



ALTER

SCHLACHTHOF

Schlachthofstr. 3 • 58089 Hagen

Cafe • Bistro • Bar

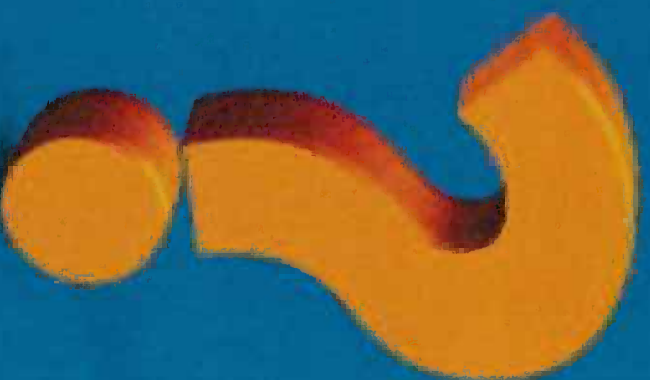
Konzerte

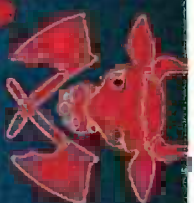


ALTER SCHLACHTHOF

■ **Wer sind die...**

■ **...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



ALTER SCHLACHTHOF

Erste Eindrücke September 2015





ALTER SCHLACHTHOF





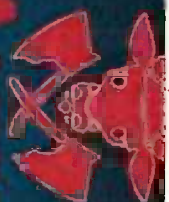
ALTER SCHLACHTHOF





ALTER SCHLACHTHOF





ALTER SCHLACHTHOF

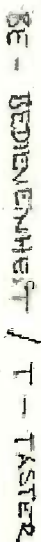
■ Ein Jahr später...





ALTER SCHLACHTHOF







ALTER SCHLACHTHOF

■ ...und was wollen die da machen?

Fischer-Z
Solo



SA10.09.2016
special guests **CAPTAIN HORST**
Einlass 20h VVK 18,- zzgl. Geb. AK 2,-
Alter Schlachthof Schlachthofstr. 58089 Hagen

KARAOKE WIL DEATH
MEGADETH
AC/DC
SYSTEM OF A DOWN
NOFX
PANTERA
MISFITS
MOTORHEAD
SLAYER
SABOTAGE



SA10.09.2016
Einlass 20h VVK 18,- zzgl. Geb. AK 2,-
Alter Schlachthof Schlachthofstr. 58089 Hagen

MOVE PARTY
FR / 16 / 09 / 16
www.moveparty.de
5 EURO
EINTRITT
22h

HIP HOP
DEUTSCH & AMERIKAN
Alter Schlachthof Schlachthofstr. 58089 Hagen

#ROCKON
07.10.2016
Einlass 20h VVK 18,- zzgl. Geb. AK 2,-
Alter Schlachthof Schlachthofstr. 58089 Hagen



ALTER SCHLACHTHOF



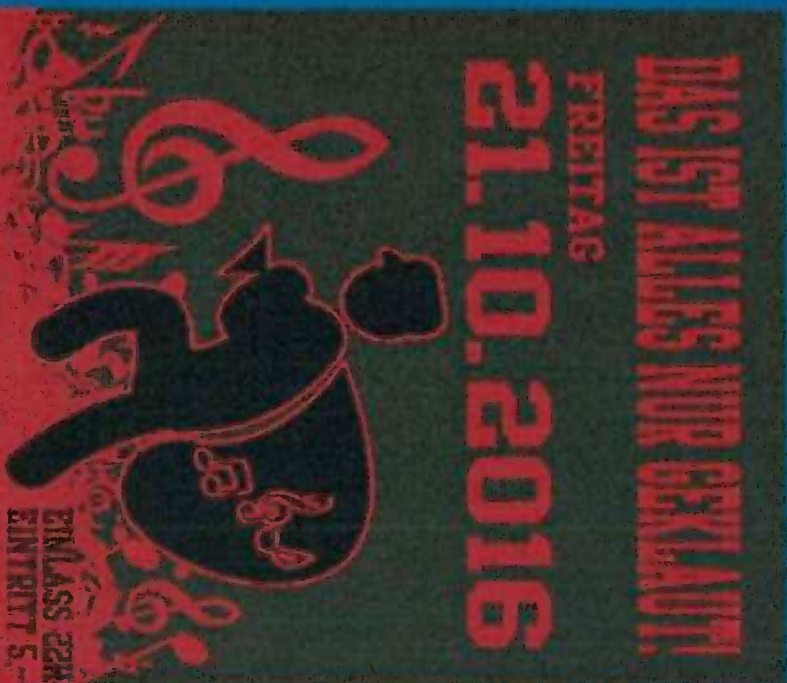
Gib der toten Musiker

Freitag

23.09.2016

Einlass 8.30 Uhr

Alter Schlachthof Schlachthofstr. 3 58089 Hagen



DAS IST ALLES NUR GEXHAULT!

Freitag

21.10.2016

Einlass 22h
Eintritt 5,-

Die Nacht der Cover-Songs

Alter

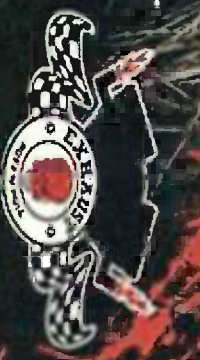
Schlachthof

Schlachthofstr. 3 58089 Hagen

Metal Maniacs Society

Presents:
2010-2015

10 Years



Einlass ab 19.00 Uhr

VVK:

Friedkrasse

15,-

18,-

Alter Schlachthof

Café Elgrosch

Kreisliga



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 Turniere**



ALTER

SCHLÄCHTHOF

Bisherige Vermietungen

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



ALTER SCHLACHTHOF

Zukunftsvisionen

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



ALTER

SCHLACHTHOF

Zukunftsvisionen 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, Kooperationspartner*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
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 Almania“ (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,
Ganztagshauptschulen 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 Jungenarbeit NRW,
LAG Kunst und Medien NRW, Bundesverband Kulturarbeit i. d. ev. Jugend
Deutschlands, die BAG Jungenarbeit und die BAG Mädchenpolitik
(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

02331-788 700

www.esw-berchum.de

02334 -9610-13

Ermittlung der Kundenzufriedenheit an der 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 (\bar{x} - 1,4)
 - Hier kaum negative Bewertungen
- Qualität der Kursinhalte (\bar{x} – 1,61)
- Gruppenstruktur (\bar{x} – 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:

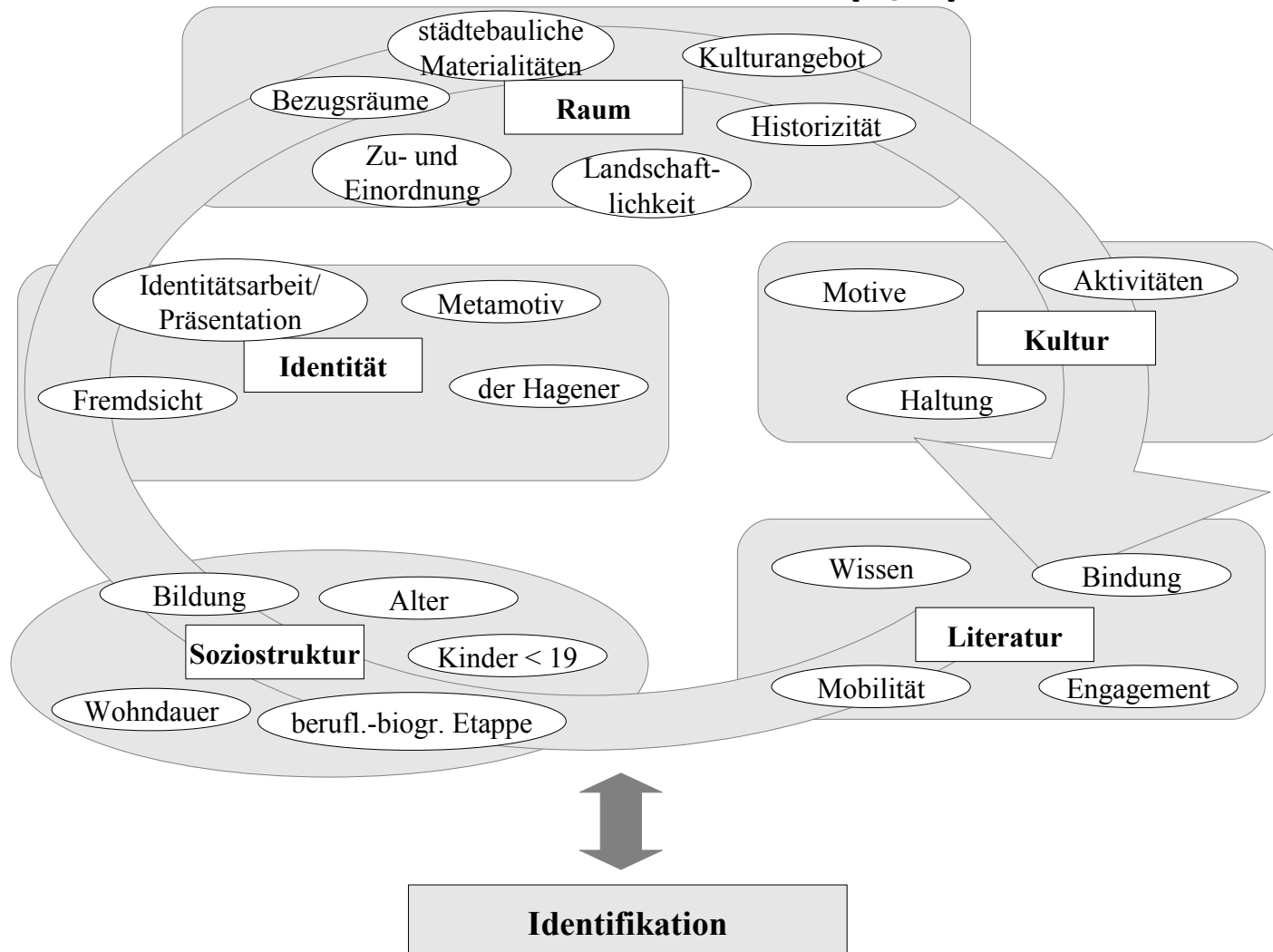
*„Das Ziel der HAGENagentur ist es, [...] dazu beizutragen, dass Hagens Potenziale in Wirtschaft, **Kultur** und Tourismus transparent und attraktiv kommuniziert werden. Dabei soll **die Identifikation der Einwohner mit ihrer Stadt gestärkt** und Hagens Zukunft zum Vorteil aller gestaltet werden.“* (hagenagentur.de)

*„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
Kultur typ	Präferenz	v.a. Hoch-, aber auch Event- und Alternativkultur	Volks- oder Alternativkultur	v.a. Hochkultur (zusätzlich auch andere)	Eventkultur	Volkskultur
	Distanz	Volkskultur	Hochkultur	keine/kaum	keine/kaum	Hochkultur
Kern-elemente		<ul style="list-style-type: none"> - Negativität - Differenz: Anspruch vs. Angebot - Identitätsarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Prozess von Auf- und Abwertung (Stadtteil vs. Gesamtstadt) 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivität/Erleben - Reflexionsgrad/-niveau - Identitätsarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilität - Indifferenz 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 Identifikationsprädiktor (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!



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

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.

URBAN HEROES Festival

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

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 Kunschtchaffenden, 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

URBAN HEROES Festival

Objekt: Moltkestraße 21



Objektgestaltung
Künstler: Martin Bender
Fertigstellung: 19.08.2016

Frauenportrait

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.

URBAN HEROES Festival

Objekt: Minervastraße 47,
Wandpateschaft: Werbetachnik Schilder Schulz

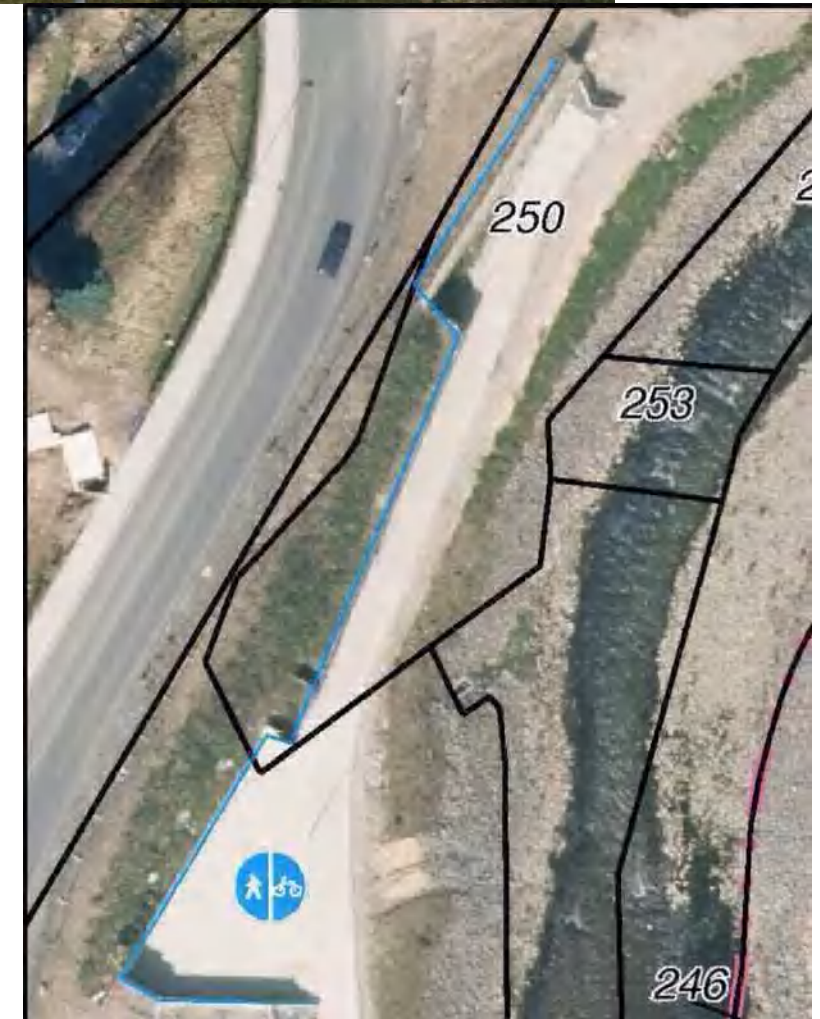


Objektgestaltung
Surreale Landschaft in Rot, Gelb und Grün
Künstler: Jens Westip, Hagen
Fertigstellung: 17.09.2016

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.

URBAN HEROES Festival

Festivalzentrum

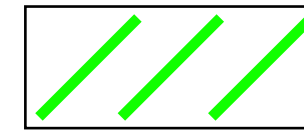
Schlachthof Wehringhausen
Schlachthofstrasse 1, 58089 Hagen



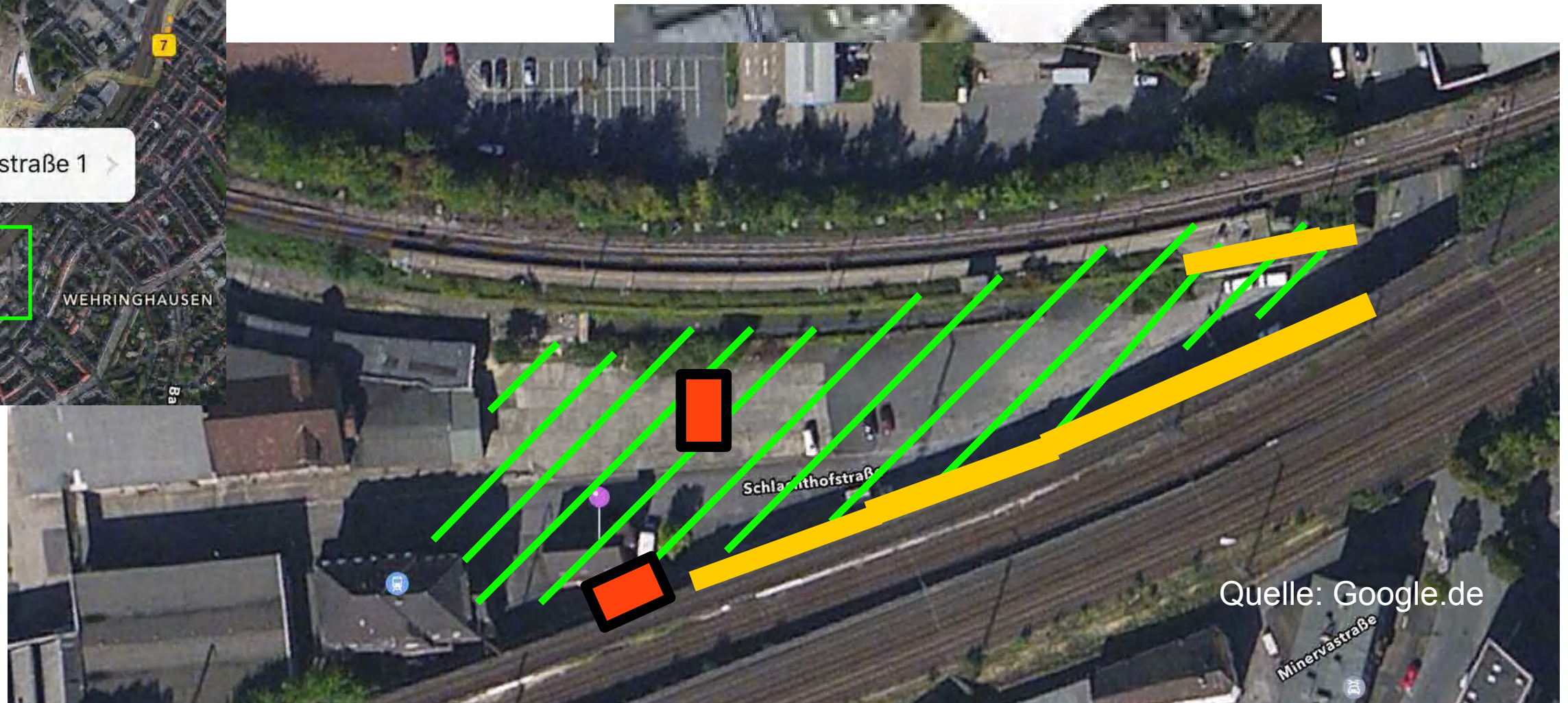
Bühne



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.

URBAN HEROES Festival

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

Objektgestaltung
Künstler: Tim Cierpiszewski



Nachher

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

Urban Heroes

@urbancontemporanea

Startseite

Info

Fotos

„Gefällt mir“-Angaben

Veranstaltungen

Videos

Beiträge

Dienstleistungen

Shop

Notizen

Tabs verwalten

URBAN HEROES

URBAN CONTEMPORARY ART FESTIVAL - SCHLACHTHOFSTR. 1, HAGEN

Gefällt dir Nachricht senden Mehr

+ Button hinzufügen

Status Foto/Video Angebot, Veranstaltung +

Schreib etwas ...

Community

Suche nach Beiträgen auf dieser Seite

Reaktionsquote: 83 %, Reaktionszeit: 8 Stunden

Reagiere schneller, um das Banner zu aktivieren

Gefällt 1.871 Mal +4 diese Woche

Arzu Akbaba und 167 weiteren Freunden

Diese Woche Alle anzeigen

Metric	Value
Beitragsreichweite	721 ↑
Webseitenklicks	0
Beitragsinteraktionen	64 ↑

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/begnungen-kunst-im-offentlichen-raum.html>
- Öffentlichkeitsarbeit und Projektsupport 40Grad Urban Art in Düsseldorf.
Weitere Informationen: <https://40grad-urbanart.de/neues/>

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 Stadtbild 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 dies Umfeld, das wir erhalten und verbessern wollen: für Alt und Jung, damit es ein lebenswerter 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:

- „Wehringhausenistsauberschöner“: 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 Stadtbild in Hagen-Wehringhausen schaffen.

In Kooperation mit:

Ihsan Alisan Projects
www.ihsanalisanprojects.blogspot.de
Kontakt: ihsani@gmx.de



Soziale
STADT
Wehringhausen
Quartiersmanagement

Quartiersmanagement
Wehringhausen

Langestraße 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
www.soziale-stadt-wehringhausen.de



Soziale
STADT
Wehringhausen
Verfügungsfonds

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



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

BEGEGNUNGEN
Kunst im öffentlichen Raum im Stadtteil Hagen-Wehringhausen

Künstler gestalten Wandgemälde zu dem Thema Begegnungen. Wir laden Sie ein, unseren Stadtteil als Freiluftgalerie und Ort der Begegnung mit der Kunst zu entdecken ...

Die Projektinitiatoren Ingema Dombrowsky und Anne Schmunz von der Projektgruppe L(i)ebenswertes Wehringhausen haben zusammen mit Kultur- und Kommunikationsmanager Ihsan Alisan das Projekt BEGEGNUNGEN ehrenamtlich realisiert.



1 Bender _ Ort: Mauer, Sternstraße 12
Titel: „Kids Playing“ + „Playing Soccer“

2 Elvyra Gessner
Ort: Christian-Rohlf-Strasse 1
Titel: „Danke, dass Du da bist ...“

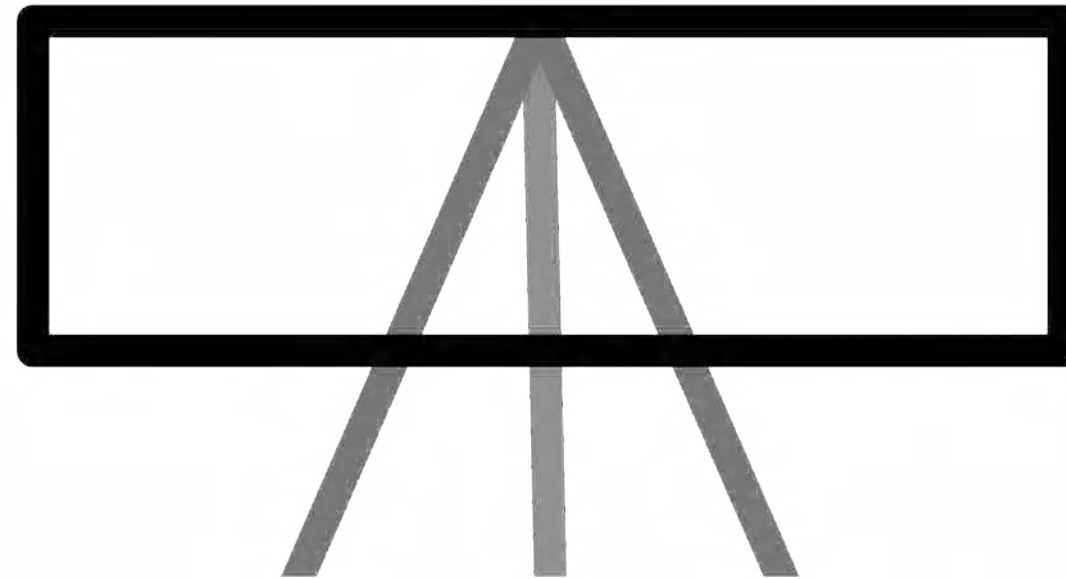
3 Westip _ Ort: Lange Straße 33
Titel: „Grüne Aue“

4 Bender _ Ort: Lange Straße 63 / Ecke Bachstraße
Titel: „Lookup“

5 Westip _ Ort: Augustastrasse 68
Titel: „Hommage an Toulouse-Lautrec“

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@gmail.com

www.ihsanalisanprojects.com

Das Festival wurde ermöglicht mit Unterstützung von:

Hagener Gemeinnützige
Wohnungsgenossenschaft mbH

ha.ge.we

Deutsche Bahn / DB Netze



Freunde des Osthaus Museums e.V.



flexomed
Personaldienst GmbH



Sparda Bank West eG



HAGEN
Stadt der FernUniversität
Kulturbüro



KLT Kieseler
LichtTechnik
GmbH



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	Rathaustraße 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 Gestattungsvertrages, 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: Rathaustraße 11, 58095 Hagen

Konten der Stadtkasse:

Sparkasse Hagen (BLZ 450 500 01)
IBAN DE 23450500010100000444
Postbank Dortmund (BLZ 440 100 46)
IBAN DE 63440100460001912460

Kto.-Nr. 100 000 444
SWIFT WELADE 3HXXX
Kto.-Nr. 1912-460
SWIFT PBNKDEFF