

A  
L  
E  
T  
E  
R

S  
C  
H  
L  
A  
C  
H  
T  
H  
O  
F

Schlachthofstr. 3 · 58089 Hagen

Cafe·Bistro·Bar

Konzerte

**ALTER  
SCHLACHTHOF**



■ Wer sind die...  
■ ... und was wollen die da machen?

■ ... und was wollen die da machen?



# **ALTER SCHLACHTHOF**



Wer sind die...?

- **Markus Schmidt**  
45 Jahre alt  
Ex-Betreiber Zwischenfall Bochum
- **Udo Sommerkamp**  
48 Jahre alt  
Veranstaltungskaufmann

**Erste Eindrücke September 2015**

**ALTER  
SCHLACHTHOF**





**ALTER  
SCHLACHTHOF**





**ALTER  
SCHLACHTHOF**





**ALTER  
SCHLACHTHOF**

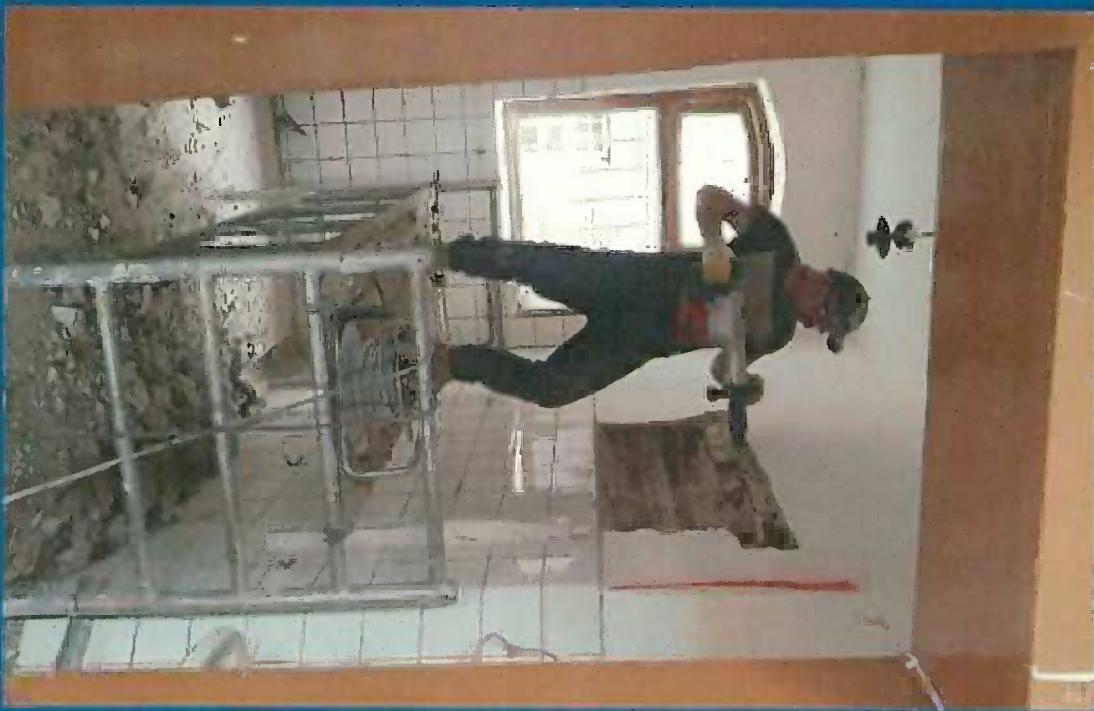
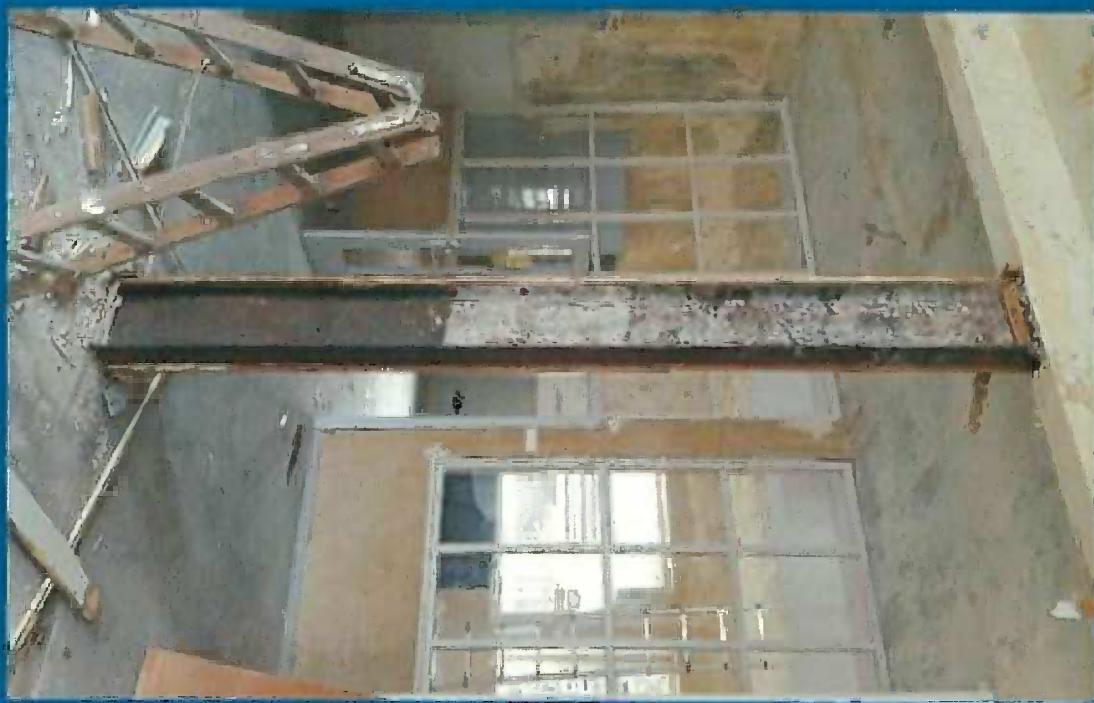


Ein Jahr später...

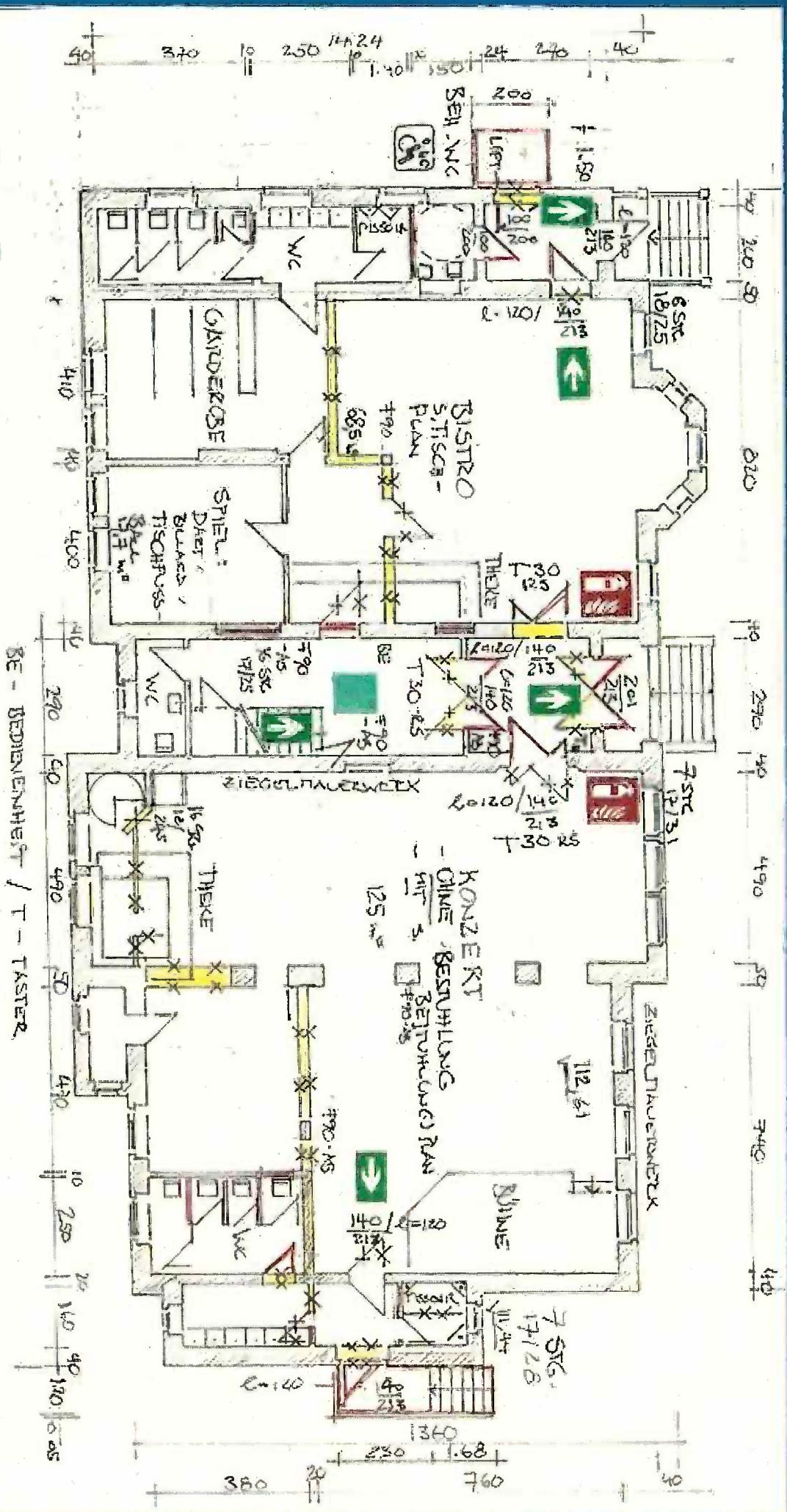
**ALTER  
SCHLACHTHOF**



**ALTER  
SCHLACHTHOF**



# ALTER SCHLACHTHOF

# ALTER SCHLACHTHOF



...und was wollen die da machen?

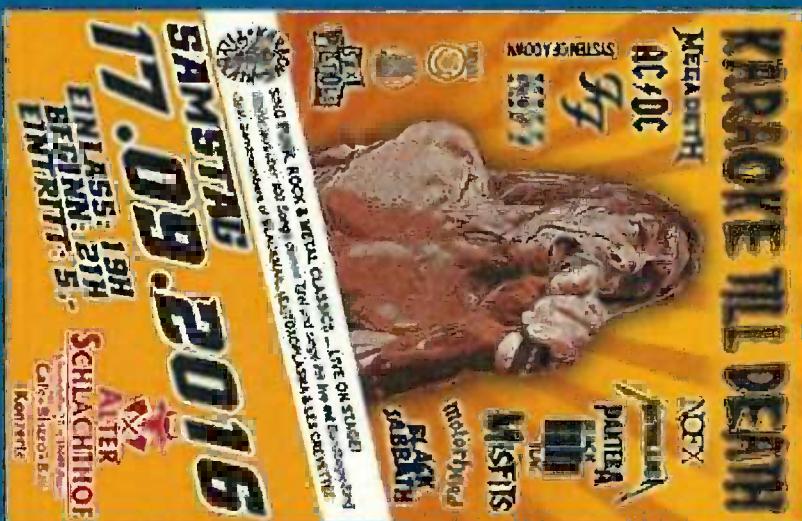


SA 10.09.2016

special guests CAPTAIN HORST

Einlass 20h VK 18,- ab AK 22,-

Alter Schlachthof Schlachthofstr. 58089 Hagen



17.09.2016

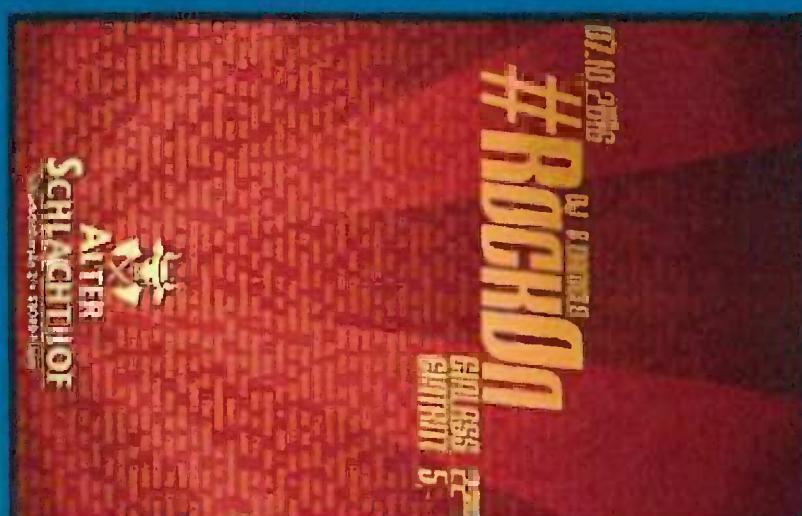
HANNOVER

DEUTSCH & ALEXANDRA

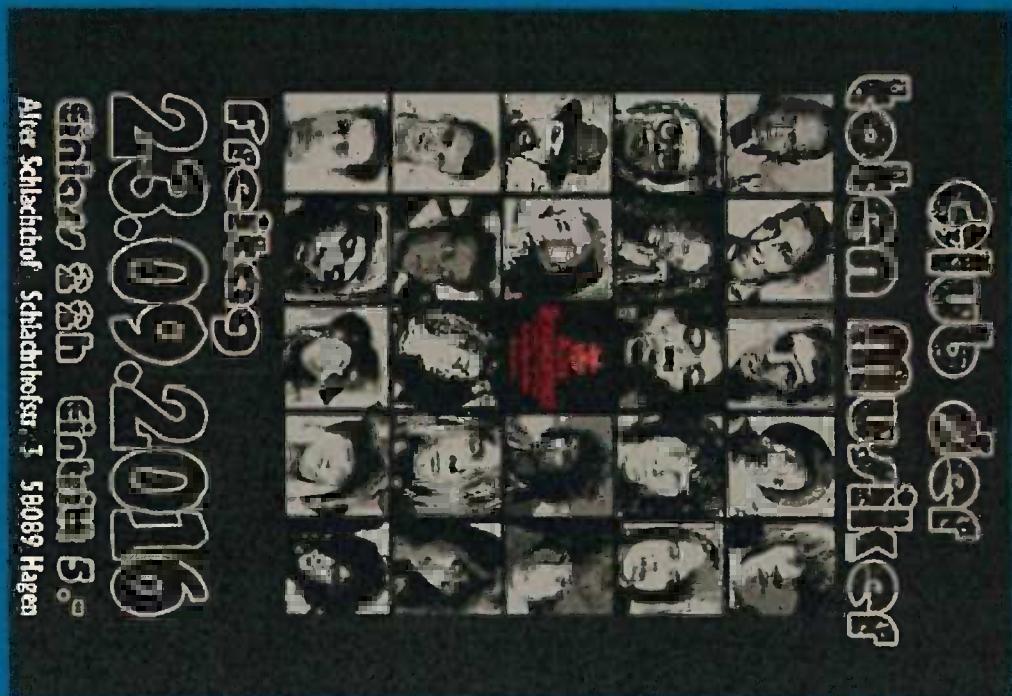
5 EURO  
EINTRITT  
22H

MOVE  
PARTY

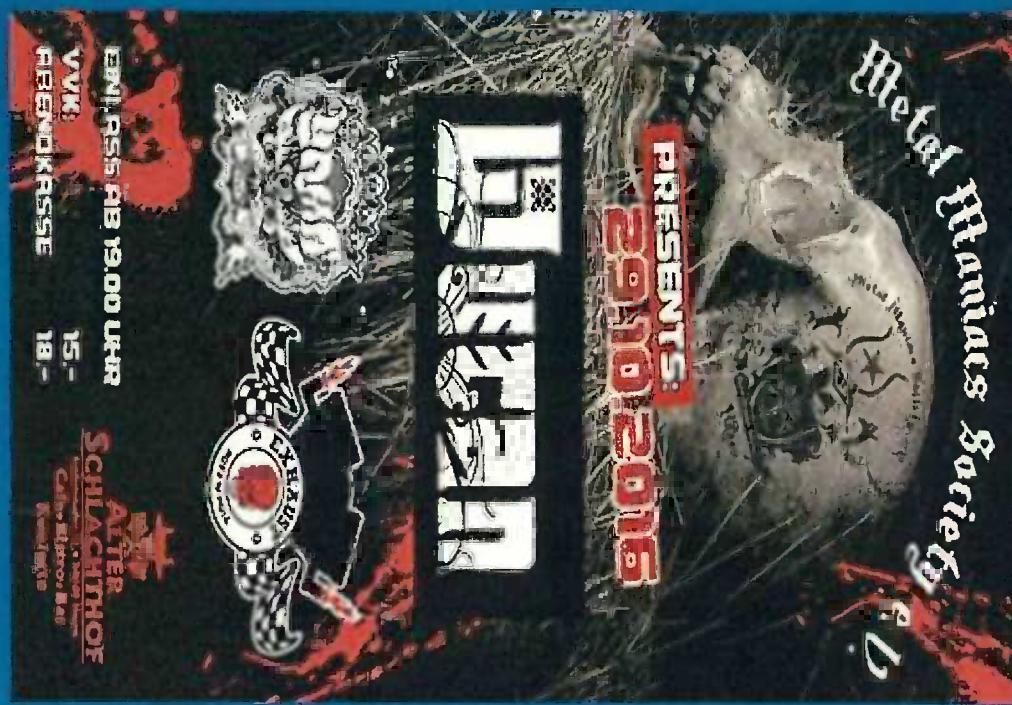
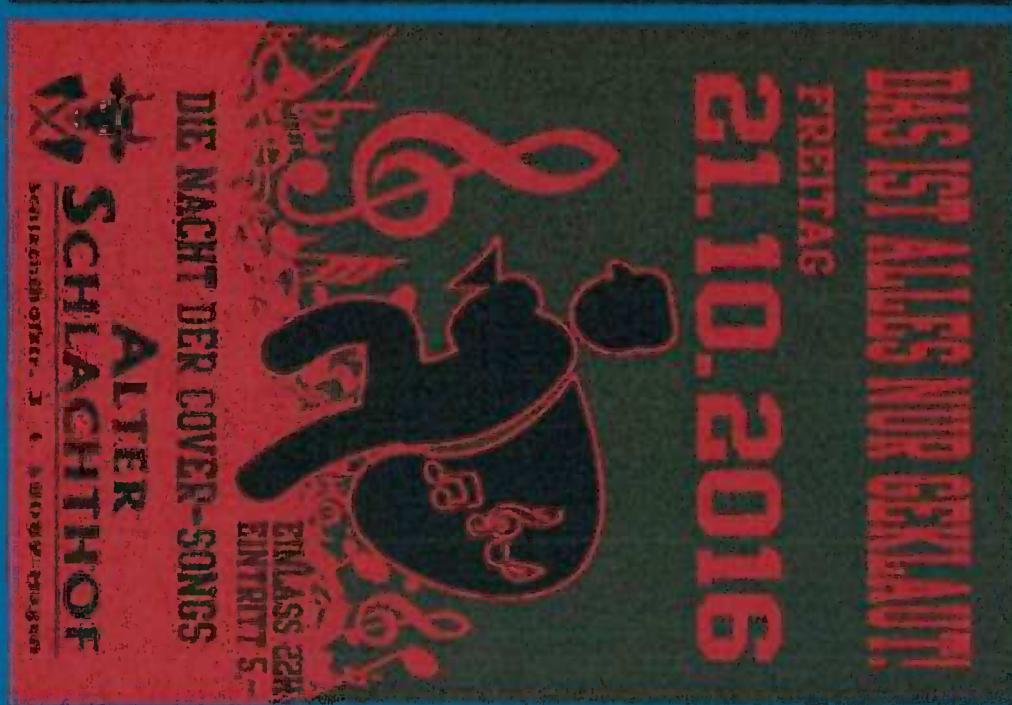
FR / 16 / 09 / 16  
www.koncert.de

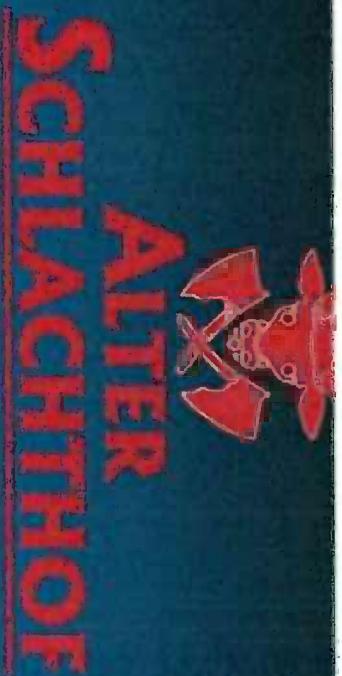


ALTER  
SCHLACHTHOF



# ALTER SCHLACHTHOF





## Veranstaltungen in Planung

- Helium Karaoke
- Betreutes Trinken
- Repair-Cafe
- Open Stage
- Schlachthof Festival
- Old/Youngtimer treffen

**ALTER  
SCHLACHTHOF**



**Veranstaltungen im Bistro**

- Solokünstler
- Lesungen
- Poetry/Comedy
- Kicker, Dart und Flipper Tuniere

# **ALTER SCHLACHTHOF**



## **Bisherige Vermietungen**

- Foto-Studio
- Tattoo-Studio
- Escape Rooms
- Cachon Manufaktur
- 70% der Proberäume vermietet

## Zukunftsvisionen

- Ausbildungsstätte für VK
- Vernetzung für Musiker Künstler Bürger
- Aufwertung des Stadtteils
- Kulturelle Meile
- Night-Market
- Stadtteil Fest



## **ALTER SCHLACHTHOF**

### **Zukunftsvisions des Vermieters**

- Eventhalle für bis zu 1500 Gästen
- Bau eines Hostels
- Bau einer Tiefgarage
- Ansiedelung von Kunsthandwerk
- Ansiedelung von Gastronomie

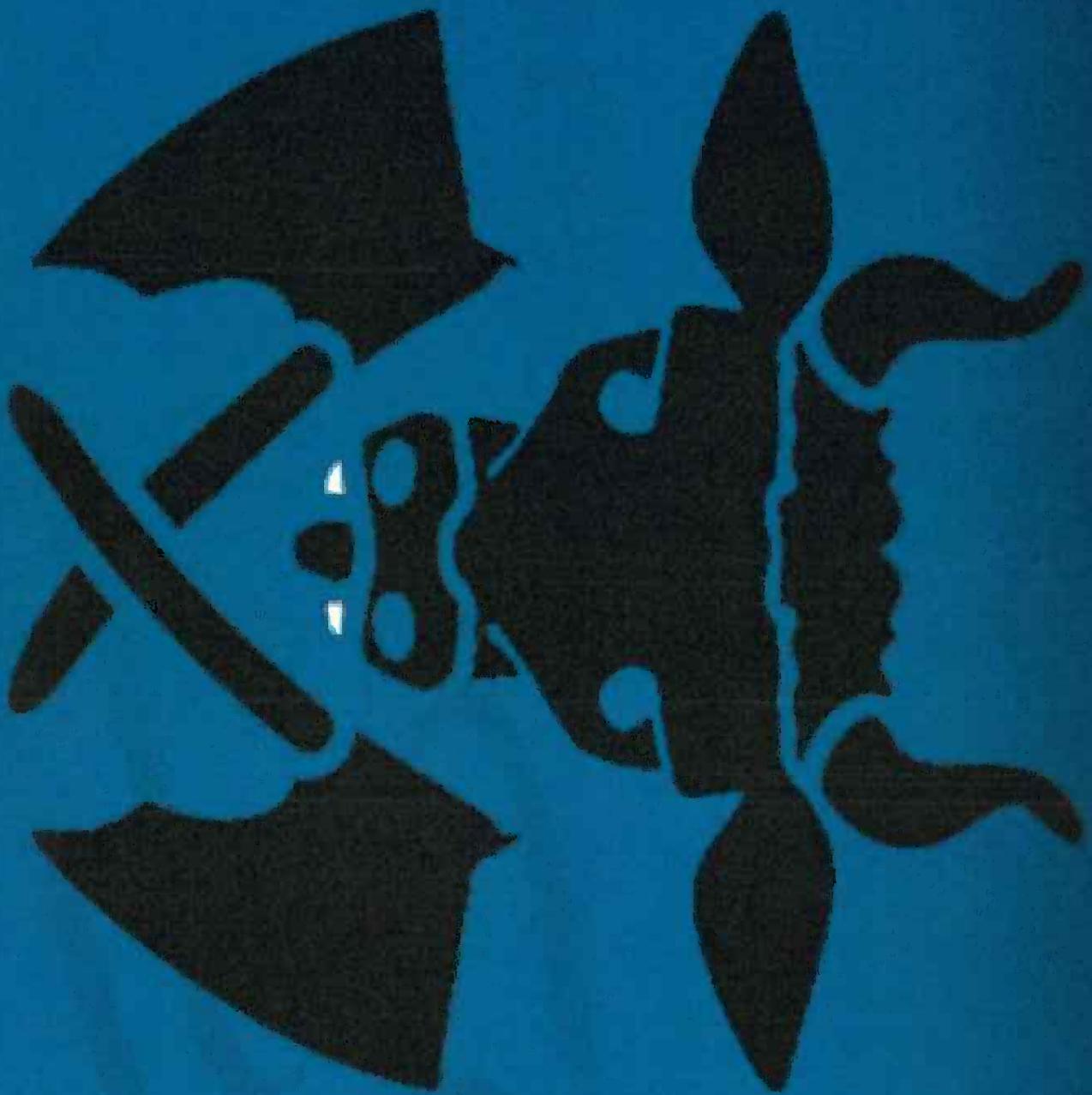
# **ALTER SCHLACHTHOF**



**"Aus den Steinen,  
die dir in den Weg gelegt werden,  
kannst du etwas Schönes bauen."**

Erich Kästner

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**



# Jugendkulturarbeit des Music Office Hagen im Kultopia Hagen

Träger: eSw – Evangelische Schülerinnen und Schülerarbeit in Westfalen e.V.  
mit Germain Bleich, Gandhi Chahine  
(Renato Liermann/eSw)



# **Music Office Hagen im Kultopia Hagen: Struktur**

**Träger: eSw – Evangelische Schülerinnen und  
Schülerarbeit in Westfalen e.V.**

(Basis: Rahmenvertrag mit Kulturamt Hagen und Jugendamt Hagen und  
Konzept Kultopia)

**Künstl.-päd. Leitung: Gandhi Chahine (1/2 Stelle)**

**Künstl.-päd. Mitarbeiter: Germain Bleich**  
(sozialversicherter Minijob)

**(Fachaufsicht/eSw: Renato Liermann)**

**und Honorarkräfte, Praktikant\*innen,**

**Ehrenamtliche, Koooperationspartner\*innen**

# Schnittstelle: Music Office Hagen / Kultopia

- Zielgruppen: Jugendliche aus bildungsferneren Milieus, eigenwillig, vielfältig und heterogen, vielfältige kulturelle Begabungen, Kompetenzen, jugendkulturelles Engagement
- Niedrigschwellige Jugendkulturarbeit bis Hochkultur (Schwerpunkte Popmusik, Jugendtheater..)
- interkulturelle wie inklusive Kultur- und (Pop)Musikförderung
- Popmusik, Interreligiosität, Partizipation/Demokratiebildung, Sozialraum Hagen, Mädchen-/Jungenförderung, Genderthemen, gesellschaftlich-historische und aktuelle pol. Themen, Jugendkultur/-szenen

# **Nachwuchsförderung in Hagen**

**Niedrigschwellige Jugendkulturarbeit bis Hochkultur**

- z.B. wöchentliche Gruppenstunden:  
Beratungen von Musiker\*innen  
Webredaktion [meintestgelaende.de](http://meintestgelaende.de)  
und Cafe Babel
- bis hin zu Pop NRW, Buchpublikationen,  
Expertise in internationalen Diversity-Diskursen

## Nachwuchsförderung in Hagen

- interkulturelle wie inklusive  
**(Pop)Musikförderung**
  - z.B. Arbeit mit Geflüchteten  
im „LogIn“-Projekt

# Inter-/transkulturelle Jugendkulturarbeit

Themen: Popmusik, Interreligiosität, Partizipation/Demokratiebildung, Sozialraum Hagen, Mädchen-/Jungenförderung, Genderthemen, gesellschaftlich-historische und aktuelle pol. Themen, Jugendkultur/-szenen:

- Auf Augenhöhe (Modellprojektstandort zusammen mit TU/ Dortmund)
  - Hinterm Horizont (Förderung KJP NRW/LWL)
  - Die Erinnerung bleibt (Förderung KJP NRW/LWL)
- www.meintestegelaen.de mit Redaktionsgruppe „Was geht Almanya“ (Förderung Bundesfamilienministerium)
  - Wo mein Herz schlägt („Kultur macht stark“, Bundesbildungsministerium)
- Ein geteilter Himmel (Martin Luther Forum Ruhr, KJP NRW/LWL)
  - diverse Kinderprojekte

# Vernetzung Music Office Hagen in NRW

**pop NRW / create music!**

**- landesweite Kooperation und förderperspektive**

**pop coN-Nect**

**- internationale Förderperspektive**

**popUP NRW Preis**

**- Förderung mit der Perspektive Musikbusiness  
und Medien wie 1Live**

# **Die Kooperationspartner\*innen:**

**Kulturbüro und Jugendamt der Stadt Hagen, Stadtbücherei Hagen,  
Ganztagsgrundschulen Remberg, Ernst-Eversbusch-Schule,  
Gemeinschaftshauptschule Vorhalle, Gesamtschule Haspe,  
Christian-Rolffs-Gymnasium, AWO, Caritas, Diakonie Hagen, das  
Integrationsbüro der Stadt Hagen und  
die Sons of Gastarbeita / rapschool Projects**

**Landesmusikrat, NRW KULTURsekretariat Wuppertal, Heurekanet/Münster,  
POP NRW, X Vision Ruhr, Freie Radikale Ruhr, HSME, LAG Jungendarbeit NRW,  
LAG Kunst und Medien NRW, Bundesverband Kulturarbeit i. d. ev. Jugend  
Deutschlands, die BAG Jungendarbeit und die BAG Mädchenpolitik  
([mein.testgelaen.de](http://mein.testgelaen.de)). Weitere Förderer u.a. via Träger eSw das  
Jugendministerium NRW / Yougle!, das Bundesjugendministerium, das  
Bundesgleichstellungsministerium, das Bundesbildungsministerium bei  
gemeinsamen Projekten.**

# Danke !

weitere Infos unter

[Musicofficehagen@email.de](mailto:Musicofficehagen@email.de)

02331-788 700

[www.esw-berchum.de](http://www.esw-berchum.de)

02334 -9610-13

# Ermittlung der Kundenzufriedenheit an der Volkshochschule Hagen



Volkshochschule  
Hagen

# Gliederung

1. Vorstellung Gruppe und Arbeit
2. Zielsetzung
3. Die Entstehung der Befragung
4. Auswertung VHS
5. Auswertung Schulen und Bürgeramt
6. Fazit



# Vorstellung Gruppe und Arbeit



- 6 Studierende der FHöV in Hagen
- Tätig im Märkischen Kreis, Hochsauerlandkreis und Ennepe-Ruhr-Kreis
- Projekt ist Teil der Ausbildung
- Volkshochschule Hagen hat sich mit Projekt beworben

# Vorstellung Arbeit

- Während des Projekts betreut durch Dozenten und Stadt Hagen
- Endergebnisse präsentiert in VHS Hagen
- Weiterhin festgehalten in schriftlicher Form

# Unsere Zielsetzung

- Ermittlung valider Zahlen
- Analyse von Umfrageergebnissen
- Entdecken von Schwachpunkten
- Handlungsalternativen darstellen
- Entwicklung aufzeigen



# Die Entstehung der Befragung

- Theoretische Grundlagen aus der FHöV
- Enge Zusammenarbeit mit dem Amt für Statistik
- Festlegung auf verschiedene Fragebögen
- Unterscheidung zwischen Bürgern und Bestandskunden

# Auswertung VHS

- 77 Kurse in 10 Tagen besucht
- 376 Fragebögen zur Auswertung zurück
- Kurse in allen Sparten belegt



# Auswertung VHS

- Beschränkt auf die Fragen direkt zur Zufriedenheit
- 15 Indikatoren anhand von Schulnoten bewertet
- Insgesamt positive Ergebnisse



# Auswertung VHS -bewertete Indikatoren-

- |                                |                              |
|--------------------------------|------------------------------|
| 1. technische Ausstattung      | 8. Preis/Leistung            |
| 2. Möglichkeit der Stornierung | 9. Kursvielfalt              |
| 3. Verpflegung vor Ort         | 10. Kursgröße                |
| 4. Räumlichkeiten              | 11. Anmeldefrist             |
| 5. Örtliche Erreichbarkeit     | 12. Dauer der Kurse          |
| 6. Arbeitstempo                | 13. Gruppenstruktur          |
| 7. Zeitplan                    | 14. Qualität der Kursinhalte |
|                                | 15. Kompetenz der Dozenten   |

# Die besten Ergebnisse

- Kompetenz der Dozenten ( $\varnothing - 1,4$ )
  - Hier kaum negative Bewertungen
- Qualität der Kursinhalte ( $\varnothing - 1,61$ )
- Gruppenstruktur ( $\varnothing - 1,78$ )
  - Bezogen auf Alter, Geschlecht etc.



# Auffälligkeiten

- Vor allem kursbezogene Indikatoren sehr positiv bewertet
- Der Unterricht (Hauptaufgabe) erzielt große Zufriedenheitswerte
- Kein Indikator schlechter als befriedigend (2,63)

# Verbesserungswürdig

- Parkplatzsituation oft kritisiert
- Technische Ausstattung veraltet
- Einzelne Räume bedürfen einer Renovierung



# Auswertung Schüler/Bürger -Auffälligkeiten-

- Wem die VHS bekannt ist, gefällt sie
- Angebot wird hauptsächlich über Programmheft wahrgenommen
- Gerade bei jüngeren Entwicklungspotentiale was Bekanntheit betrifft
- Es besteht Interesse an Kursen
  - Kann weiter ausgeschöpft werden

# Fazit

- Bestandskunden sind i.d.R. sehr zufrieden
- Kursqualität und Programmumfang sehr gut
- Marketingkonzept, techn. Ausstattung und Parksituation könnten überarbeitet werden
- VHS stellt für Kunden eine wichtige Institution dar

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Bei Fragen oder weiterem Interesse an den Ergebnissen stehe ich gerne zur Verfügung

**f.borchert@en-kreis.de**



# Räumliche Identifikation und Kultur in Hagen

Vortrag im Kultur- und Weiterbildungsausschuss der Stadt Hagen

## Gliederung

1. Einführung
2. Räumliche Identifikation und Kultur in Hagen
  - 2.1 Räumliche Identifikation und Kultur
  - 2.2 Überblick und Typologie
  - 2.3 Der Faktor „Kultur“
3. Nutzungsmöglichkeiten und Anknüpfungspunkte: Mögliche Implikationen für die Praxis
  - 3.1 Vergleich von Stadt- und Bürgersicht
  - 3.2 Identifikation befördern
4. Thesenartige Zusammenfassung
5. Ausblick und weiterer Informationsbedarf

## 1. Einführung (1/2)

- Promotionsprojekt an der FernUniversität in Hagen, Arbeitsbereich Stadt- und Regionalsoziologie (Prof. Bertels)
- Wie und Warum identifizieren sich die Bewohner Hagens (nicht) mit ihrer Stadt?  
Welche Rolle spielt der Faktor „Kultur“ hierbei?  
Inwiefern lassen sich die gewonnenen Erkenntnisse zur Inwertsetzung der Stadt nutzen?
- qualitative Exploration mit  $n = 17$  Interviews

## 1. Einführung (2/2)

- Bedeutung/Relevanz von Identifikation und Kultur für Stadtplanung, -entwicklung und -marketing:

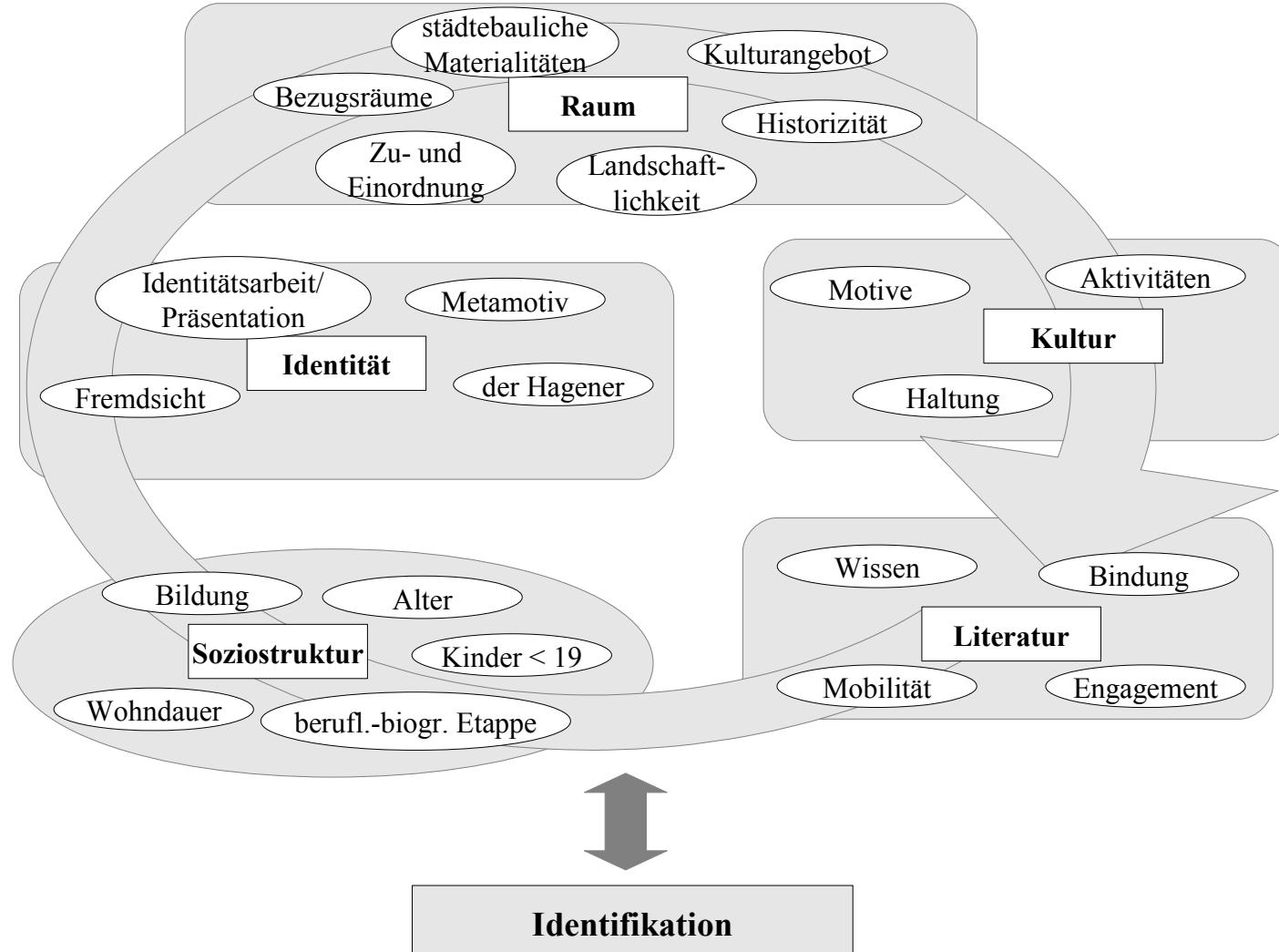
*„Das Ziel der HAGENagentur ist es, [...] dazu beizutragen, dass Hagens Potenziale in Wirtschaft, Kultur und Tourismus transparent und attraktiv kommuniziert werden. Dabei soll die Identifikation der Einwohner mit ihrer Stadt gestärkt und Hagens Zukunft zum Vorteil aller gestaltet werden.“ (hagenagentur.de)*

*„Die kulturelle Infrastruktur und ein attraktives kulturelles Angebot einer Stadt und der Region sind ein **bedeutender Standortfaktor**. Kulturförderung ist deshalb als ein strategisches Element der Stadtpolitik und der Stadtentwicklung zu verstehen.“ (Deutscher Städtetag 2013, S. 2)*

## 2.1 Räumliche Identifikation und Kultur (1/2)

- Identität/Identifikation
  - sich mit positiv Belegtem gleichsetzen, Metamotive (Nähe/Distanz), multipel
  - Menschen, Gruppen, Dinge
  - Selbstbewusstsein, Präsentation, Spiegelung
- Raum
  - Materialitäten, Geschichte, Geschichten, Menschen, Möglichkeiten (Arbeit, Wohnen, Grundversorgung, Kultur)
- Kultur
  - Bildung, Ästhetik, Distinktion, Erholung, Unterhaltung und Spaß, Außeralltäglichkeit, Vergemeinschaftung, Aktivität, Öffentlichkeit, Freizeit
  - Stadt: Angebot; Bürger: Anspruch
  - Typologie: Hoch-, Alternativ-, Event- und Volkskultur

## 2.1 Räumliche Identifikation und Kultur (2/2)



## 2.2 Überblick und Typologie

	Nicht-Identifizierer	Stadtteiler	Regional-patriot	Mobile	Verwurzelte
Alter	mittel	mittel oder alt	mittel bis älter	jung oder mittel	mittel oder älter
Bildung	mittel	mittel bis hoch	mittel bis hoch	hoch	niedrig
Wohndauer	relativ kürzer	sehr lange oder schon immer	schon immer	schon immer	schon immer
berufl.-biogr. Etappe	etabliert oder arbeitslos	etabliert oder Rente	etabliert oder Rente	Ausbildung oder etabliert	etabliert oder Rente
Kulturtyp	Präferenz	v.a. Hoch-, aber auch Event- und Alternativkultur	Volks- oder Alternativkultur	v.a. Hochkultur (zusätzlich auch andere)	Eventkultur
	Distanz	Volkskultur	Hochkultur	keine/kaum	Hochkultur
Kern-elemente	- Negativität - Differenz: Anspruch vs. Angebot - Identitätsarbeit	- Prozess von Auf- und Abwertung (Stadtteil vs. Gesamtstadt)	- Aktivität/Erleben - Reflexionsgrad/-niveau - Identitätsarbeit	- Mobilität - Indifferenz	- Streben nach Ruhe, Harmonie, Geborgenheit

## 2.3 Der Faktor „Kultur“

- Kultur differenziert besonders gut zwischen verschiedenen Identifikationstypen
- Identifikation zu befördern, setzt gezielte Kulturförderung voraus, denn das Kultur (-angebot) der Stadt ist wesentlicher Identifikationsprädikator (im doppelten Sinne)
- Kultur bezeichnet ein Nähe-Distanz-Verhältnis, das mit Auf- und Abwertungen einher geht

### 3.1 Vergleich von Stadt- und Bürgersicht

	Präsentation	Wahrnehmung
Beispiel I	„Hagen nämlich ist eine Stadt am Wasser, eine Stadt mit grüner Lunge. [...] Hagen ist die waldreichste Großstadt Nordrhein-Westfalens. Und eine Stadt, in der das Wohnen am Wasser Lebensqualität bedeutet. Kurz: Sie leben dort, wo andere Urlaub machen.“	„Ja, wie gesagt, die Flüsse sind ja nicht landschaftlich schön eingebettet, sondern eigentlich Kanäle. Der einzige Fluss, der hier auf Hagener Gebiet auch mal sich aus dem Bett bewegen kann, über die Ufer treten kann, ist die Lenne. [...] Ja, wie gesagt, aus den Flüssen ist zu wenig gemacht worden, aus den Möglichkeiten, die man hätte.“
Beispiel II	„Die Stadt hat Geschmack und ihre Gäste haben die Auswahl der gesamten Spannweite zwischen Sterneküche und Suppen-Imbiss.“	„Also, es ist als Bürger ein bisschen deprimierend. Restaurantkultur, so gut wie gar nicht vorhanden. Man muss auch oft über die Stadtgrenze hinaus fahren, auch wenn man Gäste hat, Freunde da sind, die aus anderen Städten kommen, denen etwas adäquates auch jetzt mal anzubieten.“

→ Oftmals entspricht das kommunizierte Selbstverständnis dem genauen Gegenteil dessen, was – zumindest Teile der Bewohnerschaft – wahrnehmen und erleben.

## 3.2 Identifikation befördern (1/2)

- Nicht-Identifizierer:
  - Allgemein: Zuordnung, Wahl der Bezugsräume, „Bürgerschaft sichtbar machen“
  - Kultur: hochkulturelles Angebot realistisch und selbstbewusst kommunizieren (ggf. über Außenstehende)
- Stadtteiler:
  - Allgemein: Stadtteilidentifikation bestärken, ggf. auch zuungunsten gesamtstädtischer Identifikation
  - Kultur: Nicht-Hochkultur bestärken, ggf. auch zuungunsten der Hochkultur
- Regionalpatriot:
  - Allgemein: an Identitätsarbeit anschließen
  - Kultur: Hochkultur bestärken

## 3.2 Identifikation befördern (2/2)

- Mobile
  - Allgemein: Gewährleistung eines guten Standards auf grundsätzlicher, infrastruktureller Ebene (Straßenbau, ÖPNV, öffentliche Sicherheit)
  - Kultur: aufgrund der eventkulturellen Präferenzen nur bedingt möglich, aber aufgrund der relativ geringen Ansprüche auch nicht zwingend erforderlich
- Verwurzelte
  - Allgemein: Gewährleistung eines guten Standards auf grundsätzlicher, infrastruktureller Ebene (Ärzte, Einkaufsmöglichkeiten, öffentliche Sicherheit, ÖPNV)
  - Kultur: niederschwellige (volks-)kulturelle Angebote systematisch in Wert setzen

## 4. Thesenartige Zusammenfassung

- Berücksichtigung, dessen, was tatsächlich erlebt wird, denn nur wenn die tatsächlich gelebten Identifikationsmodi bekannt sind, kann Identifikation bestärkt oder befördert werden  
(→ Authentizität)
- Um ein vollständiges Bild der Meinungen in der gesamten Bürgerschaft zu bekommen, braucht es verlässliche Methoden der Integration aller Sichtweisen, insbesondere solche, die den self-selection-bias gebräuchlicher Partizipationsmethoden überwinden
- Kultur als Nähe-Distanz-Verhältnis

## 5. Ausblick und weiterer Informationsbedarf

- Lassen sich die genannten (oder andere) Typen verallgemeinern?
- Welche Gewichtung/Häufigkeiten haben welche Typen/Segmente tatsächlich (insbesondere: Nicht-Identifizierer)? (→ Priorisierungen)
- Welche Gewichte sind den einzelnen Bedingungsfaktoren beizumessen?
- Wie lassen sich Menschen mit transnationalem Migrationshintergrund in die Überlegungen integrieren? (Stichwort: Interkulturalität)
- Prüfung von Vorannahmen
  - Sind tatsächlich diejenigen Städte attraktiver, in denen sich die Bürger stärker identifizieren?
  - Führt ein Missverhältnis von Bürger- und Stadtsicht tatsächlich zu geringerer Identifikation?
- ...?

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

## Räumliche Identität und Kultur

Jasper Böing stellt am Beispiel der Stadt Hagen eine Typologie räumlicher Identifikation vor, die verschiedene Ausprägungsformen beinhaltet und dem Modus der Nicht-Identifikation besondere Beachtung schenkt. Im Kontext von Stadtplanung und -marketing, aber auch aus stadtsoziologischer Perspektive, gilt die Identifikation mit der Stadt als wichtige Ressource. Die Unterstützung und Förderung dieser endogenen Potentiale setzt jedoch ihre Kenntnis voraus. Daher setzt der Autor soziologische Erkenntnisse mit städtisch initiierten Maßnahmen ins Verhältnis und legt Ansatzpunkte für informierte und zielgerichtete Inwertsetzungmaßnahmen und Strategien offen.

### Der Inhalt

- Begriffliche Gegenstandsbestimmung: Identifikation, Raum Kultur
- Empirie räumlicher Identifikation
- Theoretische Positionen in der aktuellen stadtsoziologischen Diskussion
- Historische Aspekte Hagener Identität und Kultur
- Typologie der Bewohnerschaft
- Ansatzpunkte zur Inwertsetzung und Steigerung der Identifikation von Stadt und Bewohnern

### Die Zielgruppen

- Dozierende und Studierende der (Stadt-/Regional-) Soziologie
- PraktikerInnen in der Stadtplanung und -entwicklung,  
im Kulturremanagement und im Stadtketing

### Der Autor

Dr. Jasper Böing ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie an der FernUniversität in Hagen.



► [springer-vs.de](http://springer-vs.de)

Böing

Stadt, Raum und Gesellschaft

RESEARCH

Jasper Böing



Räumliche Identität und Kultur

# Räumliche Identität und Kultur

Ausformungen und Nutzungspotentiale am Beispiel der Stadt Hagen

 Springer VS

# **Urban Heroes**

**1. Hagener Urban Contemporary Art-Festival**

**24. September bis 03. Oktober 2016**

**Projektplanung und Konzeption**

Ihsan Alisan

Ihsan Alisan Projects

Kulturmanagement

Fortunastraße 14, 40235 Düsseldorf

Tel: 0151/50568619

Email: [ihsan.alisan@googlemail.com](mailto:ihsan.alisan@googlemail.com)

[www.ihsanalisanprojects.com](http://www.ihsanalisanprojects.com)

Vertrauliches  
Dokument:

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

## Übersicht

- Was ist Urban Contemporary Art? Seite 3
- URBAN HEROES Konzeptidee und Projektziele Seite 4
- Objekte im Hagener Stadtraum Seite 5-12
- URBAN HEROES Festival Seite 13
- Festivalzentrum Seite 14
- Musiker Seite 15
- Aussenflächen auf dem Schlachthofgelände Seite 16-19
- Online Kommunikation Seite 20-21
- Veranstalter Ihsan Alisan Projects Seite 22-25
- Unterstützer Seite 26

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# Was ist Urban Contemporary Art?

Urban Contemporary Art bezeichnet freie, künstlerische Interventionen im urbanen Raum. Dazu gehören Graffitis, Street Art wie Schablonenarbeiten, Malereien, Objekte, Zeichnungen, Urban Gardening, Videoprojektionen sowie viele weitere Ausprägungen .

Urban Contemporary Art ist die zeitgenössische Bezeichnung eines Phänomens, dessen Wurzeln in der New Yorker Graffiti-Szene der 1980er Jahre liegt. Was anfangs mit sogenannten Tags, gesprühte Kürzel auf Häuserwänden und Verkehrsmitteln in New York City für Aufsehen sorgte, hat heute in der ganzen Welt Nachahmer und Erneuerer gefunden.

Urban Art prägt das Erscheinungsbild der heutigen Weltmetropolen aber auch von kleineren postindustriellen Städten wie Lodz und auch teilweise Hagen.

Die Entwicklung geht sogar soweit, dass derweil in Berlin und München das erste Museen für Urban Contemporary Art entstehen.

# **Urban Heroes**

Urban Contemporary Art-Festival in Hagen

## **Die Idee**

Über 40 Urban Contemporary Artists aus der Region und der ganzen Welt gestalten im Rahmen des Festivals Flächen an Gebäuden und Objekten auf dem Festivalgelände Schlachthof und im Stadtgebiet von Hagen.

Die Entstehung der Kunstwerke feiern über 50 Musiker mit Konzerten auf dem Festivalgelände am Schlachthof in Hagen-Wehringhausen.

## **Projektziele**

Das Projekt hat zum Ziel, Urban Contemporary Art als Kunstform zu feiern.

Das Motto lautet: Wandel durch Urban Art.

Das Projekt fördert die regionale und überregionale Vernetzung zwischen KunstschaFFenden, Kunstliebhabern, Besuchern, Sponsoren und Anwohnern.

# Objekte im Hagener Stadtraum

# URBAN HEROES Festival

Objekt: Schillerstraße 2  
Wandpatenschaft: Jana Stagge / Flexomed GmbH



Objektgestaltung  
Künstler: Martin Bender  
Fertigstellung: 11.08.2016

Portrait Sänger Prince

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

Objekt: Moltkestraße 21



Objektgestaltung  
Künstler: Martin Bender  
Fertigstellung: 19.08.2016

Frauenporträt

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

Objekt: Bergischer Ring 97  
Wandpatenschaft: ha.ge.we



Objektgestaltung  
Sprühbanane  
Künstler: Thomas Baumgärtel  
Fertigstellung: 14.09.2016

Der Bananensprayer  
Thomas Baumgärtel  
Dieses Objekt ist eine Kooperation zwischen  
Ihsan Alisan Projects und dem  
Osthaus Museum Hagen.

Ende September eröffnet im  
Hagener Osthaus Museum  
die Ausstellung:  
„30 Jahre Bananensprayer“  
von Herrn Baumgärtel.

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

Objekt: Minervastrasse 47,  
Wandpateschaft: Werbetechnik Schilder Schulz

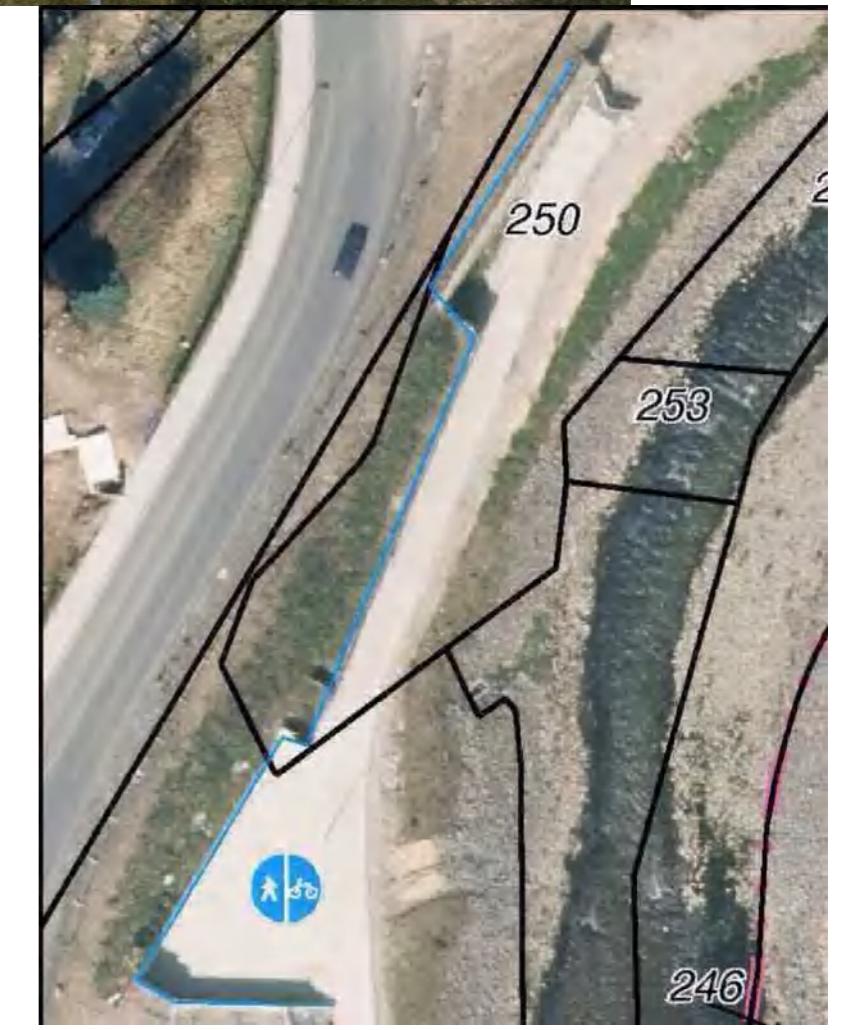


Objektgestaltung  
Surreale Landschaft in Rot, Gelb und Grün  
Künstler: Jens Westip, Hagen  
Fertigstellung: 17.09.2016

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

Objekt: Bunkerwände Kulestrasse  
(Bahnhofsumfahrung Hagen-Wehringhausen)



Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

## Objekt: Trafohäuschen Wilhelmsplatz



Ergebnisse eines Workshops der Künstler Tobias Koop und Marian Pansch und Kindern der Anwohner im Rahmen von Urban Heroes Festival mit Kunst vor Ort am Wilhelmsplatz in Hagen-Wehringhausen.

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

## Objekt: Brückentunnel Wehringhauser Straße



Objektgestaltung  
Künstler: Lars Breuer  
Fertigstellung: 02.10.2016  
Wandpatenschaft:  
Deutsche Bahn

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival

## Festival

Zur Eröffnung und zum Abschluss gibt es Live Performances verschiedener Musikrichtungen wie Hip Hop, Post-Pop, Elektro und Singer-Songwriter sowie Tanz- und Malaktionen und Workshops.

### **Samstag, 24.09.2014 Vernissage**

Von 14Uhr-22Uhr Konzerte auf dem Festivalgelände  
Begleitend dazu Ausschank und Verkauf von alkoholischen und nicht alkoholischen Getränken sowie Snacks.

### **Freitag, 30.09.2014 Hip Hop Jam**

Von 14Uhr-22Uhr Konzerte auf dem Festivalgelände  
Begleitend dazu Ausschank und Verkauf von alkoholischen und nicht alkoholischen Getränken sowie Snacks.

### **Montag, 03.10.2014 Finissage**

Von 14Uhr-22Uhr Konzerte auf dem Festivalgelände  
Begleitend dazu Ausschank und Verkauf von alkoholischen und nicht alkoholischen Getränken sowie Snacks.

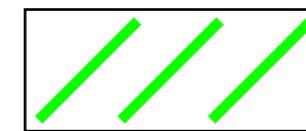
## Festivalzentrum Schlachthof Wehringhausen Schlachthofstrasse 1, 58089 Hagen



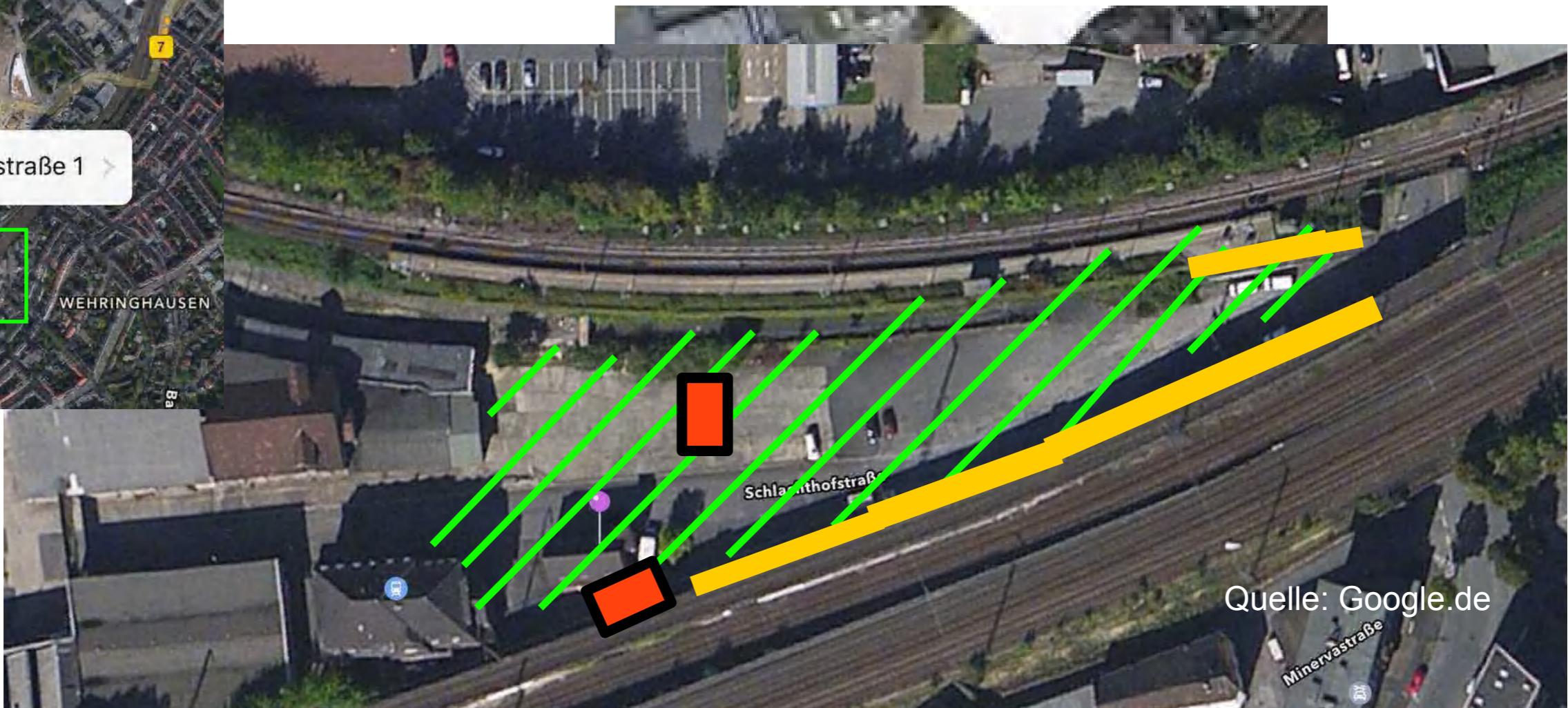
Bühne



Flächen für  
Kunstwerke



Festival Areal



Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# Musiker

Über 50 Musiker haben an dem Festival teilgenommen u.a.:

BeckerRap (Hip Hop, Düsseldorf)  
Martin Bender (Liquid Funk, Hagen)  
Cilian Benoit (Elektro, Düsseldorf)  
Colektivo (Latin, Ska, Hip Hop, Düsseldorf)  
Der Imfeld, (Singer-Songwriter, Düsseldorf)  
Mehtab Guitar (Singer-Songwriterin, Hamm)  
Maren Lueg und Band (World Music, Hagen)  
Stefan Otto (Singer-Songwriter, Hagen)  
Phil Audio (Hip Hop, Hagen)

Und viele weitere.

# Außenflächen auf dem Schlachthofgelände



Mit freundlicher Genehmigung  
und Unterstützung der  
Eigentümer, DB-Netze und  
der Mieter

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival – Galeriebögen am Schlachthof - vorher



Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.

Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival – Galeriebögen am Schlachthof - nachher

Guido Zimmermann



Becker-Schmitz



Linda Nadji



Daniel Man



L.E.T.



Lea Haueisen  
Christian Schaaf



AINS



ADIOS  
Christian Schaaf



MISTA & NOAH

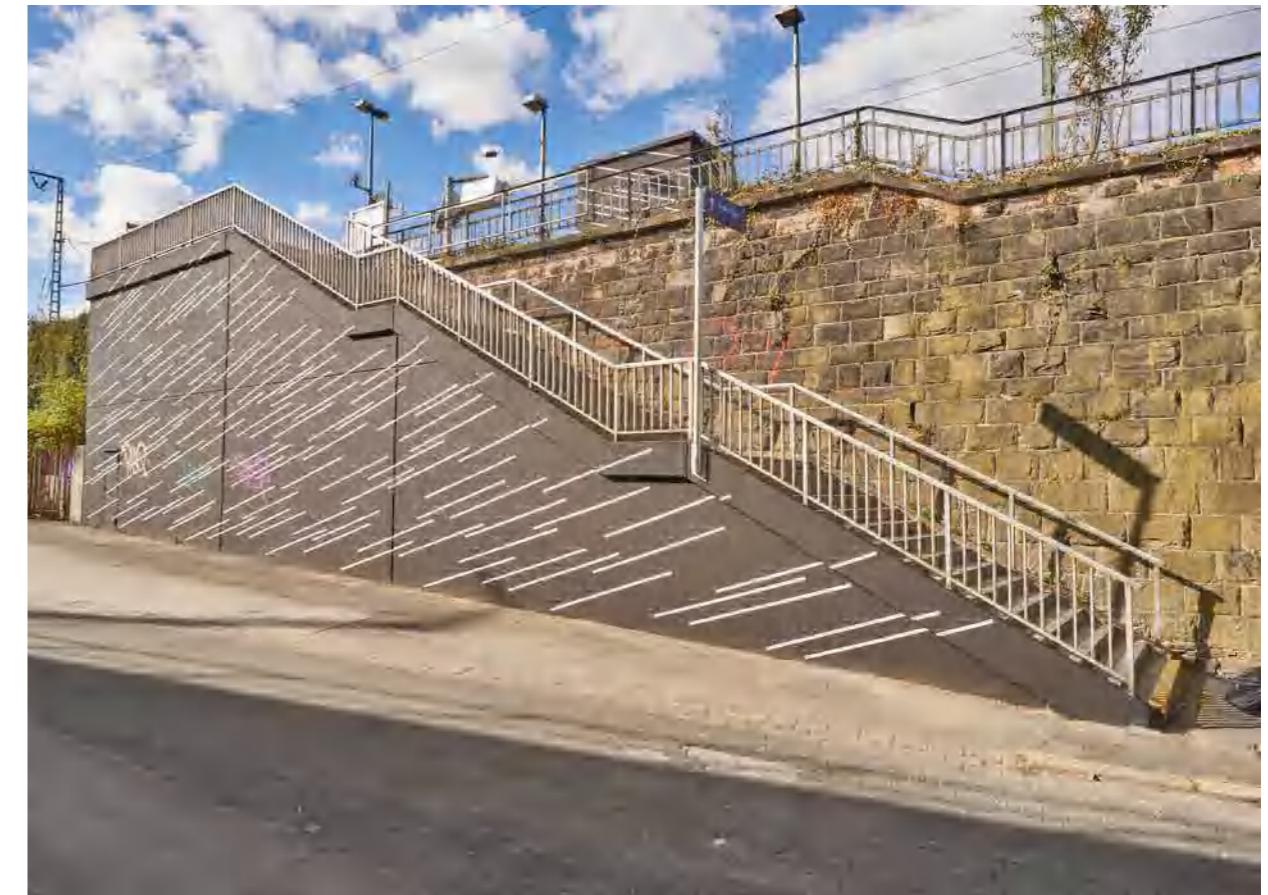


Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# URBAN HEROES Festival Treppenflächen an der S-Bahnstation Wehringhausen



Vorher



Nachher

Objektgestaltung  
Künstler: Tim Cierpisziewski

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# Online-Kommunikation

# Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Urban Heroes'. The cover photo features large teal text 'URBAN HEROES' over a black and white cityscape background. Below the cover, there's a call-to-action button with 'Speichern' and 'Abbrechen' options. The left sidebar includes links for 'Info', 'Fotos', '„Gefällt mir“-Angaben', 'Veranstaltungen', 'Videos', 'Beiträge', 'Dienstleistungen', 'Shop', 'Notizen', and 'Tabs verwalten'. The main feed area shows a post from 'Urban Heroes' (@urbancontemporanea) with a link to their website. The post has 721 likes, 0 website clicks, and 64 interactions. A summary box on the right indicates a 83% reaction rate and 8 hours since the last interaction. The status bar at the top shows the user 'Ihsan' is online.

Facebook Page  
Urban Heroes

1.871 Likes  
Stand 18.11.2016

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# Veranstalter: Ihsan Alisan Projects

Kulturmanagement und Marketingprojekte

Gegründet 2013 von Dipl. Ing. (FH) Ihsan Alisan MBA (Marketing), Geb. 1976 in Kars/Türkei

## **Projekte (Auswahl):**

- Ansbach Contemporary – 1. Biennale für Zeitgenössische Kunst in Ansbach, August 2016  
<http://www.ansbach-contemporary.de/>
- Ausstellung URBAN HEROES September 2014: Eine Reise in die Welt von Graffiti, StreetArt und UrbanArt in der Kooperative K in Hagen Haspe. Gefördert u.a. vom Kulturbüro Hagen.  
Weitere Informationen:  
<http://ihsanalisanprojects.blogspot.de/2014/08/urban-heroes-kunstler-im-focus-der.html>
- Projekt BEGEGNUNGEN Oktober 2014. Drei Künstler gestalten in Hagen-Wehringhausen fünf Objekte. Gefördert durch die EU, den Bund und das Land NRW.  
Weitere Informationen:  
<http://ihsanalisanprojects.blogspot.de/2014/11/begrenungen-kunst-im-öffentlichen-raum.html>
- Öffentlichkeitsarbeit und Projektsupport 40Grad Urban Art in Düsseldorf.  
Weitere Informationen: <https://40grad-urbanart.de/neues/>

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

# Ihsan Alisan Projects

Bereits realisiertes Projekt in Hagen-Wehringhausen: Begegnungen  
Oktober 2014

**L(i)ebenswertes Wehringhausen**

Die Projektgruppe „L(i)ebenswertes Wehringhausen“ setzt sich ehrenamtlich besonders für ein schönes und sauberes Stadtteilbild ein.

Wir sind eine bunt gemischte Gruppe von etwa 20 Personen und wohnen gerne in „unserem“ Stadtteil in Hagen. Wir mögen die Atmosphäre der alten Jugendstilbauten, das rührige Treiben auf der Langestraße, das Grün im Stadtgarten und Stadtwald, die Nähe zur Stadtmitte und zum Bahnhof, die vielfältigen Kulturangebote, die Lebens-/KünstlerInnen.

Es ist dieses Umfeld, das wir erhalten und verbessern wollen: für Alt und Jung, damit es ein liebenswerter Stadtteil bleibt und immer mehr wird, in dem wir und unsere BesucherInnen gerne leben und wohnen. Wehringhausen ist durch zahlreiche kulturelle und vielfältige gewerbliche Angebote ein Kleinod, das aus unserer Sicht jeden Einsatz wert ist!

Darum ist unser Motto: Machen statt Motzen. Durch verschiedene Aktionen wollen wir auf Missstände aufmerksam machen, die veränderbar sind.

So haben wir veranstaltet:

- „Wehringhauser ist sauberschöner“: Fege- und Pflanzaktionen im gesamten Stadtteil
- „Immer langsam voran“: Spielstraßenaktion in der Sternstraße, mit Verkehrsberuhigung.
- „Begegnungen“: Durch „Kunst im öffentlichen Raum“ wollen wir ein interessanteres Stadtteilbild in Hagen-Wehringhausen schaffen.

In Kooperation mit:

Ihsan Alisan Projects  
[www.ihsanalisanprojects.blogspot.de](http://www.ihsanalisanprojects.blogspot.de)  
Kontakt: ihsani@gmx.de

**Soziale STADT Wehringhausen Quartiersmanagement**

Quartiersmanagement Wehringhausen  
Lange Straße 22 · 58089 Hagen  
Tel. 0 23 31 - 3 73 52 66  
Fax 0 23 31 - 3 73 52 68  
E-Mail: [team@qm-wehringhausen.de](mailto:team@qm-wehringhausen.de)  
[www.soziale-stadt-wehringhausen.de](http://www.soziale-stadt-wehringhausen.de)

**Soziale STADT Wehringhausen Verfüfungsfonds**

Dieses Vorhaben wird finanziert aus Mitteln des Verfügungsfonds des Projekts „Soziale Stadt Wehringhausen“. Es wird gefördert durch die EU, den Bund und das Land NRW.

EUROPÄISCHE UNION Investition in unsere Zukunft Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

STÄDTEBAU-FÖRDERUNG von Bund, Ländern und Gemeinden

Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

## BEGEGNUNGEN

Kunst im öffentlichen Raum im Stadtteil Hagen-Wehringhausen



EINE KUNSTSCHAU

Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

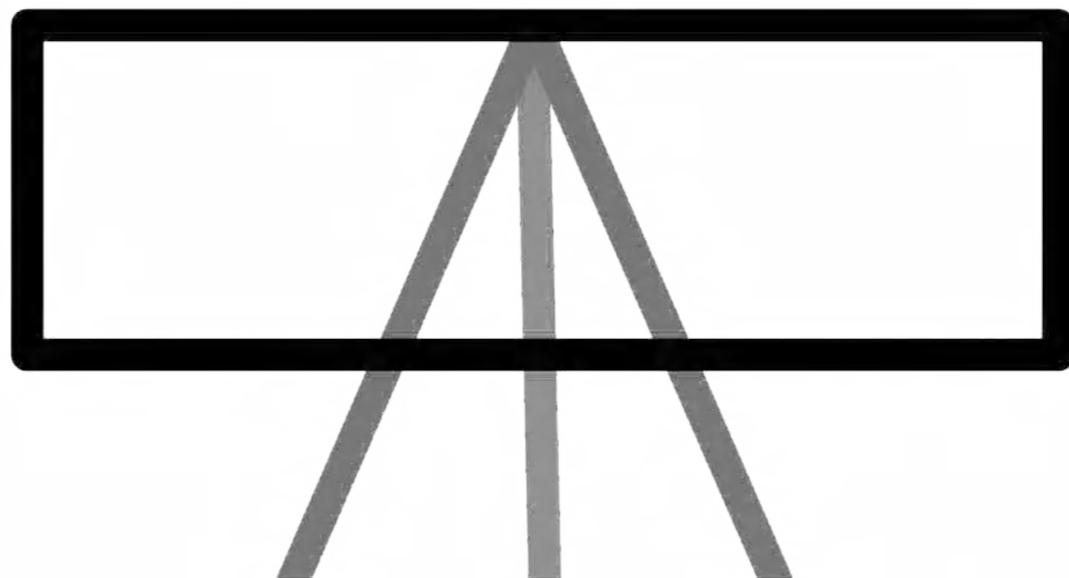
# Ihsan Alisan Projects

Bereits realisiertes Projekt in Hagen-Wehringhausen: Begegnungen  
Oktober 2014



Die Weitergabe und Vervielfältigung dieser vertraulichen Information - auch Auszugsweise - ist ohne schriftliche Genehmigung von Ihsan Alisan nicht erlaubt.  
Das Copyright liegt bei Ihsan Alisan Projects und den jeweiligen Künstlern.

## **Projektplanung und Konzeption**



# **Ihsan Alisan Projects**

Kulturmanagement

Ihsan Alisan

Fortunastraße 14, 40235 Düsseldorf

Tel: 0151/50568619

Email: [ihsan.alisan@googlemail.com](mailto:ihsan.alisan@googlemail.com)

[www.ihsanalisanprojects.com](http://www.ihsanalisanprojects.com)

# Das Festival wurde ermöglicht mit Unterstützung von:

Hagener Gemeinnützige  
Wohnungsgenossenschaft mbH



Freunde des Osthaus Museums e.V.



Sparda Bank West eG



KLT Kieseler  
LichtTechnik  
GmbH



van der Zwaan Film



Deutsche Bahn / DB Netze



flexomed  
Personaldienst GmbH



**HAGEN**  
Stadt der FernUniversität  
Kulturbüro



Werbetechnik  
Schilder Schulz



Yogaschule  
Mirabai



Zahnarztpraxis  
Köseoglu





Stadt Hagen · Postfach 4249 · 58042 Hagen

Herrn  
Dr. Friedrich-Wilhelm Geiersbach  
Auf dem Gelling 12  
58135 Hagen

Stadtamt	Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung
Gebäude	Rathaus I Bauteil D
Anschrift	Rathausstraße 11
Auskunft erteilt	Frau Wimpelberg, Zi.-Nr. 204b
Telefon	(02331) 207-3798
Telefax	(02331) 207-2461
E-Mail	Britta.wimpelberg@stadt-hagen.de
Vermittlung	(02331) 207-5000

Datum und Zeichen Ihres Schreibens  
08.11.2016; KWA A/06/2016

Mein Zeichen, Datum  
61/31, 28.11.2016

**KWA A/06/2016**  
**Sitzung vom 13.09.2016**  
**Antwort der Verwaltung zur Anfrage gem. § 18 der Geschäftsordnung**

Sehr geehrter Herr Dr. Geiersbach,

in der öffentlichen Vorlage (Drucksachen-Nr.: 0605/2016) hat die Verwaltung mitgeteilt, dass die Sondernutzungsfläche für die Gastronomie NORDSEE auf der Elberfelder Straße 8 erweitert werden soll. Hierzu wurde auf Grundlage eines Gestaltungsvertrages, die bestehende Aufenthaltsfläche vor dem Restaurant überplant und durch eine Sondernutzungserlaubnis am 14.09.2016 genehmigt.

Laut Information des WBH ist die Brunnenanlage defekt und seit Jahren nicht mehr in Betrieb. Die Einbeziehung der Vogeltränke in die Außengastronomie NORDSEE wurde diskutiert. Die Überbauung der Tränke mit Sitzelementen und Pflanzbeet wurde reversibel geplant und ist bei Bedarf jederzeit rückbaubar.

Da die Vogeltränke nicht demontiert wurde, lag die Zuständigkeit bei der Bezirksvertretung Mitte. Bei zukünftigen Projekten, die Kunstobjekte im öffentlichen Raum tangieren, wird die Verwaltung unaufgefordert den KWA informieren.

Mit freundlichen Grüßen  
In Vertretung

Thomas Grothe  
Technischer Beigeordneter

Ø KWA → 49/0

Briefadresse: Postfach 4249, 58042 Hagen  
Paketadresse: Rathausstraße 11, 58095 Hagen

Konten der Stadtkaesse:  
Sparkasse Hagen (BLZ 450 500 01) Kto.-Nr. 100 000 444  
IBAN DE 23450500010100000444 SWIFT WELADE 3HXXX  
Postbank Dortmund (BLZ 440 100 46) Kto.-Nr. 1912-460  
IBAN DE 63440100460001912460 SWIFT PBNKDEFF