesamt 40 Projekte gefördert (Abb. 5 und 6). Die Projekte waren in unterschiedliche Formate wie Veranstaltungen, Ausstellungen, Workshops / Platzgestaltung, Kunst im öffentlichen Raum, Kunst am Bau, Ertüchtigung / Beitrag zur Förderung der Kunst- und Kreativszene: z.B.

ein Projektraum, Co-Working-Space oder eine Werkstatt / dauerhaft angelegt bzw. sichtbar, unterteilt. Analog zu den Formaten wurde auch die künstlerische Sparte der #heimatruhr-Projekte definiert. Die genannten Kategorien waren: Darstellende Kunst, Bildende Kunst, Literatur, Musik, Fotografie & Film, Street Art, Game Design, sozio-interkulturelle und spartenübergreifend Projekte.

Abb. 5. Projekte der ersten Förderrunde



Abb. 6. Projekte der zweiten Förderrunde



Exemplarisch für die #heimatruhr-Projekte stehen die drei nachfolgenden Projektbeispiele.

Projekt #1: Die #heimatruhr-Förderung wurde für die Umsetzung des „**Error Art Festivals**“ in Dinslaken genutzt. Das Festival verfolgte das Motto „Kunst gegen fehlende Akzeptanz und für mehr Zusammenhalt“. Dafür haben 23 Künstlerinnen und Künstler aus ganz Deutschland auf fehlende Akzeptanz von unterschiedlichen Lebensentwürfen innerhalb der Stadt Dinslaken aufmerksam gemacht. Als zentraler Ort der Aktivitäten setzte der Stadtteil Lohberg und dessen Bewohnerschaft Impulse. Ihre Perspektiven wurden erfolgreich in die anderen Stadtteile verlagert und haben einen Diskurs ausgelöst, der auch von der Presse und Politik nachhaltig aufgenommen wird. Die Basis der Kunstwerke ist ein Datenpaket, welches vorab erhoben und durch das Festival weiter ausgebaut wurde (umfangreiche Stadtteilrecherche, Social Listening zum Suchbegriff Lohberg, qualitative und quantitative Interviews). Die #heimatruhr-Förderung wurde dabei für die Konzeption, das Research-Team, die Umsetzung vor Ort und die Künstlerinnen und Künstler verwendet. Hierbei ist die besondere Pandemie-Situation herauszustellen, die nur durch einen Mix aus analogen und digitalen Angeboten gemeistert werden konnte. Das Projekt wurde in Lohberg und in Dinslaken allgemein positiv aufgenommen und hat einer alten Debatte ein neues Gesicht gegeben. Als Heimatort ist dabei die Zechenwerkstatt noch weiter gewachsen. Zudem wurde der Heimatbegriff in Dinslaken auf Basis des Grundgesetzes diskutiert (www.errorartfestival.com).

Projekt #2: Das „**Schaubüdchen**“ ist ein Kleinstraum für Kultur, Kunst und soziales Gespräch in einem ehemaligen Kiosk in Bochum. Auf 15 m² Fläche mitten in einem Wohngebiet haben Dr. Judith Schäfer und Philipp Blömeke zwischen Oktober 2020 und Dezember 2021 einen nachbarschaftlich orientierten Ausstellungs- und Begegnungsort aufgebaut. Durch seine besondere Lage am Wegesrand und seine alltägliche Zugänglichkeit ist „Das Schaubüdchen“ ideal für Kunstformen, die auf Einbezug und Dialog sowohl mit der Nachbarschaft als auch mit Passantinnen und Passanten setzen. „Das Schaubüdchen“ hat zwischen März und Dezember 2021 Arbeiten von 47 Künstlerinnen und Künstlern gezeigt: Gemeinschaftsausstellungen von der Nachbarschaft, Einzel- und Gruppenausstellungen aus den Bereichen Bildende Kunst, Installation, Performance, Licht- und Medienkunst sowie Literatur. Die Mittel der Förderung durch #heimatruhr dienen der Anmietung und Renovierung der zuvor lange Zeit leerstehenden Räumlichkeiten, dem Umbau zu einem Veranstaltungsort, der technischen Ersteinrichtung und der Honorierung der Projektleitungen und künstlerischen Arbeiten vor Ort. Das Projekt wird nach der Förderung durch #heimatruhr fortgeführt (Quelle: www.schaubuedchen.de).

Projekt #3: Das Projekt „**Ein Quartier macht Theater!**“ lädt seit Mai 2021 Menschen aus dem Quartier rund um den Imbuschplatz und aus Bochum ein, die Spielweisen des Theaters als etwas Verbindendes neu kennenzulernen und zu entdecken. Mit Workshops (Clownerie, Physical Theater, Schauspiel), regelmäßig stattfindenden Aufführungen (Kindertheater am Sonntag, Schulaufführungen) und Sonderprojekten (Projektwoche „Recycling“, „Gegen das Vergessen“) ist es gelungen, Menschen verschiedenen Alters und mit unterschiedlichen kulturellen Interessen und Vorerfahrungen zusammenzubringen, die Grenzen

zwischen Kunst und Zuschauerinnen und Zuschauern zu überwinden sowie ein neues Miteinander entstehen zu lassen. Theater wird zum originären Bestandteil des Quartiers. Durch das Projekt in der Quartiershalle in der KoFabrik wurde ein neuer Heimatort geschaffen und belebt. Die #heimatruhr - Förderung wurde für die Ausgestaltung der Quartiershalle sowie die Gagen der Akteurinnen und Akteure verwendet. Auch im zweiten Projektabschnitt wird der theatrale Ort bespielt und genutzt. Der Zugang zu Theater und Kunst wird erleichtert und das Miteinander im Zuschauen, im Ausprobieren und im Dabeisein gestärkt (Quelle: www.einquartiermachttheater.de)

4 Wirkung: Die zweite Befragung

Von den schließlich 40 geförderten Projekten nahmen 33 an der zweiten Befragung teil. Ihre Projektaktivitäten waren bis zum Befragungszeitpunkt (Dez. 2021 bis Jan. 2022) weit fortgeschritten, so dass auch die Projektwirkungen abgeschätzt werden konnten. Die Fragebögen wurden von den Projektmacherinnen und -machern beantwortet und bilden insofern eine Selbsteinschätzung der Projektverantwortlichen.

In den Projekten haben sich zahlreiche Menschen auf vielfältige Weise engagiert. Ihr Engagement fand im Rahmen der Gestaltung öffentlicher Räume, Kunst am Bau oder der Ertüchtigung vorhandener Orte durch neue Inwertsetzung statt. Der gemeinsame Austausch wurde durch Begegnungsformate wie Veranstaltungen, Ausstellungen oder Workshops in fast allen Projekten begünstigt. So gaben 19 Projekte an, dass neue Heimatorte dauerhaft entstanden sind. 17 Projekte verwiesen darauf, dass sie zusätzlich zu diesen Aktivitäten einen Beitrag zur Förderung der Kultur- und Kreativszene geleistet haben (z.B. durch neue Projekträume, Co-Working oder die Nutzung von Werkstätten).



Die engere Projektgemeinschaft setzte sich aus Personen zusammen, die sich aktiv in den Projekten beteiligt haben. Dies sind die Projektmacherinnen/-macher und die Menschen aus den adressierten Zielgruppen, mit denen Aktionen, Veranstaltungen und Workshops gemeinsam durchgeführt wurden. Diese Gemeinschaft besteht in den meisten Projekten aus bis zu 50 Personen. Auf den bisher stattgefundenen Präsenz-Veranstaltungen (knapp 430 bis Februar 2022) und auf den bisher stattgefundenen Online-Veranstaltungen (gut 200 bis Februar 2022) konnten als erweiterter Kreis von Teilnehmerinnen

und Teilnehmern rund 11.200 Personen (Präsenz-Veranstaltungen) und ca. 5.000 Personen (Online-Veranstaltungen) erreicht werden. Bis alle Projekte beendet sind (Februar 2024), sollen insgesamt ca. 650 Präsenz- und ca. 290 Online-Veranstaltungen stattgefunden haben. Die große Personenanzahl konnte z.B. durch Teilnahme (vor Ort und/oder online) auf Festivals und größeren Kulturveranstaltungen erreicht werden.

Die mit Abstand meisten Projekte hatten eine Laufzeit von 19-24 Monaten. Die längeren Zeiträume liegen in den Entwicklungs- und Gestaltungsgedanken der Projekte begründet, durch die viele Ideen gemeinsam mit der Zielgruppe der Projekte erarbeitet und umgesetzt wurden. Eine weitere Erklärung für die Projektlaufzeiten sind bauliche Maßnahmen, die im Rahmen der Projekte ergriffen wurden. Nur zwei der geförderten Projekte dauerten höchstens ein Jahr, z.B. aufgrund von Formaten wie künstlerisch-kreative Spaziergänge, oder die Organisation von kürzeren Ausstellungen.

Die Vielfalt der Projektaktivitäten wird durch die Beschreibung der Projekte in Form von Stichworten in der Wortwolke deutlich. Je größer ein Stichwort in der Wortwolke erscheint, desto häufiger wurde es genannt (Abb. 7). Neben dem öffentlichen Raum als „Arena“, in der die Projekte stattfanden, finden die Einbeziehung neuer Akteure/Player und Quartiersentwicklung besonders häufige Erwähnung. Gemeinschaftsbildung, Schaffung nachbarschaftlicher Orte der Erinnerung durch gemeinschaftliche Aktionen vor Ort und kulturelle Aufwertung sind ebenfalls Kern der Projektaktivitäten. Neben diesen offensichtlichen Aktivitäten, die durch das Programm #heimatruhr definiert wurden und daher eine Förderbedingung waren, wird in der Wortwolke aber auch die Wirksamkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft in Quartieren zum Ausdruck gebracht. So ging es um kulturelle Aufwertung, soziale und kulturelle Teilhabe, neue Perspektiven auf das Ruhrgebiet, Stadtverbundenheit und Identitätsstiftung, kurz die Schaffung von Heimat.

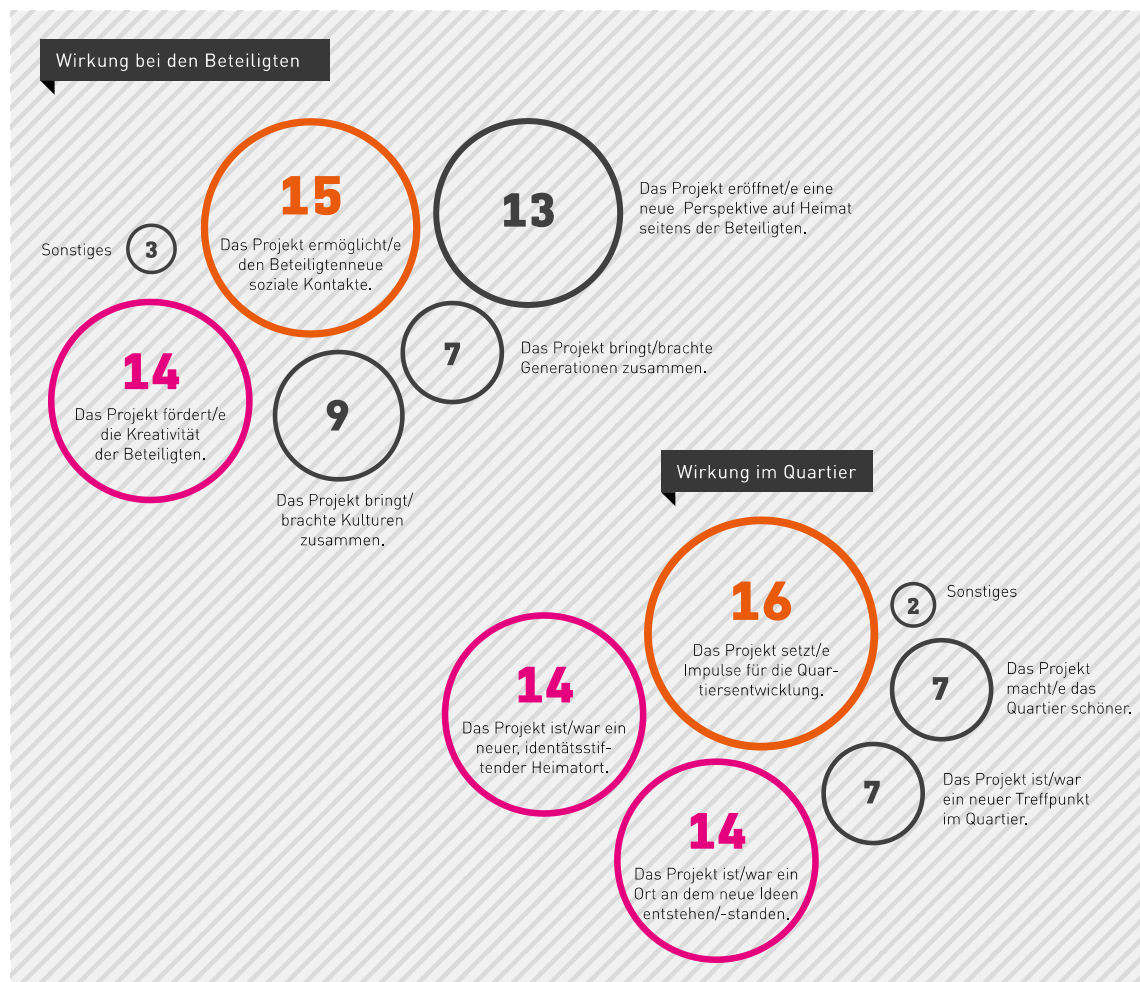
Abb. 7. Wortwolke #heimatruhr-Projekte



Die Projektmacher:innen und -macher wurden nach ihrem wichtigsten Beitrag zur Gestaltung der #heimatruhr gefragt. Zwölf Projekte gaben an, dass der wichtigste Beitrag die thematische Auseinandersetzung mit Heimat, Identität und/oder dem Ruhrgebiet war. Dies liegt zum einen in der Ausrichtung des Programms begründet. Zugleich deuten diese Antworten darauf hin, dass diesen Aspekten in der Vergangenheit weniger Aufmerksamkeit seitens der Befragten gewidmet wurde bzw. die Formate fehlten, in denen sie künstlerisch-kreativ zusammen mit Bürgerinnen und Bürgern interpretiert und diskutiert werden konnten. Zehn Projekte gaben an, dass der wichtigste Beitrag zu #heimatruhr die Schaffung eines neuen, Identität stiftenden Heimatortes war. Damit haben fast zwei Drittel der befragten Projekte zwei wichtige Zielgrößen des #heimatruhr-Programms, die künstlerisch-kreative Auseinandersetzung mit dem Thema Heimat und die Schaffung neuer Heimatorte, direkt adressiert und so umgesetzt, dass unmittelbare Wirkungen der Projekte sicht- und erlebbar wurden. Auch die anderen Projekte mit ihren wichtigsten Beiträgen zur Verbesserung der Lebens- und Aufenthaltsqualität eines Ortes oder Quartiers (vier Projekte), Stärkung der Gemeinschaft (drei Projekte) und Bezugnahme zu aktuellen gesellschaftlichen Themen und lokalen Entwicklungen (drei Projekte), tragen zu diesen Zielgrößen bei.

Nach Einschätzung der Projektmacherinnen und -macher wirkten die Projekte auf die Beteiligten, indem sie die Kreativität der Beteiligten gefördert (14 Projekte) und den Beteiligten neue Kontakte ermöglicht (15 Projekte) haben. Dabei konnten jeweils die zwei bedeutendsten Merkmale seitens der Befragten ausgewählt werden. Weitere 13 Befragte gaben an, dass ihre Projekte den Beteiligten eine neue Perspektive auf Heimat eröffneten und weitere neun Projekte, dass durch sie der interkulturelle Austausch gefördert wurde (Abb. 8, links). Bei der Betrachtung der Projektwirkung auf das räumliche Umfeld – es konnten wieder zwei Merkmale pro Projekt ausgewählt werden – sind es insbesondere die Impulse, welche die Projekte für die Quartiersentwicklung setzten, die Etablierung von Orten, an denen neue Ideen entstanden, und die Schaffung neuer, identitätsstiftender Heimatorte (16, 14 und 14 Projekte). Sieben Projekte gaben an, dass durch sie ein neuer Treffpunkt im Quartier entstand (Abb. 8).

Abb. 8. Projektwirkung auf die Beteiligten und die Quartiere



5 Fazit

#heimatruhr-Projekte wirkten auf den Stadtteil, indem sie Orte schufen oder bestehende Orte entwickelten, die zu neuen Treffpunkten und Heimatorten wurden bzw. das Potenzial haben, solche zu werden.

Durch die #heimatruhr-Projekte haben sich große Projektgemeinschaften gebildet. Diese Gemeinschaften dienten oft der gemeinsamen Entwicklung von Heimatorten in den Stadtquartieren, in denen neue Ideen entstanden. Dies gilt gleichermaßen für etwas weniger interaktive Schaufensterausstellungen oder Spaziergehformate. Auch sie trugen zur Gemeinschaftsbildung bei, indem sie zum Austausch einluden.

#heimatruhr-Projekte wirkten auf die Beteiligten, indem sie Kreativität förderten und die Auseinandersetzung mit dem Thema Heimat ermöglichten. Diese Wirkung ist im Wesentlichen das Ergebnis der zahlreichen Veranstaltungen und Aktionen und die hohe Anzahl der damit erreichten Personen.

Literatur

- Butzin, A., Flögel, F., Scheuplein, C. & Terstriep, Judith (2020). *#heimatruhr: Ergebnisse der Befragung von Künstlerinnen und Künstlern, Kreativen und Kulturschaffenden im Ruhrgebiet*. Studie im Auftrag des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen, Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik. https://www.iat.eu/studie_heimatruhr.pdf
- Butzin, A. & Terstriep, J. (2022). *#heimatruhr-Projekte im Quartier: Gemeinschaft, Aktivitäten & Wirkungen*. Studie im Auftrag des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik. https://www.iat.eu/heimatruhr_wirkung.pdf
- Butzin, A., Edelhoff, M., Österle, K., Schlieve, M. & Terstriep, J. (2022): Dokumentation #heimatruhr. Dortmund und Gelsenkirchen: ecce GmbH / Institut Arbeit und Technik. https://www.mhkbq.nrw/sites/default/files/media/document/file/3heimatruhr_dokumentation_2022mhkbq.pdf

Autorinnen:

Dr. Anna Butzin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsschwerpunkt »Innovation, Raum & Kultur«, Dr. Judith Terstriep leitet den Forschungsschwerpunkt »Innovation, Raum & Kultur« des IAT.

Kontakt: butzin@iat.eu & terstriep@iat.eu

Forschung Aktuell 2022-06

ISSN 1866 – 0835

Institut Arbeit und Technik

der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen - Bocholt - Recklinghausen

Redaktionsschluss: 01.06.2022

<http://www.iat.eu/forschung-und-beratung/publikationen/forschung-aktuell.html>

Redaktion

Claudia Braczko

Tel.: 0209 - 1707 176

Institut Arbeit und Technik

Fax: 0209 - 1707 110

Munscheidstr. 14

E-Mail: braczko@iat.eu

45886 Gelsenkirchen

IAT im Internet: <http://www.iat.eu>