



ERFOLGSSTUDIE: STIMULART - POP-UP FESTIVAL NAUMBURG (SAALE)

Erfolgsstudie:

STIMULART - Pop-Up Festival Naumburg

Feldstärken - Gesellschaft zur
Förderung kreativer Branchen mbH

in Zusammenarbeit mit Dr. Birgit Wolf,
Kulturermächtigerin

18.12.2021

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	03
1. WESENTLICHE ERKENNTNISSE	04
1.1 EIN SCHNELLER ÜBERBLICK	04
1.2 ZIELE	06
1.3 ZIELERREICHUNG.....	07
1.3.1 SICHTBARKEIT	07
1.3.2 POTENZIALE DER KÜNSTLER:INNEN UND KREATIVEN AUFZEIGEN.....	07
1.3.3 VERNETZUNG	08
1.3.4 MARKTZUGÄNGE / EINNAHMEMÖGLICHKEITEN VERBESSERN	08
1.3.5 KOOPERATIONSOPTIONEN SCHAFFEN / KOOPERATIONEN ANSTOSSE	08
1.3.6 ZUSAMMENSPIEL ZWISCHEN STADTVERWALTUNG UND KKW VERBESSERN	09
1.3.7 LEERSTÄNDE AUF IHRE (KOSTENGÜNSTIGE) NUTZBARKEIT FÜR DIE KKW TESTEN	10
1.3.8 NEUE VERANSTALTUNGSFORMATE AUSPROBIEREN	10
1.4 GESAMTLEISTUNG DES ORGANISATIONSTEAMS	12
2. METHODIK	13
3. AUSWERTUNG	14
3.1 REAKTIONEN DER KÜNSTLER:INNEN UND TEILNEHMENDEN AKTEURE	14
3.1.1 REAKTIONEN DER TEILNEHMENDEN AKTEURE DER NAUMBURGER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT (KKW)	14
3.1.2 REAKTIONEN DER STUDIERENDEN UND DOZENT:INNEN DER HOCHSCHULE MERSEBURG	17
3.2 REAKTIONEN DER BESUCHER:INNEN / DES PUBLIKUMS	21
3.3 LEISTUNG DES PROJEKTTEAMS	23
3.4 PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	26
3.5 WEITERE KOOPERATIONEN	29
4. RELEVANTE EMPFEHLUNGEN ZUR ADAPTIERBARKEIT DES FORMATS IN ANDEREN KLEINEN UND MITTELGROSSEN EUROPÄISCHEN STÄDTEN LÄNDLICH GEPRÄGTER REGIONEN	30
ANHANG	32
A 1. EINZELNE PROGRAMMPUNKTE DES POP-UP FESTIVALS	33
A 2. FEEDBACKBOGEN FÜR BESUCHER:INNEN DER AUSSTELLUNG „INSPIRATION LEERSTAND“	42
A 3. ANGABEN IN FREITEXTFELDERN DER FEEDBACKBÖGEN FÜR BESUCHER:INNEN DER AUSSTELLUNG „INSPIRATION LEERSTAND“	43
A 4. FRAGEBOGEN ZUR E-MAIL-BEFragung DER TEILNEHMENDEN KÜNSTLER:INNEN VOR DEM FESTIVAL	48
A.5 FRAGENKATALOG FÜR DIE STRUKTURIERTEN TELEFONISCHEN INTERVIEWS MIT DEN TEILNEHMENDEN KÜNSTLER:INNEN / KREATIVEN NACH DEM POP-UP FESTIVAL	49
A.6 FRAGENKATALOG FÜR DIE STRUKTURIERTEN INTERVIEWS MIT MITARBEITER:INNEN DER STADTVERWALTUNG NACH DEM FESTIVAL	50

EINLEITUNG

Das Interreg CENTRAL EUROPE Projekt STIMULART führt von 2019 bis März 2022 Maßnahmen zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in fünf kleinen und mittelgroßen europäischen Städten in ländlich geprägten Räumen durch. Dazu setzte die Stadt Naumburg unter anderem das Pop-Up Festival „NAUMBURG KREATIV“ um - ein Pilot-Projekt.

Die hiermit vorgelegte Erfolgsstudie dokumentiert und bewertet den Planungs- und Umsetzungsprozess des Pop-Up Festivals „NAUMBURG KREATIV“, das im Zeitraum vom 17. bis 26. September 2021 der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Die Erfolgsstudie soll zum einen Auskunft geben über die Wirkung des Festivals vor Ort in Naumburg und die Sinnhaftigkeit, es als turnusmäßige Veranstaltung zu etablieren. Zum anderen gibt sie Empfehlungen zur Adaptierbarkeit des Formats in weiteren europäischen Städten mit vergleichbarer Größe und ähnlichen Rahmenbedingungen.

Anregungen und Erkenntnisse werden aufbereitet und sollen darüber hinaus in das Strategiepapier für die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) Naumburgs einfließen, das im Rahmen von STIMULART entsteht.

Für die Erfolgsstudie wurden neben den quantitativen Erhebungen die Feedbackbögen von Besucher:innen ebenso einbezogen wie Umfragen und Interviews mit dem Publikum, den teilnehmenden Künstler:innen und Kreativen, sowie den Studierenden der Hochschule Merseburg aus dem Studiengang Angewandte Medien- und Kulturwissenschaft, die sieben innovative Veranstaltungsformate beisteuerten. Hinzu kommen Sachberichte der Festivalleitung und des Projektteams sowie dazu gehörige Interviews mit dem Projektteam und weiteren Stakeholdern, v. a. aus der Stadtverwaltung. Die Erstellung dieser Erfolgsstudie erfolgte in regelmäßiger Abstimmung mit dem Projektteam.

1. WESENTLICHE ERKENNTNISSE

WARUM POP-UP? EINE BEGRIFFSERKLÄRUNG

Der Begriff „Pop-Up“ charakterisiert zunächst etwas, das plötzlich auftaucht und wieder verschwindet. Pop-Up Formate ermöglichen es, mit finanziell begrenzten Mitteln für einen bestimmten Zeitraum etwas auszuprobieren. Häufig testen kreative Unternehmer:innen damit das Potenzial einer neuen Geschäftsidee konkret vor Ort. Bekannt sind vor allem „Pop-Up Shops“/„Pop-Up Stores“. Diese Geschäfte sind nur für einen begrenzten Zeitraum geöffnet. Häufig werden dazu temporäre Leerstände in Innenstädten genutzt. Es geht hier nicht darum, etwas kontinuierlich durchzuführen, von dem man weiß, dass es funktioniert, sondern etwas zu testen, das vielleicht funktionieren könnte. Dieser Ansatz reflektiert auch das experimentelle Grundverständnis des Festivals und des STIMULART-Projekts insgesamt, dessen Aktivitäten durch die Corona-Krise stark eingeschränkt wurden.

1.1 EIN SCHNELLER ÜBERBLICK

In den zehn Tagen vom 17. bis 26. September wurden 25 Festivalbeiträge offeriert. Trotz der Vielfalt der Veranstaltungen kam es nur zu wenigen Überschneidungen. Konservativ geschätzt nahmen insgesamt etwa 1.600 Besucher:innen diese Angebote wahr¹.

16 Künstler:innen präsentierten ihre Arbeiten im Rahmen der Ausstellung *Inspirationsraum Leerstand*. Die Naumburger Musikbranche war unter anderem durch vier Bands mit 17 Musiker:innen im Domgarten präsent. Darüber hinaus gab *Holger Vandrich* (freier Schauspieler, Musiker, Inhaber und Betreiber der Bühne und des Veranstaltungsortes „Haus voller Ideen“) an diesem Ort ein Familienkonzert. Sechs Musiker:innen und drei Maler:innen interagierten bei der Jamsession *Improvisationen in Klang und Farbe* im „Kunstwerk Turbinenhaus“ und das Duo *Wahlverwandt* spielte zur Ausstellungseröffnung. In Kooperation mit Autor *Stefan Rühlmann* und der Stadtbibliothek entstand eine multimediale Schnitzeljagd bzw. ein *Action Bound* durch Naumburgs Kultur- und Kreativszene. Naumburger Kunsthandwerker:innen waren leider nur in relativ geringem Maße vertreten. Hier gilt es, zukünftig bessere Anreize mit passend beworbenen Programmsegmenten zu bieten.

Die sieben Festivalbeiträge, die die Studierenden der Hochschule Merseburg initiierten, zeichneten sich durch ihren besonders experimentellen und interaktiven Charakter aus. Dabei handelte es sich um *Improvisation in Klang und Farbe/Jamsession*, *Speed-Dating*, *Ethnografische Erkundungen*, eine *Schnitzeljagd durch Naumburgs Kultur- und Kreativszene / Action Bound*, den *Kunstautomaten*, *Do it yourself - 24 Stunden im Park* sowie eine *Video - und Klanginstallation*.

¹ Nicht mitgezählt sind der Markt der regionalen Produkte, der Handwerker-Wochenmarkt, Heimat Shoppen, die Konzerte auf dem Marktplatz, die Führungen *Wolkenkratzer des Mittelalters* und *Zwischen Pest und Cholera: Naumburg im Spiegel seiner Epidemien*.

Anregungen zum Austausch und Dialog zwischen Bürger*innen, Kreativen, Oberbürgermeister und Verwaltung fanden ihren Auftakt mit *Bürgerschaft gefragt*. Das *Austauschtreffen für eine nachhaltig aktive Kreativszene* beleuchtete auch überregionale Chancen und Aspekte der hiesigen KKW. Zwei der bereits erwähnten Formate der Studierenden der Hochschule Merseburg, das *Speed Dating* und das *24-Stunden-Camp im Stadtpark* (siehe unten), regten spielerisch die Kontaktaufnahme und konstruktiv-kritischen Dialog zu Naumburger Zukunftsthemen an.

Naumburger Kunsthandwerker:innen waren während des Pop-Up Festivals kaum vertreten. Der Markt der regionalen Produkte am Marienplatz, der in Kooperation mit handgemacht Saale.Unstrut stattfand, bot ihnen jedoch eine Plattform. Weitere Events kamen hinzu, wie die Videoprojektionen, bzw. Fassadenmappings, des Kollektives *Vision Salienz Jena* an der Fassade des Festivalzentrums, dem ehemaligen *Freizi*. Am 25.9. wurde dies noch abgerundet durch einen Tanzabend der *Tanzschule Saale-Unstrut* mit Lutz Mokros.

Mehrere Kooperationen trugen dazu bei, das Festival mit weiteren Naumburger Institutionen und Aktivitäten zu verzahnen, um es so für ein breiteres Publikum zu öffnen. Zunächst stieß die Ausstellung *Inspirationsraum Leerstand* bei der *GWG Wohnungsgesellschaft Naumburg*, als Tochtergesellschaft der Stadt, auf offene Ohren. Das ermöglichte die Nutzung des Gebäudes inklusive umfangreicher Vor- und Nachbereitungszeiten. Spezielle Domführungen konnten ebenso in das Programm integriert werden, wie der *Handwerker-Wochenmarkt* und die *Heimat-Shoppentage*. Zwei bereits geplante Konzerte im *Kulturpavillon* auf dem Marktplatz mit drei Bands am 17. und 18.9. wurden darüber hinaus in das Gesamtprogramm aufgenommen. Aus der Kooperation mit den Saalecker Werkstätten ergaben sich eine Führung und ein Töpfer-Workshop mit Marten Herman Andersen. Das Stadttheater war mit einer öffentlichen Probe eingebunden und setzte zusätzliche Aufführungen der Produktion „*Dracula*“ auf seinen Spielplan. Hinzu kam die Kooperation mit dem *Friedrich-Bödecker-Kreis in Sachsen-Anhalt e. V.* So konnte im Kontext des Internationalen Lesefestivals *Interlese* die Lesung *Mein Name ist Judith* von Martin Horváth integriert werden - musikalisch begleitet von Claudia Wahlbuhl. Ebenfalls ins Programm aufgenommen wurde die Natur- und Landschaftsführung *Urflüstern - Kraftplätze an Saale und Unstrut* mit den Autorinnen Nikola Hollmann und Andrea Slavik in Kooperation mit der Stadtbibliothek.

Viele Besucher:innen zeigten sich bei Befragungen überrascht von der Vielfalt und der Qualität des Festivals, das insgesamt als gut besucht angesehen werden kann. Eine Ausnahme bildet der *Markt der regionalen Produkte*. Entsprechend enttäuscht war auch die Resonanz der wenigen beteiligten Naumburger Kunsthandwerker:innen. Hier hätte es separater, spezifischer Werbemaßnahmen über die Festivalwerbung hinaus bedurft.

1.2 ZIELE

STIMULART-Ziele:

Das Hauptziel von STIMULART ist es, die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in mittelgroßen Städten in Europa zu fördern, indem Produktion und Dienstleistungen mit höherer Wertschöpfung gestärkt und neue Möglichkeiten für qualifizierte Fachkräfte geschaffen werden. Dies soll erfolgen durch maßgeschneiderten Kapazitätsaufbau, Strategie- und Know-how-Entwicklung, um die Kapazitäten aller Stakeholder für die nachhaltige Nutzung des kulturellen Erbes/der kulturellen Ressourcen zu verbessern.

Die Projektpartner:innen sind aufgerufen, eine "maßgeschneiderte", standortspezifische und intelligente Spezialisierungsstrategie für ihren lokalen Kultur- und Kreativwirtschaftssektor zu entwickeln, indem sie konzertierte Anstrengungen aller Stakeholder unternehmen, "um sowohl UNBESETZTE MENSCHLICHE/ INSTITUTIONELLE KREATIVKAPAZITÄTEN als auch die offensichtliche Quelle der Kreativität zu identifizieren, zu entwickeln und anzuwenden: LOKALE KULTUR, als auch andere Vermögenswerte wie z.B. leerstehende städtische Infrastruktur.“
(Quelle: STIMULART Project Application Framework)²

Ziele des Pop-Up Festivals, die zu den STIMULART-Zielen beitragen:

1. Sichtbarkeit der KKW in Naumburg und der Region erhöhen
2. Potenziale der Künstler:innen und Kreativen aufzeigen
3. Vernetzung der Akteure in Naumburg verbessern
4. Marktzugänge / Einnahmemöglichkeiten verbessern
5. Kooperationsoptionen schaffen, Kooperationen anstoßen
6. Zusammenspiel zwischen Stadtverwaltung und KKW verbessern
7. Leerstände auf ihre (kostengünstige) Nutzbarkeit für die KKW testen (ehemaliges „Freizi“)
8. Neue Veranstaltungsformate ausprobieren

² Deutsche Übersetzung gemäß STIMULART Project Application Framework - Dr. Olaf Kranz, Universität Regensburg, STIMULART Strategy Building Methodology for Cultural-led Development of Small and Medium Sized Cities, 03 2020, Seite 3

1.3 ZIELERREICHUNG

1.3.1 SICHTBARKEIT

Ausgehend von quantitativen Messungen der Presseresonanz in Print und gemäß Online-Medien konnte das Pop-Up Festival NAUMBURG KREATIV die Wahrnehmung der KKW in Naumburg erhöhen. Die überregionale Wahrnehmung war bislang weniger erfolgreich, obwohl ein nicht unbeträchtlicher Anteil von Besucher:innen außerhalb Naumburgs zumindest im Rahmen der Ausstellung festgestellt werden konnte. Befragungen von beteiligten Kreativen, der Stadtverwaltung und der Besucher:innen ergaben insgesamt ein sehr positives Bild. Besonders hervorgehoben wurde hier immer wieder der Aspekt der Vielfalt bezogen auf das Festivalprogramm, auf die Exponate der Ausstellung und die beteiligten Künstler:innen und Kreativen. Das war für viele Besucher:innen sehr überraschend.

Als Anregung für die Zukunft wurde häufig mehr Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gewünscht. Der knappe Zeitrahmen bei geringer personeller Besetzung und einem relativ engen Gesamtbudget trugen dazu bei, dass die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht länger und breiter angelegt stattfinden konnte. Die Online-Kommunikation wurde von den Beteiligten als gut beschrieben.

1.3.2 POTENZIALE DER KÜNSTLER:INNEN UND KREATIVEN AUFZEIGEN

Künstler:innen und Kreative aus Naumburg und der Region bot das Pop-Up Festival ein Podium und dies mitten in der Stadt. Nach einem Pandemie-Jahr ohne Präsenz tat dies allen Beteiligten besonders gut. Auch das Publikum spürte die Abstinenz und wertschätzte die kostenfreien Angebote. Die Möglichkeiten während der Ausstellung miteinander ins Gespräch zu kommen, wurde sowohl von den beteiligten Künstler:innen als auch den Besucher:innen geschätzt. Diese heben besonders den Aspekt der Vielfalt des Festivalprogramms, aber auch die Vielzahl der beteiligten Künstler:innen und Kreativen, deren Werke und deren Qualität hervor. Die Künstler:innen betonen das große Interesse Besucher:innen an den Präsentationen und ihren Werken.

Die verschiedenen Formate wie Ausstellung, Konzerte, Lesungen, Theater, Kino, Jamsession, Einweihung des Kunstautomaten, aber auch thematische Dialoge mit Künstler:innen, Kreativen, interessierten Bürger:innen, dem Oberbürgermeister und Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung sowie externen Expert:innen boten Foren, um das Wirken und die Wünsche der Kreativen verschiedenartig aufzuzeigen.

Jedoch nahmen sich die Künstler:innen und Kreativen währenddessen auch einander anders wahr und kamen miteinander während der Ausstellung, den Performances oder Diskussionen ins Gespräch.

1.3.3 VERNETZUNG

Das Vernetzen und Zusammenwirken der KKW-Akteure konnte verbessert werden. Nun gilt es, diese Impulse des Festivals kontinuierlich weiter zu entwickeln. Die Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung hat unter den genannten Bedingungen relativ gut funktioniert.

Positive Impulse: Aus den Rückmeldungen der beteiligten Naumburger Künstler:innen und Kreativen lässt sich ablesen, wie wichtig Ihnen die gezeigte Wertschätzung der eigenen Arbeit durch Besucher:innen und auch durch die Vertreter:innen der Stadt Naumburg ist. Viele hatten sich skeptisch und mit geringen Erwartungen am Festival beteiligt. Doch die große Resonanz der Festivaleröffnung brach den Bann. In den Gesprächen mit den Beteiligten war ein deutlicher, positiver Wandel zu spüren. Das konstruktive Zusammenspiel unter den beteiligten Künstler:innen und Kreativen wurde von ihnen mehrfach hervorgehoben.

1.3.4 MARKTZUGÄNGE / EINNAHMEMÖGLICHKEITEN VERBESSERN

Im Rahmen der Ausstellung konnten auch einige Verkäufe generiert werden, jedoch in sehr überschaubarem Umfang. Um sich als Verkaufsplattform zu etablieren, bedarf es einer kontinuierlichen Fortsetzung des Festivals (jährlich oder biennal) kombiniert mit zielgruppenspezifischer Werbung und Netzwerkaktivitäten. Dabei sollte eine starke Unterscheidung zur Naumburger Kunstmesse gewahrt werden, so dass die Formate sich möglichst wenig konkurrieren und stattdessen sinnvoll ergänzen. Nach Aussagen beteiligter Künstler:innen spricht das Naumburger Po-Up Festival eine breitere Klientel und teilweise ein anderes Publikum an und verfügt über „eine andere Farbe“.

1.3.5 KOOPERATIONSOPTIONEN SCHAFFEN / KOOPERATIONEN ANSTOSSEN

Die Vielfalt des Programms weist auch darauf hin, in welcher Breite Kooperationspartner angesprochen wurden. Das beinhaltet neben der Naumburger KKW, die Stadtverwaltung, die GWG Wohnungsgesellschaft Naumburg, den Naumburger Innenstadtverein, die Hochschule Merseburg, dieDAS/Design Akademie Saaleck, die Stadtbibliothek, das Kunstwerk Turbinenhaus, das Nietzsche-Dokumentationszentrum, das Theater Naumburg, das Café Zille, das Architektur- und Umwelthaus, Naumburger Töpfermuseum, den BeLK e. V. und das Domgymnasium. Die Kooperationen mit dem Musikerstammtisch e.V. und der Steinmeister Band erwiesen sich als ausschlaggebend für die Einbindung der Naumburger Musikszene. Die Unterstützung der Vereinigten Domstifter zu Merseburg und Naumburg und des Kollegiatstifts Zeitz ermöglichte die Konzerte im Domgarten sowie spezielle Führungen.

Im Kontext des Netzwerkausbaus für die Naumburger KKW ist auch die Einbindung des Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V. (KWSA), von Kreatives Sachsen, neuland gewinnen e.V. und auch der Kölner KulturPaten zu nennen. Das ermöglicht eine vielschichtige Vernetzung und Weiterführung entstandener Impulse für die hiesige KKW über Naumburg hinaus im Kontext von erhöhter Sichtbarkeit, Netzwerkausbau und Professionalisierung (mit Hochschulanbindung) sowie

für die Verortung im Zusammenspiel mit der Soziokultur und ehrenamtlichem Engagement in Naumburg selbst.

Wünschenswert ist eine Fortsetzung der Kooperationen im Sinne des kulturellen und touristischen Angebots der UNESCO-Welterbestadt und -region. Eine Koppelung mit anderen Wirtschaftsbranchen konnte mit dem Festival leider nur in relativ geringem Maße erfolgen. Auch hier sind Einschränkungen durch die Pandemie zu verzeichnen, was zu einer Terminierung des Festivals im September führte - der Zeit der Weinlese.

Bei einer Neuauflage des Festivals wäre somit ein Zeitpunkt außerhalb der Weinlese anzuraten. Dies würde eine intensivere Zusammenarbeit mit Winzer:innen und Winzervereinigungen ermöglichen, in Koppelung mit tourismuswirtschaftlichen Aktivitäten.

1.3.6 ZUSAMMENSPIEL ZWISCHEN STADTVERWALTUNG UND KKW VERBESSERN

Die geführten Gespräche mit der Stadtverwaltung während und nach dem Festival zeigen, dass dieses auch hier durchweg als Erfolg gewertet wird. Das Feedback zur Presse- und Öffentlichkeitswirksamkeit ist gemischt. Als positiv bewertet wurden unter anderem die Vielfalt und Qualität der Exponate in der Ausstellung, das abwechslungsreiche Programm und die lockere, offene Atmosphäre.

Die konkrete Planung konnte erst spät starten. Es gab erhebliche Probleme dabei, eine geeignete Immobilie zu finden. Das gestaltete sich schwieriger als erwartet. Dass dann mehrere Spielorte gewählt wurden, war Teil des Risikomanagements während der laufenden Pandemie. Zusätzlich konnten Maßnahmenänderungen für das Festival seitens der EU erst relativ spät genehmigt werden.

Trotzdem konnten auch mehrere experimentelle Veranstaltungsformate erfolgreich umgesetzt werden, die einer erhöhten Planung, inklusive behördlicher Genehmigungen, bedurften (z. B. *Kunstatomat* oder *24 Stunden Camp im Stadtpark*). Festivalteam und Stadtverwaltung empfehlen für zukünftige Festivals längere Planungshorizonte mit regelmäßigen Vorbereitungstreffen. Gleichzeitig wünschen sich zahlreiche Beteiligte am Festivalprogramm, sowohl die KKW als auch Studierende der Hochschule Merseburg, eine klarere Benennung von Ansprechpartner:innen und Verantwortlichen in der Stadtverwaltung. Hier wurde auch in den Interviews mit Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung eine eindeutige Zuordnung von Verantwortlichkeiten und Prozessen gewünscht.

An dieser Stelle zeigen sich durchaus Bezüge zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Diese sind auch im Kontext einer übergeordneten Herausforderung für die Stadt Naumburg und den Burgenlandkreis, bzw. den Saale-Unstrut Tourismus zu sehen. Hier wäre zu prüfen, inwieweit der Informationsaustausch (sowohl die Arbeitsabläufe, als auch die Dateninfrastruktur) optimiert werden kann, um Informationsflüsse sinnvoll zu kanalisieren. Ziel wäre es, die Vielfalt an Veranstaltungen und kulturellen wie kreativen Aktivitäten der Region überschaubar zu kommunizieren und weit zu streuen. Die beschriebene Vielfalt könnte dann eine stärkere tourismuswirtschaftliche Rolle spielen.

1.3.7 LEERSTÄNDE AUF IHRE (KOSTENGÜNSTIGE) NUTZBARKEIT FÜR DIE KKW TESTEN

Die Nutzung des Leerstands im ehemaligen „Freizi“, Heinrich-von-Stephan-Platz 1, wurde ermöglicht durch das Zusammenwirken der Stadtverwaltung und der GWG Wohnungsgesellschaft Naumburg mit den Naumburger Kultur- und Kreativschaffenden, koordiniert und moderiert vom Team des STIMULART Pop-Up Festivals.

Die Ausstellung *Inspirationsraum Leerstand* wurde von allen Seiten als positiv bewertet und als gelungen betrachtet, sowohl seitens der vielen Besucher:innen als auch seitens der Kreativen und Veranstalter:innen.

Einige Kreative haben mit Abschluss des Festivals eine Vereinsgründung angestoßen, die eine nachhaltige Nutzung des Gebäudes durch die Naumburger KKW zum Ziel hat. Die Erstellung eines Nutzungs- und Wirtschaftskonzeptes ist auf dem Weg. Die Gruppe steht diesbezüglich im Austausch mit dem Oberbürgermeister und der Stadtverwaltung: Eine sehr positive Entwicklung. Dafür gilt es, weitere Unterstützer:innen in und um Naumburg zu gewinnen.

Rückwirkend betrachtet ist die Anzahl der Spielorte des Festivals bei derart knappen Personalkapazitäten problematisch. Das wurde bereits früh gesehen und diskutiert. Aufgrund der mangelnden Planbarkeit durch die Pandemie entschied man sich trotzdem für die größere Anzahl an Spielorten mit Outdoor-Aktivitäten, um im Falle erhöhter Corona-Auflagen trotzdem eine Mindestzahl an Veranstaltungen durchführen zu können. Andererseits hat dies aber die Wahrnehmung insgesamt erhöht und einige Potenziale offenbart. So hat der Dreiklang der Örtlichkeiten zwischen „Kreativhaus“/„Freizi“, Marientor und Stadtpark durchaus Potenzial. Auf die Veranstaltungen im Stadtpark hat insbesondere jugendliches Publikum positiv reagiert. Hier könnten zukünftige Formate ansetzen, um jugendliches Publikum in stärkerem Maße anzusprechen.

In Anbetracht des organisatorischen Aufwands würde sich zukünftig eine stärkere örtliche Fokussierung des Festivals empfehlen. Eine Ausstellung ist als Ankerpunkt gut geeignet. Studentische Beiträge sollten wegen des relativ hohen Aufwands auf zwei bis drei Projekte beschränkt werden.

1.3.8 NEUE VERANSTALTUNGSFORMATE AUSPROBIEREN

Hier sind vor allem die bereits oben genannten sieben Programmpunkte zu nennen, die durch die Studierenden der Hochschule Merseburg geplant und umgesetzt wurden. Sie erwiesen sich für den offenen, spielerischen Ansatz des Festivals als sehr wichtig: Die Studierenden hatten einen unvoreingenommenen Blick auf die Stadt und konnten dadurch frei agieren. Zudem waren viele der Naumburger Künstler:innen und Kreativen so sehr mit den Vorbereitungen der Ausstellung oder von Auftritten ausgelastet, dass ihnen zu wenig Zeit zur Gestaltung neuer, experimenteller Formate blieb. Etliche von ihnen zeigten sich aber sehr offen für die Beteiligung an den studentischen Beiträgen: So beteiligten sich fünf von ihnen am *Kunstautomaten* und zwei bei der

Jamsession / Improvisation in Klang und Farbe im Kunstwerk Turbinenhaus. *Do it yourself - 24 Stunden Stadt im Park* fragte die Bürger:innen der Stadt interaktiv nach Ideen, Wünschen und Visionen für Naumburgs Zukunft während das *Speed-Dating* im Marientor den Dialog zwischen Kreativen, Verwaltung und Privatwirtschaft zum Ziel hatte.

1.4 GESAMTLEISTUNG DES ORGANISATIONSTEAMS

Ein sehr kleines Projektteam von drei Personen und zwei Praktikantinnen stellte unter den schwierigen Bedingungen der Pandemie ein beachtliches Festival auf die Beine gestellt. Das war so Dank des großen Engagements der beteiligten Künstler:innen und Kreativen in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und weiteren Stakeholdern möglich. Diverse Stakeholder aus der KKW, der öffentlichen Verwaltung, dem Bildungs- und Sozialbereich bis hin zu ehrenamtlichen Strukturen wurden, wie oben beschrieben, einbezogen. Die Budgetplanung wurde eingehalten. Diese Leistung des Projektteams ist insgesamt sehr positiv zu bewerten.

2. METHODIK

Die angewandte Methodik der Erfolgsstudie gliedert sich in zwei Bereiche:

Quantitative Erfassung:

- Erfassung der Anzahl der Veranstaltungen
- Erfassung der Zuschauer:innenzahlen des Festivals / der Veranstaltungen (soweit möglich, z. T. Schätzungen)
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Anzahl der Zeitungsartikel, weiterer Medienberichte im Rundfunk und den sozialen Medien (z. B. Facebook Posts, Anzahl Follower, etc.)
- Einhaltung des Budgets: Soll-Ist-Vergleich der Budgetzahlen mit den tatsächlichen Kosten

Qualitative Erfassung:

- Abfrage bei beteiligten Künstler:innen und Kreativen vor dem Festival per E-Mail
- Auswertung von Feedbackbögen von Besucher:innen der Ausstellung „Inspirationsraum Leerstand“
- Momentaufnahmen in Form von Rückmeldungen/Zitaten insbesondere von beteiligten Kreativen, Publikum, Lehrbeauftragten und Professor:innen der Hochschule und auch vom Oberbürgermeister während des Festivals
- Teilnehmende Beobachtungen bei dem überwiegenden Teil der Veranstaltungen
- Strukturierte Interviews nach dem Festival mit Kreativen (sechs), Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung (drei: Sachgebiete Kultur, Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung und Bau) sowie mit Studierenden der Hochschule Merseburg (vier Interviews mit vier Teams, insgesamt zehn Studierende) während und nach dem Festival.
- Auswertungsgespräche mit den Mitgliedern des Projektteams (drei) und einer Lehrbeauftragten der Hochschule Merseburg
- Abschlussbericht der Festivalleitung
- Erkenntnisse aus je einem Workshop mit beteiligten Kreativen und weiteren Stakeholdern vorab am 16.07.2021 und danach am 19.11.2021 (mit Präsentation von Zwischenergebnissen der Erfolgsstudie des Pop-Up Festivals gefolgt von Diskussionen zu Chancen der Fortführung des Festivals sowie Vorstellung und Diskussion zum Planungsstand des Zentrums für die Naumburger KKW im ehemaligen „Freizi“ und der Gründung des dazu gehörigen Vereins)

Die Kombination quantitativer und qualitativer Daten erfordert in der Regel erhöhten zeitlichen Aufwand in der Aufbereitung des Materials im Sinne einer transparenten Datengrundlage und deren Vergleichbarkeit. Der Schwerpunkt liegt in diesem Fall bei der qualitativen Analyse, wobei die Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven dazu beitragen soll, ein möglichst differenziertes und vielschichtiges Bild des Naumburger Pop-Up Festivals zu generieren. Das gehört zur angewandten Forschungsstrategie, die auch als Triangulation bezeichnet wird.

3. AUSWERTUNG

3.1 REAKTIONEN DER KÜNSTLER:INNEN UND TEILNEHMENDEN AKTEURE

3.1.1 REAKTIONEN DER TEILNEHMENDEN AKTEURE DER NAUMBURGER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Workshop vorab - Reflektion einer kritischen Grundhaltung gegenüber STIMULART

Praktische Fragen und konkrete vorbereitende Maßnahmen wurden im Workshop unter Leitung von Festivalmanagerin Katja Berger sehr konstruktiv behandelt. Auf konkrete Maßnahmenvorschläge der Studierenden der Hochschule Merseburg wurde teilweise sehr positiv reagiert, beispielsweise die Idee des Kunstautomaten.

Sehr viel kritischer war es bei Erwartungen an das Festival in Bezug auf eine längerfristige Strategie für die Kultur- und Kreativwirtschaft Naumburgs. Hier zeigte sich eine tief sitzende, lang genährte Frustration über eine mangelnde Wertschätzung der Akteur:innen der freien Szene durch die Stadtverwaltung. Diese Frustration und nicht ausgetragene Konflikte brachen im Verlauf von STIMULART auf. So offenbarten sich ein weiteres Mal auch kommunikative Missverständnisse und Erwartungshaltungen eines Teils der Naumburger Kreativszene an das STIMULART-Projekt, die das Projekt selbst nicht erfüllen kann - und worauf es auch nie ausgelegt war.

Rückwirkend betrachtet scheint dies auch mit der Kommunikation und dem Erwartungsmanagement an das Projekt in dessen Anfangsphase zusammen zu hängen. Der Unterschied zwischen kultur- und kreativwirtschaftlichen Fragen im Vergleich zur öffentlichen Kulturförderung und zum Begriff der „hehren Kultur“ wurde möglicherweise nicht eindeutig geklärt. Andererseits scheint bei einem Teil der Kreativszene auch keine Bereitschaft dazu bestanden zu haben, eine kulturwirtschaftliche Sichtweise überhaupt zu akzeptieren. Etliche Akteure empfanden, wie bereits erwähnt, eine mangelhafte Wertschätzung ihres künstlerischen, kreativen und soziokulturellen Engagements durch die Stadt Naumburg. Bereits im Sommer 2020 brach dieses Konfliktpotenzial und eine Widerständigkeit gegenüber dem Projekt innerhalb eines Workshops auf. Dem konnte im Laufe der Pandemie nur schwer begegnet werden, da viele Angebote nur online stattfinden konnten, so dass informelle Gespräche kaum möglich waren. Es entstand eine Eigendynamik, die viele Tätigkeiten des Projektteams und des Projekts scheinbar in ein negatives Licht rückte. Online-Workshops und -Meetings, unter anderem mit Beteiligung des KWSA und von Feldstärken, wurden auch deshalb angesetzt, um den Kommunikationsfluss aufrecht zu erhalten. Sie trafen leider nur auf recht überschaubare Resonanz in der Kreativszene. Die Einstellung vieler Kreativer gegenüber

STIMULART war vor dem Festival äußerst kritisch. Auch die Entwicklungschancen, die in der STIMULART GAP-Analyse und dem Mapping beschrieben wurden, sind bis dahin wohl kaum wahrgenommen worden.

Die Erwartungshaltungen waren einerseits äußerst skeptisch und destruktiv. Andererseits entstand daraus, auch durch klare Signale des neuen Oberbürgermeisters, ein neuer Dialog zwischen Kreativszene und Stadtverwaltung. So konnte dieser Konflikt vor Beginn des Festivals zumindest in eine konstruktive Richtung gelenkt werden.

E-Mail-Abfrage vorab

Eine E-Mail-Abfrage zu den Erwartungen vor Festivalbeginn führte nur zu einem schmalen Echo. Insgesamt gab es ein Feedback von sieben Personen in sechs E-Mails. Die Erwartungen an das Festival klangen hier sehr überschaubar und bezogen sich auf intensiveres Kennenlernen zwischen den Beteiligten, verbessertes Netzwerken und erhöhte Sichtbarkeit und der damit verbundenen Hoffnung auf vielseitige Begegnungen, aber auch das große Potenzial für die Naumburger Kultur.

Als Erfolgsfaktoren wurden im Wesentlichen die folgenden Aspekte genannt:

- Spaßfaktor, erzielter Umsatz, Netzwerkausbau
- neue Konzepte Ideen und Menschen
- Hoffnung auf das Netzwerk und Werbewirksamkeit des Festivals
- hohe Besucher:innen zahl, Mitwirkung von regionalen Künstlern und Bands, in Zukunft erhöhter Stellenwert der Musik und Kunstszene bei der Stadtverwaltung Naumburg, in Zukunft mehr Möglichkeiten und Unterstützung von regionalen Events mit Räumen, Locations und deren Akzeptanz
- familiärer Rückhalt, Chancenintelligenz, Leidenschaft, Offenheit, Glück
- eine dauerhaft aktiv gelebte Kultur, beispielsweise erkennbar an der Entstehung eines Kreativhauses.

Der Bekanntheitsgrad des Pop-Up Festivals wurde als relativ gering eingestuft und mehr Werbung gewünscht. Begegnungen und Kontakte im Vorfeld wurden als wenig relevant eingestuft, weil man an vorherigen Aktionen nicht teilgenommen hat oder vorgelagerte Aktivitäten als wenig hilfreich eingestuft wurden. Lediglich eine Stimme empfand sie als sehr hilfreich.

Feedback während und nach dem Festival

Mit Beginn des Festivals war zunächst bei den beteiligten Künstler:innen der Ausstellung „Inspirationsraum Leerstand“ eine deutlich positivere Stimmung zu spüren. Einzelne Beteiligte bestätigten, wie erleichtert sie seien, endlich wieder in einem größeren Kontext ausstellen zu können und Resonanz seitens der Kolleg:innen und des Publikums zu bekommen. Großartige Erwartungen habe man keine, aber es sei schon relativ viel Aufwand. Trotzdem wünschte man sich natürlich Verkäufe, Aufträge und dass sich die Rahmenbedingungen insgesamt verbessern, beispielsweise durch mehr Ausstellungsräume, dass zukünftig das Schlösschen auch für Künstler

geöffnet werde oder dass bei den Ausstellungen im Rathaus Aufwandsentschädigungen gezahlt würden.

Einige Interviewzitate verdeutlichen die Erwartungen und Eindrücke zum Festival:

„Ich war erstaunt über die Resonanz und habe auch etwas verkauft. (...) Es gab neue Kontakte. Es ist jetzt aber noch nicht klar, ob das weiter trägt.“

„Leider habe ich nichts verkauft. Gespräche sind aber in Gang gekommen, auch Verkaufsgespräche. Schwellenängste waren da (...) Es ist nicht das Publikum, das sonst zur Kunstmesse kommt. Von meinen „Liebhabern“ war kaum jemand da. Das waren für mich neue Leute, was auch positiv ist.“

„Ich fühlte mich gut aufgehoben. (...) Ein Lob an Katja, Eva und Nicola für die Organisation.“

„Ja, meine Erwartungen haben sich schon erfüllt, allerdings hatte ich mir mehr Resonanz überregional erhofft. Die Besucher kamen hauptsächlich aus der Naumburger Umgebung. Es gab zu wenig Werbung überregional. (...) Es waren hauptsächlich alte Kontakte und Besuchergespräche.“

„Das Festival war gelungen. Wir haben im Nachhinein auch etwas verkauft. Es sind ein paar gute Connections dabei herausgekommen. (...) PR und Werbung hat gefehlt. Hätte besser sein können.“

„Das war doch richtig cool und schnuckelig. Und ich habe auch neue Menschen kennen gelernt.“

„Ich habe mir nicht viel darunter vorgestellt und hatte wenig Erwartungen. (...) In dem Moment, als es losging, war ich extrem begeistert.“

Es ließ sich ein im besten Sinne wertschätzender und kollegialer Umgang miteinander feststellen. Das bezog sich auch auf die inklusiven Aktivitäten von Michael R. Dyroff. Er präsentierte eine Auswahl von Bildern aus seinen Kreativkursen im Kunsthaus Lukas.

„Wie mit meinen Leuten aus dem Kunsthaus umgegangen wurde, das ist gelebte Inklusion - ein Zeichen dafür, dass es geht und es kein „Mitleidskram“ ist.“

Es ergaben sich vielfach Gespräche mit den Besucher:innen und ein Austausch zwischen den beteiligten Kreativen, wobei sich auch Ideen und Möglichkeiten zu neuen Kooperationen ergaben. Weiterhin kam mehrfach die Rückmeldung, dass ein für Naumburg typisches kulturbegeistertes Publikum bürgerlicher Prägung nicht so stark vertreten war.

Rückblickend wurde das Festival in Interviews auch als *„erfrischend, inspirativ, wertvoll, chaotisch, neugierig, fröhlich, überraschend positiv, im positiven Sinne interessant“* mit viel *Neuem bei gutem Zusammenhalt* beschrieben.

Damit ist ein positiver Ausgangspunkt für die notwendige Verbesserung der innerstädtischen und regionalen Beziehungen gegeben. Trotzdem äußerten fast alle Künstler:innen und Kreativen den Wunsch nach mehr Werbung für das Festival und beklagten eine zu geringe Wahrnehmung in Naumburg und in der Region.

Ein sehr vorsichtiger Optimismus zeigte sich auch im Rahmen des Workshops am 19.11.2021 im Nietzsche-Dokumentationszentrum. Nach Vorstellung und Diskussion zum Zwischenstand dieser Evaluation wurden bei Betrachtung des Festivalbudgets die Chancen zur Neuauflage des Festivals diskutiert, auch für den Fall, dass die Stadt zukünftig keine finanziellen Zuschüsse beitragen kann. Darüber hinaus wurde von Martina Kiepe und Anna Eckert der aktuelle Stand des Nutzungs- und Wirtschaftskonzept für Teile des ehemaligen „Freizi“ vorgestellt und diskutiert. Ein zugehöriger Verein ist auf dem Wege der Gründung. Beides lässt sich als positives Ergebnis des Festivals und von STIMULART sehen.

3.1.2 REAKTIONEN DER STUDIERENDEN UND DOZENT:INNEN DER HOCHSCHULE MERSEBURG

Die Studierenden der Hochschule Merseburg waren an Planung und Umsetzung von sieben Formaten beteiligt:

- „Improvisation in Klang und Farbe“
- „Speed-Dating“
- „Ethnografische Erkundungen“
- „Schnitzeljagd“
- „Kunstautomat“
- „Do it yourself - 24 Stunden Stadt im Park“
- „Video - und Klanginstallation“

Darüber hinaus setzte sich ein Team mit dem Thema Öffentlichkeitsarbeit auseinander. Die Studierenden erstellten den Festivalflyer und haben Beiträge für die Social-Media-Kanäle vorbereitet und veröffentlicht. Dabei ging es besonders um die Vorstellung der Veranstaltungen vor dem Festival und täglich während des Festivals. Der Flyer entsprach einem zeitgemäßen Design und griff die Farbgestaltung von STIMULART auf. Es wurde jedoch vielfach die mangelnde Übersichtlichkeit wegen einer einheitlichen und klaren Terminübersicht bemängelt. Das hatte auch die Festivalleitung in der Entwurfsphase kritisiert, aber eine Änderung nicht durchgesetzt.

Seitens der Hochschule war die Lehrbeauftragte Sandra Plessing für die meisten Projekte und Aktivitäten ansprechbar, inklusive der Abstimmung mit dem Festival-Team. Darüber hinaus wurde das Audio-Projekt von Kai Köhler-Terz, das Filmprojekt von Frank Venske und die Ethnographischen Erkundungen von Prof. Dr. Stefan Meißner betreut.

Gespräche mit den Teams der Studierenden fanden zum Teil während des Pop-Up Festivals statt und teilweise auch in Form von Online-Nachbesprechungen per zoom. Relativ kontinuierlichen Kontakt gab es vor, während und nach dem Festival zu Sandra Plessing. Sie war am besten ansprechbar und fungierte als wichtiger Kommunikations- und Koordinationskanal. Einerseits haben die studentischen Aktivitäten das stark geforderte STIMULART-Projektteam entlastet, andererseits aber auch den Koordinationsbedarf erhöht. Nach Aussage der Festivalleitung habe man sich mit der Vielzahl der studentischen Projekte schon ein Stück weit übernommen. Tatsächlich hätten sich die Studierenden mehrfach ein schnelleres und direktes Feedback von der Projektleitung gewünscht. Das hat vereinzelt zu Verzögerungen in den Abläufen geführt.

Umgekehrt hätte sich das Organisationsteam des Festivals frühere und besser aufbereitete Informationen durch die Studierenden gewünscht, insbesondere für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Kooperation mit der Stadtverwaltung wurde seitens der Studierenden zum großen Teil als sehr gut bzw. als gut bezeichnet. An manchen Punkten war die Standortplanung schwierig (z. B. beim Kunstautomaten) bezüglich der Klärung der richtigen Ansprechpartner:innen und Abläufe bei der Stadt. Hier wäre eine frühzeitigere Planung mit früherer Ansprache der Stadtverwaltung zielführender gewesen. Das wurde auch von Mitarbeiterinnen der Stadtverwaltung so gesehen. Bedingt war dies teilweise durch die Ungewissheiten und notwendige Planungskorrekturen im Rahmen der Pandemie.

Insgesamt sind die Beiträge der Studierenden als qualitativ hochwertig anzusehen. Sie haben das Festival mit innovativen Formaten und neuen Perspektiven bereichert, insbesondere für das jüngere Publikum. Das verdient auch insofern besondere Anerkennung, da das Festival in den Semesterferien stattfand. So ein Engagement der Studierenden ist nicht selbstverständlich. Teilweise hat die Organisation über die Hochschulprojekte die Abläufe für die Stadtverwaltung, das Festival-Team und die beteiligten Künstler:innen auch komplizierter gemacht. In der Gesamtsicht ist das Ergebnis sehr positiv.

Positiv zu bemerken ist weiterhin, dass der Kunstautomat und die Schnitzeljagd über das Festival hinaus bestehen bleiben.

Dezidierte Rückmeldungen der Studierenden zu ausgewählten Programmpunkten

Team Kunstautomat

Die drei Studentinnen, die das Projekt geplant und umgesetzt haben, Laura Streuber, Amélie Fromm und Ann-Luise Schmidt, zeigten sich beim Gespräch direkt nach der „Enthüllung“ des Kunstautomaten zunächst dankbar dafür, dass Naumburger Künstler:innen auf sie zugekommen sind und zum Mitmachen bereit waren. So sind Angelika Kunze, Ulrike Hilgenberg, Anne Eckert, Sabine Ebert und Matthias Schöneburg mit kleinen „Kunstwerken für die Hosentasche“ vertreten. Aber auch Künstler:innen der Partnerstadt Aachen haben Arbeiten für den Kunstautomaten zur Verfügung gestellt.

Die Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung bezeichneten die Studierenden als mühsam, insbesondere bzgl. der Standortwahl, da etliche Gesichtspunkte zu berücksichtigen waren und mehrere Abteilungen, inklusive des Denkmalschutzes, angesprochen werden mussten. Es brauchte etwas Anlaufzeit, bis sie die passenden Ansprechpartner:innen fanden und die Abläufe verstehen konnten. Ein Stück weit ist dies auch als wertvoller Teil des Lernprozesses für die Studierenden zu sehen.

Die Zusammenarbeit mit dem STIMULART-Team und die Unterstützung durch Sylvia Kühl vom City-Management wurden positiv hervorgehoben. Von Ihrer Dozentin fühlten sie sich dabei gut betreut und auch in der Kommunikation mit dem Festival gut unterstützt. Überraschend war für

sie, dass das Festival mit zehn Tagen recht lang war, eine so große Vielfalt präsentierte und dass ihr Projekt in einem Radio-Interview beschrieben wurde.

Als ärgerlich empfanden sie die Beschädigung des Kunstautomaten durch Vandalismus, weshalb ein Standortwechsel in Betracht gezogen werden könnte oder eben, wie bereits angedacht, die Ergänzung des Automaten durch ein offenes Bücherregal in graffiti-Design, um den Standort als öffentlichen Kulturort in der Stadt zu etablieren.

Improvisation in Klang und Farbe / Jamsession

Seitens des Turbinenhauses (Technik) kam der Hinweis, dass die Studierenden der Hochschule Merseburg, die die Veranstaltung planten und in der Umsetzung betreuten, noch viel zu lernen haben, wozu eine solches Projekt ja auch dienen soll.

In der Online-Nachbesprechung zeigten sich die Studierenden sehr dankbar für die gute Zusammenarbeit mit dem Kunstwerk Turbinenhaus. Hier gab es eine Reihe von praktischen Hinweisen und auch Erinnerungen daran, worauf in der technischen Planung aber auch in der Organisation zu denken ist. Hier sahen die Studierenden für sich selbst große Lerneffekte mit einem schönen Ergebnis.

Als besonderes Erlebnis beschrieben die drei Gesprächspartner:innen, Franziska Pilz, Alice Leblanc und David Leutkart, die Neugier der beteiligten Künstler:innen und deren Zusammenspiel.

Do it yourself - 24 Stunden im Park

Während eines Gespräches zum Abschluss des Camps am Sonntagmittag betonten die Studierenden, dass insgesamt eine „super Stimmung“ geherrscht habe. Abgesehen von der dezidiert erklärten Nachtruhe seien (bis 24 Uhr) durchgehend Besucher:innen vor Ort gewesen. Die Gespräche am „Wohnzimmertisch“ unter der Plane des Pavillons sollten eine gute Gesprächsatmosphäre schaffen. Dieses Konzept ist offensichtlich aufgegangen. Es gab zahlreiche konstruktive Ideen für die Zukunft der Stadt. Über dem aufgestellten Papierschredder, gedacht zur Frustabladung, hing der schriftliche Hinweis: „Hier kannst Du alles entsorgen, was Deiner Ansicht nach für immer verschwinden soll“. Der Schredder wurde nach Aussage der Studierenden aber kaum genutzt. In die Recyclingtonne daneben konnte das geworfen werden, was nach Ansicht der Besucher:innen eine zweite Chance verdient hat.

Als besonderes Erlebnis wurde ein Gespräch mit drei etwa 18-jährigen Jugendlichen genannt, die sich beispielsweise einen Nachtkiosk im Park, auch als Begegnungsort, gewünscht hätten. Hier kam auch die Frage auf: „Wie können wir denn sowas selber machen?“

Einzelne Stellungnahmen und Ideen konnten auf Textblätter und Karten geschrieben werden, um sie dann laminiert und teils mit Foto an einer Wäscheleine aufzuhängen. Einige Kommentare wünschten sich, dass das Angebot für Jugendliche in Naumburg erhöht wird. Ein Beispiel: „Allgemein wünsche ich mir, dass es in Naumburg mehr für die Jugend gibt. (...) Naumburg ist langweilig! Die komplette Stadt fühlt sich an, als wäre sie für alte Menschen geschaffen. Das ist meiner Meinung nach auch der Grund, dass hier so viel Quatsch gemacht wird. Lebt bunter und

wilder!“ (Mit dem erwähnten „Quatsch“ besteht hier wohl leider auch ein Bezug zum Vandalismus am neu installierten Kunstautomaten.)

Die Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung wurde von den Studierenden als sehr freundlich und konstruktiv beschrieben. Für die Zukunft würden sie sich wünschen, dass die Idee und das Format des Camps in Naumburg weiterentwickelt wird.

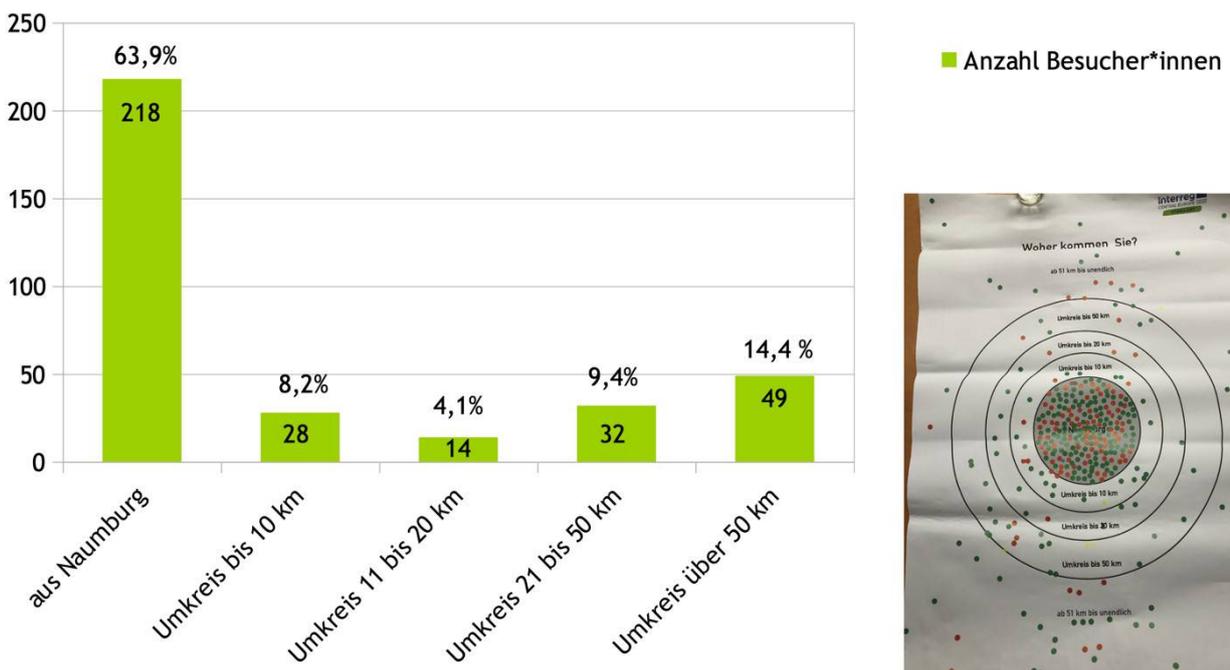
Prof. Dr. Stefan Meißner, der die Medienprojekte betreute, war am Sonntagmittag zum Abschluss des 24-Stunden-Camps ebenfalls vor Ort und lobte die Zusammenarbeit mit dem sehr zugewandten Organisationsteam des Festivals. Man sei wegen Corona erst sehr spät vor Ort gewesen, aber dann habe alles gut geklappt. Gemäß seiner Einschätzung, und der einer anwesenden Kollegin, ist es mit dem Camp gelungen, Räume für Gespräche zu schaffen. Der Kommunikationsbedarf der Menschen sei da. Offenbar habe es bei einigen Naumburger Bürger:innen auch ein zwiespältiges Gefühl zum Stadtpark gegeben, das davon abhält, einfach mal in den Park zu kommen und mal zu gucken, was da passiert.

3.2 REAKTIONEN DER BESUCHER:INNEN / DES PUBLIKUMS

Besucherkzahlen und -reaktionen zur Ausstellung „Inspirationsraum Leerstand“

Insgesamt wurden 449 Besucher:innen im Verlauf der Ausstellung gezählt (inklusive der Eröffnung). Auf dem großen Kreisdiagramm neben dem Eingang haben 341 von ihnen mit Punkten die Distanz zu ihrem Wohnort hinterlassen.

Abb. 3.1.2: Herkunft der Besucher:innen



49 Besucher:innen hatten eine Anreise von mehr als 50 km (14,4%)

32 Besucher:innen hatten eine Anreise von 21 bis 50 km (8,2%)

14 Besucher:innen hatten eine Anreise von 11 bis 20 km (4,1%)

28 Besucher:innen kamen aus der Naumburger Umgebung bis 10 km (8,2%)

218 Besucher:innen aus Naumburg selbst (63,9%)

Exakt 100 Besucher:innen haben die Feedbackbögen am Ausgang ausgefüllt. Hier wurde ebenfalls nachgefragt, woher die Besucher:innen kommen bzw. aus welcher Entfernung sie angereist sind. Offensichtlich waren Besucher:innen der Ausstellung, die aus größerer Entfernung anreisten, deutlich „fleißiger“ im Ausfüllen der Fragebögen. So wird in 23 von 100 ausgefüllten Fragebögen eine Anreise von mehr als 50 km Entfernung angegeben, was einem Anteil von 23% entspricht.

Im Verlauf der Ausstellung ergaben sich vielseitige, auch überraschende Gespräche, beispielsweise mit zwei fachkundigen Besuchern aus München, die auf persönliche Einladung zur Ausstellung gekommen sind und gegenwärtig überlegen, nach Naumburg zu ziehen.

Erstaunen wurde immer wieder über die Vielfalt der Kunstwerke und der Naumburger Szene geäußert. Hier bezogen sich 57 Nennungen in den Freitextfeldern der 100 ausgefüllten Feedbackbögen auf den Aspekt der Vielfalt der Exponate und der beteiligten Künstler:innen. Andere lobten die Größe und die offene Form der Ausstellungsgestaltung. Die Wiederbelebung der leer stehenden Räumlichkeiten wurde ebenso positiv bewertet, wie die Atmosphäre und die Gesprächsmöglichkeiten mit den Künstler:innen, wobei eine Stimme hier auch von Schwellenangst im Umgang mit den Künstler:innen sprach.

Bei Fragen nach Verbesserungsvorschlägen wurde ebenfalls viel Lob geäußert, aber auch auf Verbesserungspotenzial hingewiesen, z. B. hinsichtlich Musik bzw. musikalischer Untermalung in den Ausstellungsräumen, bezüglich Audio-Beispielen zur Erklärung, Wunsch nach weniger Treppen (Barrierefreiheit), nach mehr Installationen und Außeninstallationen, mehr Moderne, stärkerer Einbindung von Kunstlehrer:innen und Schulen, mehr Werbung und Sichtbarkeit in der Stadt, nach übersichtlicheren Festival-Flyern, überregionaler Werbung, zusätzlichen Café-Öffnungszeiten und stärkerer Präsenz der Künstler:innen an den Werktagen, einer kontinuierlichen Fortsetzung, nach mehr regelmäßigen Ausstellungen wie hier oder Dauerausstellungen mit wechselnden Werken. Die positiven Stellungnahmen überwogen ganz deutlich und etliche der Feedbackformulare enthielten am Schluss diverse Smileys, Herzchen, einen strahlenden Stern oder kleine Skizzen als Sympathiebekundung. Mehrfach fanden sich Zitate wie „tolle Aktion“, „weitermachen“, „weiter so“, „Danke!“ „sehr interessant“, „einfach schön“ und „Es war einmal etwas anderes hier in Naumburg.“ Einige Stimmen bezogen sich auch auf das Festival insgesamt. Eine dezidierte Auflistung der Stellungnahmen in den Freitextfeldern der 100 ausgefüllten Feedbackbögen findet sich im Anhang. Einzelgespräche während der Ausstellung mit Besuchern spiegelten ein ähnliches Feedback.

3.3 LEISTUNG DES PROJEKTTEAMS

Organisatorische Herausforderungen:

Trotz der Vielzahl der Veranstaltungen gab es nur wenige Überschneidungen im Festivalprogramm. Auch aufgrund der Pandemie wurde die Anzahl der geplanten Spielorte erhöht, um im Falle erhöhter Auflagen zumindest Outdoor-Veranstaltungen durchführen zu können. Das Team war dafür generell unterbesetzt. Das Pop-Up Festival wurde mit nur drei Personen und zwei Praktikantinnen geplant und umgesetzt. Demografisch betrachtet ist die Altersgruppe zwischen 18 und 28 in Naumburg unterrepräsentiert. Es fehlte somit an jungen Menschen, die als Praktikant:innen oder ehrenamtliche Helfer:innen in das Festival hätten eingebunden werden können. Positiv hervorzuheben ist das Engagement von Schüler:innen des Abiturjahrgangs des Domgymnasiums und des Belk e.V., die an den Wochenenden das Festival-Café betrieben. In diesem Kontext sind auch die Merseburger Studierenden ein Mehrwert gewesen.

Bestimmte organisatorische Entscheidungen wurden nach Aussage der Festivalleitung, als auch von Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung, teils Pandemie bedingt, zu kurzfristig getroffen. Hier handelte es sich beispielsweise um:

- Anmeldeprozedere/Ticketing.
- Das Fehlen eines frühzeitig angesetzten abteilungsübergreifenden Jour Fixe mit der Stadtverwaltung im monatlichen Rhythmus: Vier bis sechs Monate vor dem Festival hätten solche Treffen beginnen sollen, um Ideen und Meinungen zum Programm, zum Marketing und konkreten Umsetzungsplanungen auszutauschen (bspw. zu Aspekten des Denkmalschutzes etc.).
- Mangelnde Aufmerksamkeit mit zu geringen Kapazitäten für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - auch langfristiger im Vorfeld des Festivals. Print-Materialien wie Flyer und Plakate für einzelne Programmpunkte erscheinen rückwirkend betrachtet als sinnvoll. (Mehr dazu unter 3.5)

Pandemie und EU-Genehmigungsverfahren haben die Abläufe verzögert und das Planungsrisiko erhöht. Es hätte an dieser Stelle zur Führungsverantwortung der Projektleitung gehört, ab März 2021 regelmäßige abteilungsübergreifende Planungstreffen voranzutreiben - sei es nun analog oder digital. Hier fehlte es an Struktur.

Insgesamt ist dem Projekt- und Festivalteam jedoch ein Kompliment auszusprechen. Die Planung und Umsetzung fanden unter schwierigen Bedingungen statt. Allein der bürokratische Aufwand zur Durchsetzung, d. h. Benennung und Genehmigung des Festivals als Pilotprojekt führte zu einem deutlichen bürokratischen Mehraufwand, der auch einen Teil der angesprochenen zeitlichen Verzögerungen verursachte. Die Umsetzung unter Pandemie-Bedingungen kam erschwerend hinzu. Gleichzeitig bestand bei einem Teil der Naumburger Künstler- und Kreativszene eine unrealistische Anspruchshaltung an das Projekt, was zu einer destruktiven Grundhaltung führte, die im Hintergrund auch kommuniziert wurde. Der Wechsel in der Projektleitung verschärfte die Situation, ebenso wie die Übergangszeit bis zur Benennung der neuen Projektleitung. In dieser Zeit wurden von Nicola Rouette-Lauer mehrere Funktionen übernommen, unter anderem als wichtigste kommunale Ansprechpartnerin zur Fertigstellung des

Mappings und zur Planung und Durchführung der STIMULART-Workshops. Trotz der bereits oben beschriebenen Schwierigkeiten und Pandemie-Bedingungen wäre ab März 2021 bis zum Beginn des Festivals eine stärkere Präsenz der STIMULART-Projektleitung vor Ort mit mehr direktem Austausch notwendig gewesen. Das bezieht sich sowohl auf die Kreativszene, als auch auf den Kontakt zu Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung, beispielsweise des Kulturamtes oder der Wirtschaftsförderung. Diese Einschätzung beruht sowohl auf Gesprächen mit unterschiedlichen Akteuren der Naumburger KKW, als auch mit Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung sowie der Festivalleitung.

Bezüglich vieler Themen und Regionen wird oft darauf verwiesen, dass die Pandemie wie eine Lupe oder ein Brennglas gewirkt hat, das Schwachstellen aufzeigt und dabei auch Konflikte entzündet hat. Im Zusammenspiel mit STIMULART zeigte sich vorhandenes Konfliktpotenzial zwischen der freien Naumburger Kreativszene und der Stadtverwaltung. Enttäuschte Erwartungshaltungen wirkten sich zum erheblichen Teil negativ auf die Motivation und den Beteiligungswillen der Naumburger Kreativszene aus. Das Resultat lässt sich für das Festivalteam durchaus als nervliche Zerreißprobe bezeichnen.

Mit dem STIMULART Stakeholder Workshop im Juli 2021 konnten aber einige Kritikpunkte nochmals aufgegriffen und geklärt werden, so dass die Bereitschaft zur Beteiligung am Pop-Up Festival wieder zunahm. Unter anderem gelang es Festivalleiterin Katja Berger, eine Reihe von Naumburger Kreativen und Kulturschaffenden auf motivierende Art und Weise in das Festival einzubinden. Gelebte Wertschätzung für die beteiligten Künstler:innen und Kreativen sowie ein verbesserter, solidarischer Austausch untereinander hat positive Impulse gesetzt. Der oben beschriebene Konflikt lässt in diesem Zusammenhang auch positiv sehen. Es hat ein konstruktiver Dialog unter wesentlicher Beteiligung von Oberbürgermeister Armin Müller begonnen, der in der Endphase von STIMULART in Projekte mit Zukunftsperspektive münden könnte. Dazu trägt die bislang gute Resonanz auf das Pop-Up Festival bei. Das kann auch als wichtiges Ergebnis des STIMULART-Projektes im Ganzen gesehen werden. Dass mit Anne Brummack eine gebürtige Naumburgerin im November 2021 als neue STIMULART-Projektleitung benannt wurde, die sich beim Festival als Praktikantin stark engagiert hat, trifft seitens Verwaltung und Kreativszene auf ein positives Echo.

Finanzielle Herausforderungen:

Das Projektbudget von STIMULART erscheint für deutsche Verhältnisse insgesamt finanziell extrem knapp kalkuliert zu sein. Das angesetzte Festivalbudget konnte nach Aussagen der Stadtverwaltung trotz der großen Programmviefalt und der gegebenen Rahmenbedingungen eingehalten, bzw. mit **25.158 €** sogar knapp unterschritten werden.

Darin enthalten sind die Ausgabepositionen für Miete / Raumnutzung (Festivalzentrum, Domgarten, Kunstwerk Turbinenhaus, Haus der Ideen / Holger Vandrich) Nutzung von Equipment, WLAN im Festivalzentrum, Facebook-Kampagne (Transmedial), Logoentwicklung, Kosten Flyer / Broschüren / Poster / Plakatierung etc., Anzeige / Beilage Wochenspiegel, Bühnen und Bestuhlungen (Domgarten), Veranstaltungstechnik, Security, Reinigung, Toiletten, Strom/Baustrom, Catering, Ausstattung im Festivalzentrum (Tests, Café etc.), Auslagen für Künstlerbedarf/Ausstattung, Auslagen/Reisekosten für die HS Merseburg, Aufwandsentschädigungen für die beteiligten Kulturakteure und Praktikant:innen,

Honorare für Workshop-Referent:innen und sonstige Honorare. Die Personalkosten des Festival-Teams (abgesehen von Aufwandsentschädigungen für die Praktikantinnen) und weitere Verwaltungskosten der Stadtverwaltung sind hier nicht enthalten.

3.4 PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Es wurden 10.000 Flyer verteilt und 50 Plakate an Litfaßsäulen plakatiert (vier in Naumburg, 21 in Weißenfels und fünf in Zeitz im Zeitraum vom 3. bis 23.9.). Weiterhin gab es A1- und A3-Plakate zum Aushang in Geschäften und zur Bestückung von Aufstellern.

16 Presseberichte erschienen in den Printmedien am 25.08. / 31.08 / 15.09. / 16.09. / 20.09. / 21.09. (zwei Beiträge) / 22.09. / 23.09. / 24.09. / 25.09. (zwei Beiträge), 28.09./29.09. (zwei Beiträge) und am 25.11.2021. Letztgenannter Artikel bezog sich auch auf den Zwischenstand der Auswertungsergebnisse des Pop-Up Festivals und die Diskussionen im STIMULART-Workshop vom 19.11.2021. Hinzu kam ein kritischer Leserbrief am 30.09. in Bezug auf das 24-Stunden Camp im Stadtpark mit dem Titel „Plastefolie: Muss das sein?“.

Weiterhin erfolgten vier Veröffentlichungen im Amtsblatt. Mit einer Auflage von 20.000 Stück erscheint es alle zwei Wochen und wird an jeden Haushalt geliefert. Beiträge erschienen in folgenden Ausgaben:

- Ausgabe 16 / Erscheinungstermin 16.07.2021 (Vorstellung Katja Berger als Festivalmanagerin und Ausblick auf das Festival)
- Ausgabe 19 / Erscheinungstermin 27.08.2021
- Ausgabe 20 / Erscheinungstermin 10.09.2021
- Ausgabe 22 / Erscheinungstermin 08.10.2021 („Positive Bilanz“)

Der MDR führte ein Interview beim 24-h-Camp und mit dem OB für den Hörfunk. Auf der Internetseite der Stadt wurden die Pressemitteilungen auf der Startseite unter die Rubrik „Aktuell“ platziert.

Der Instagram-Account verzeichnet 140 Abonnenten und 62 Beiträge. 56 davon erfolgten während des Festivals, sechs danach. Auf der Facebookseite naumburg.kreative sind 89 Festivalbeiträge aufgeführt, 136 Personen gefällt die Seite und 174 Personen haben sie abonniert.

Nach Aussage des Festival-Teams hat die überwiegende Zahl der Beiträge etwa 100 Personen erreicht. Manche Beiträge, die z.B. vom Innenstadtverein geteilt wurden, hatten meist eine Reichweite um die 200 Personen.

Die große positive Ausnahme war der Beitrag zur Eröffnung des Festivals. Nachdem er vier mal geteilt wurde, erreichte er 3.700 Personen und rief 222 Interaktionen hervor. Insgesamt wurden die sozialen Medien eher als Informationsmittel gesehen. Es fand kaum Austausch statt und nur sehr selten wurden Fragen gestellt.

Für jeden Programmpunkt wurde ebenfalls eine Veranstaltung auf Facebook erstellt. Auch darauf gab es aber kaum Resonanz. Die mit Abstand meisten Antworten (38) gab es auf die Veranstaltung „Konzerte auf dem Marktplatz“, die aber ohnehin vom Kulturpavillon Naumburg auf den sozialen Netzen beworben wird. Ansonsten lagen die Reaktionen auf die Veranstaltungen im einstelligen Bereich.

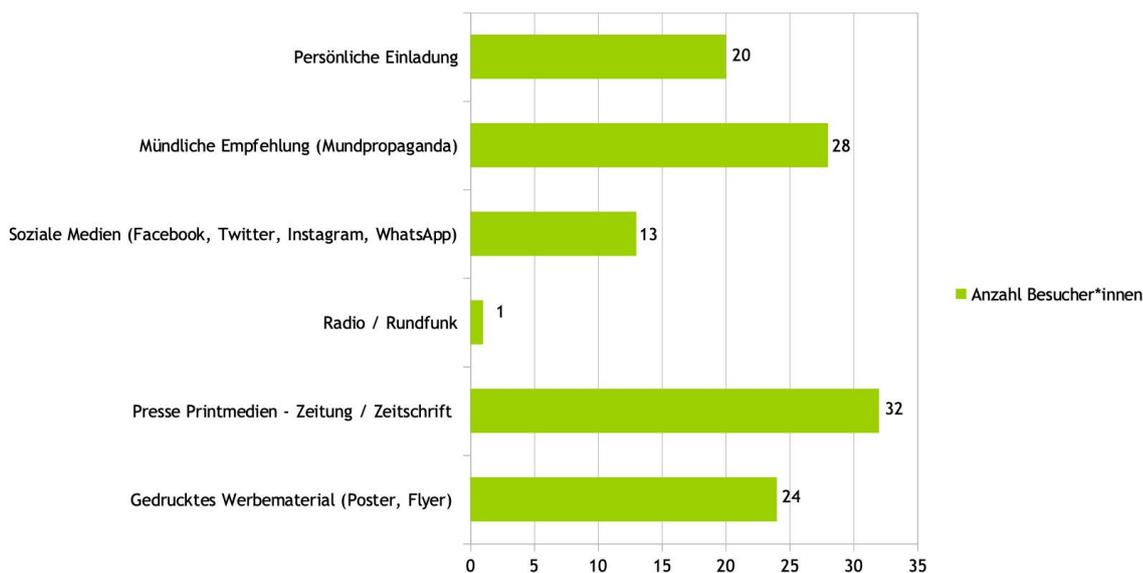
Bei Instagram kam mit 140 Abonnenten eine relativ hohe Summe zusammen. Das Festival-Team hatte mit weniger gerechnet. Um Prozesse zukünftig zu erleichtern, wäre es sinnvoll, Pressefotos und Motive auch in Hinsicht auf die notwendige Formatierung beispielsweise für Facebook und Instagram auszuwählen, bzw. zu gestalten.

Insgesamt wurde das Festival in den sozialen Medien unter den gegebenen Umständen sehr gut kommuniziert.

In den 100 ausgefüllten Feedbackbögen der Ausstellung „Inspirationsraum Leerstand“ wird danach gefragt, wie die Besucher:innen auf das Festival aufmerksam geworden sind.

Abbildung 3.5 zeigt die Ergebnisse.

Abb. 3.5: Wir sind Sie auf das Pop-Up Festival aufmerksam geworden?



Hinweis: Mehrfachnennungen waren möglich

Die Besonderheit ist, dass exakt 100 Feedbackbögen ausgefüllt wurden. Die absoluten Zahlen entsprechen somit auch den Prozentzahlen. Es wird deutlich, dass die sozialen Medien mit 13% hier nur eine geringe Rolle gespielt haben. Ausschlaggebender waren Printmedien und gedrucktes Werbematerial mit zusammen 56%, gefolgt von persönlichen Einladungen und mündlichen Empfehlungen mit insgesamt 48%. Das entspricht den Gewohnheiten einer Stadt mit eher älteren Bürger:innen.

Fast alle beteiligten Künstler:innen und Kreativen wünschten sich eine bessere und zum Teil veranstaltungsspezifische Werbung und Berichterstattung. Insbesondere gilt das für den *Markt der regionalen Produkte*.

Schlussfolgerungen:

- Der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist zukünftig eine höhere Aufmerksamkeit zu widmen, eventuell mit erhöhten Kapazitäten.
- Die Vielzahl der Veranstaltungen mit sehr diversen Zielgruppen war eine große Herausforderung, aber auch eine Chance für individuelle PR zu einzelnen Programmpunkten des Festivals. Printmaterialien wie Flyer und Plakate für einzelne Programmpunkte erscheinen sinnvoll. Ebenso eine stärkere Werbung über (freie) Radios.
- Die sozialen Medien waren zwar gut betreut, haben aber trotzdem nur eine untergeordnete Rolle gespielt. Will man zukünftig auch in größerem Maße jüngere Zielgruppen ansprechen, bleiben diese Kanäle jedoch relevant.

- Weiterführende Fragestellung: Inwieweit kann der Informationsaustausch (sowohl die Arbeitsabläufe, als auch die Dateninfrastruktur) von Kommune, Kreis und Saale-Unstrut-Tourismus optimiert werden, um Informationsflüsse sinnvoll zu kanalisieren. Ein Dauerthema ist hier der Veranstaltungskalender. Es wäre äußerst wünschenswert, wenn mehr regionale Veranstalter:innen dieses Werkzeug nutzen, indem sie ihre Veranstaltungen dort eingeben oder zumindest dem kommunalen Sachgebiet Kultur per E-Mail mitteilen.

Die beim Festival viel gelobte Naumburger Vielfalt kann auch tourismuswirtschaftlich eine Rolle spielen. Die Herausforderung besteht darin, sie auch zukünftig greifbarer und sichtbarer zu machen.

3.5 WEITERE KOOPERATIONEN

Kooperation mit dem Stadttheater

Bei einem ersten Vorgespräch mit Intendant Stefan Neugebauer und Dramaturg Claus Becker zeigte man sich recht offen für eine Kooperation. Zunächst wurde eine Open-Air Aufführung von Elling angeboten. Danach entschied man sich jedoch für zusätzliche Aufführungen des Stücks „Dracula“ und das Angebot einer offenen Probe. Die Zuschauerzahlen der Dracula-Aufführungen lagen unterhalb des normalen Durchschnitts und zur offenen Probe am Samstagvormittag erschienen sechs Gäste.

Der Dramaturg bot während der Veranstaltung „Bürgerschaft gefragt“ das Foyer des Theaters künftig als Dritten Ort für den gesellschaftlichen Dialog an. Das ist ein Signal für eine Stadt, in der es einen Mangel an kostenfreien, öffentlichen Räumen.

Kooperation mit der *dieDAS - Designakademie Saaleck*

Die Kooperationen beim Töpferworkshop und einer Führung durch die Saalecker Werkstätten sind ein guter Anfang. Hier gilt es, sich zunehmend aufeinander einzuspielen. Die ausgebuchte Führung zeugt von großer Neugier auf die Arbeit der Designakademie seitens der Naumburger:innen. Das Interesse an dieser Immobilie mit „herausfordernder“ Geschichte dürfte hier aber ebenfalls eine Rolle spielen.

Die Kreativszene Naumburgs kann vom Austausch mit den internationalen Designer:innen, denen die Stiftung temporäre Arbeitsaufenthalte ermöglicht, profitieren ebenso wie die internationalen Designer:innen Anregungen durch die regionalen Künstler:innen erhalten können. Eine Win-Win-Situation, die künftig ausgebaut werden sollte.

Kooperation mit *handgemacht.Saale-Unstrut*

Hier wurden von den beteiligten Kunsthandwerker:innen leider negative Erfahrungen beim Festival gemacht. Die Aussteller:innen auf dem *Markt der regionalen Produkte* äußerten starke Kritik. Die polnischen Kunsthandwerker:innen wollen zukünftig nicht mehr nach Naumburg kommen und einer der Naumburger Aussteller betonte gegenüber der Festivalleitung, sich zukünftig nur noch mit Schauhandwerk gegen Festhonorar beteiligen zu wollen. Verärgert war man über mangelnde veranstaltungsspezifische Werbung für den Markt. Hier wird man verlorenes Vertrauen Stück für Stück wieder aufbauen müssen.

Kooperation mit Winzerinitiativen

Eine Kooperation mit den Winzern, bzw. Winzergenossenschaften und Initiativen scheiterte vor allem an der Weinlese. Hier bedarf es einer besseren Terminierung des Festivals im Falle einer Neuauflage.

Potenzielle zukünftige Kooperationspartner

Als zusätzliche potenzielle Kooperationspartner für die Zukunft sind das Naumburger Tageblatt zu nennen, Unternehmen der Privatwirtschaft (beispielsweise auch das Kino / Cineplex Naumburg), die IHK Halle-Dessau sowie formelle und informelle Netzwerkinitiativen (z.B. Kreative Deutschland oder entsprechende Netzwerke aus der Region).

Weitere kommunale Institutionen ließen sich ggf. stärker einbinden wie die Naumburger Museen und auch die Tourist-Information. Weitere örtliche Initiativen und Vereine wie die Kulturakademie sind hier ebenfalls relevant sowie die Ansprache von Trägern der Jugendarbeit.

4. RELEVANTE EMPFEHLUNGEN ZUR ADAPTIERBARKEIT DES FORMATS IN KLEINEN UND MITTELGROSSEN EUROPÄISCHEN STÄDTEN LÄNDLICH GEPRÄGTER REGIONEN

- 4.1 Pop-Up Ansatz frühzeitig und eindeutig erklären und kommunizieren: Was bedeutet Pop-Up? Warum ist das an anderen Orten erfolgreich? Beschreibung des experimentellen offenen Ansatzes mit Einladung zum Mitmachen.
- 4.2 Die kommunale Verwaltung in regelmäßigen abteilungsübergreifenden Sitzungen frühzeitig einbinden. Hier empfiehlt sich eine Vorlaufzeit von sechs Monaten. Die abteilungsübergreifende Vorstellung des Projektes/Festivals selbst sollte früher erfolgen. Es empfiehlt sich, von Beginn an eine hohe Priorität auf die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu legen, mit entsprechenden Kapazitäten (vgl. 4.11.b).
- 4.3 Interaktive experimentelle Veranstaltungsformate im Programm präsentieren. Dazu ggf. externe Akteure oder auch Projekte in Kooperationen mit Hochschulen der Region einbinden. Aufgrund des relativ hohen Organisationsaufwandes mit wenigen, ausgewählten Formaten starten. Diese Formate bieten gleichzeitig besondere Inhalte / Content zur Kommunikation über soziale Medien mit Ansprache von jungen Zielgruppen.
- 4.4 Programmpunkte zum Austausch und Netzwerken zwischen KKW und anderen Wirtschaftsbranchen organisieren (z.B. Speed-Dating) unter Beteiligung oder in Kooperation mit der kommunalen Wirtschaftsförderung und Stadtplanung, zuständigen IHKs, weiteren Vertretern der öffentlichen Kultur- und Wirtschaftsförderung sowie KKW-Verbänden.
- 4.5 Neue Orte ausprobieren zur Belebung des (öffentlichen) Raumes und zum Bespielen von Leerständen, um Barrieren zu senken und Örtlichkeiten auf ihre Tauglichkeit als Veranstaltungs- oder Produktionsort für KKW zu testen.
- 4.6 Bei Ansprache der Akteure in die Fläche gehen: Kultur- und Kreativschaffende in der gesamten Region ansprechen und nicht nur begrenzt auf die eigene Kommune.
- 4.7. Prinzip der Freiwilligkeit verfolgen: Diejenigen Akteure präsentieren, die mitmachen wollen. Das Publikum über Erfolg oder Misserfolg entscheiden lassen und nicht kuratieren. Teilnahmekriterium sollte es sein, dass die Teilnehmer:innen aus der KKW kommen.
- 4.8 Kern des Programms sollte die KKW sein. Trotzdem gemeinnützige Partner aus Kultur, Soziokultur, Bildung und weitere ehrenamtliche Initiativen sowie „Enthusiasten-Netzwerke“ einbinden. Hier liegen innovative Potenziale für Kooperationen mit sozialem, kulturellem oder ökologischem Mehrwert.
- 4.9 Plattformfunktion für regionale Vielfalt einnehmen, um lokalen und regionalen Akteuren Sichtbarkeit zu verschaffen und versteckte Potenziale ins Rampenlicht zu rücken.

4.10 Die Festivalorte geografisch bündeln um Koordination zu erleichtern und eine gespürte Belebung des ausgewählten Areals bei den Besucher:innen zu erzeugen.

4.11 Impulse von außen hereinholen:

- Regionale und überregionale Netzwerkpartner bei interaktiven Veranstaltungen einbinden.
- Künstler:innen/Kreativschaffende mit hohem Professionalisierungsgrad im Sinne der Programmattraktivität, aber auch als kreative wie unternehmerische Inspiration für lokale und regionale Akteure präsentieren und Erfahrungsaustausch ermöglichen (z.B. auswärtige erfolgreiche Künstler:innen und Kreativunternehmer:innen, die in der Kommune/Region geboren sind).

4.12 Niedrigschwellige und teils kostenfreie Angebote sind wichtig, um auch ein wirklich breites und weniger Kultur affines Publikum anzusprechen. Trotzdem braucht es das ganz klare Signal: **Kreative Arbeit gibt es nicht umsonst. Sie muss in Wert gesetzt werden.** So sind künstlerische und kreative Beiträge zum Festival entweder **fair zu honorieren** oder **gute Rahmenbedingungen zur Generierung von Einnahmen** der Beteiligten müssen gegeben sein. Die öffentliche Hand sollte mit gutem Beispiel voran gehen und das auch deutlich machen.

ANHANG

- A 1. EINZELNE PROGRAMMPUNKTE DES Pop-Up Festivals
- A 2. FEEDBACKBOGEN FÜR BESUCHER:INNEN DER AUSSTELLUNG „INSPRATION LEERSTAND“
- A 3. ANGABEN IN FREITEXTFELDERN DER FEEDBACKBÖGEN FÜR BESUCHER:INNEN DER AUSSTELLUNG „INSPRATION LEERSTAND“
- A 4. FRAGEBOGEN ZUR E-MAIL-BEFRAGUNG DER TEILNEHMENDEN KÜNSTLER:INNEN VOR DEM FESTIVAL
- A.5 FRAGENKATALOG FÜR DIE STRUKTURIERTEN TELEFONISCHEN INTERVIEWS MIT DEN TEILNEHMENDEN KÜNSTLER:INNEN / KREATIVEN NACH DEM Pop-Up Festival
- A.6 FRAGENKATALOG FÜR DIE STRUKTURIERTEN INTERVIEWS MIT MITARBEITER:INNEN DER STADTVERWALTUNG UND VON KOOPERATIONSPARTNERN NACH DEM FESTIVAL

A.1 EINZELNE PROGRAMMPUNKTE

Im Folgenden werden 19 Programmpunkte dezidiert vorgestellt. Weitere Programmpunkte werden aufgeführt, jedoch nicht separat dargestellt, da sie sehr kleinteilig waren oder schwerpunktmäßig durch Kooperationspartner:innen veranstaltet wurden. Dabei handelt es sich um das *Kreativenfrühstück*, die *Ethnografische Erkundung im Marientor*, die Wanderung *Urflüstern - Kraftplätze ans Saale und Unstrut*, die Turmführung *Wolkenkratzer des Mittelalters* oder *Zwischen Pest und Cholera: Naumburg im Spiegel seiner Epidemien*, das *Kino in Bewegung* im Rahmen des 24h-Camps im Stadtpark, die *Horváth-Lesung* im Rahmen der *Interlese* und die *Konzerte auf dem Marktplatz* am 17. und 18. September.

A.1.1 BÜRGERSCHAFT (GE)FRAGT (PRE-EVENT)

15. September 2021, 19.30 Uhr

Etwa 50 Gäste nahmen teil

„Bürgerschaft (ge)fragt“ ist ein Format, das der BeLK e. V. (<http://belk-blk.de/>) bereits vor längerer Zeit entwickelt hat. Hier geht es vorwiegend darum, die Bürgerschaft zu bestimmten Themen (z. B. Stadtökologie) einzubinden und ehrenamtliches Engagement zu wecken. Das Projektmanagement von STIMULART ist an den BeLK e.V. herangetreten und hat vorgeschlagen, das Thema Kultur in der Naumburger Bürgergesellschaft zu thematisieren und dafür dieses Format zu nutzen. Es fanden dazu am 26.05.21 in Naumburg und am 11.06.21 in Bad Kösen Fragebogenaktionen statt. Die Fragebögen wurden ausgewertet und auf der Kooperationsveranstaltung *Bürgerschaft (ge)fragt* von STIMULART und BeLK e. V. am 17.06.21 im Nietzsche-Dokumentationszentrum ausgewertet und besprochen. Diskutiert wurde auch die mögliche ehrenamtliche Unterstützung der Kreativen durch das Ehrenamt. Die Veranstaltung am 16.09.2021 („Pre-Event“) war eine Fortführung. Hier schaltete sich Claudia Bleier von den Kulturpaten Köln online zu, um dieses Modell vorzustellen, das in Köln seit Jahren gut funktioniert und durch eine Kooperation der Stadt Köln mit der Kölner Freiwilligen Agentur und der IHK entstanden ist.

Darüber hinaus stellte der neugewählte Oberbürgermeister, Armin Müller, seine kulturpolitischen Positionen vor und stellte sich den Fragen der Kultur- und Kreativszene aus der Region.

A.1.2 AUSSTELLUNG *INSPIRATIONSRAUM LEERSTAND*

17. bis 26. September 2021

Insgesamt wurden 449 Besucher:innen der Ausstellung gezählt.

Zur Eröffnung des Festivals und der Ausstellung am Freitag, den 17. September um 16.30 Uhr kamen 54 Personen.

Der Oberbürgermeister, Projektleitung und Festivalleitung sprachen die Grußworte, musikalisch begleitet vom Duo *Wahlverwandt*. Die lockere Atmosphäre im Hof des Festivalzentrum ermöglichte bei Wein und Wasser ein ungezwungenes Miteinander.

Rundgang durch die Ausstellung *Inspirationsraum Leerstand* im Festivalzentrum, dem ehemaligen „Freizi“

Momentaufnahmen während der Ausstellung von Dr. Birgit Wolf

Räume für Kunst sowie Gespräche über Kunst, aber auch Raum, um Kunst zu produzieren, bietet das leerstehende Haus am Heinrich-von-Stephan-Platz 1 für zehn Tage im September 2021. Künstlerinnen und Künstler aus Naumburg und Umgebung präsentieren auf zwei Etagen ihre Werke und kommen sowohl mit Interessierten als auch miteinander über Kunst und Kultur ins Gespräch. Nach den Monaten des Lockdowns ist es für alle ein Festival der Künste: Deren Vielfalt spiegelt der Rundgang wider.

Die Landschaftsbilder von Michael R. Dyroff haben etwas Mystisches. Die Farbgebung verleiht seinen Acrylbildern eindruckliche Stimmungen wie in der Serie „Feuer, Wasser, Erde, Luft“. Seine Waldstücke leuchten im Kolorit des Sommers oder Herbstes: Ein Farbspiel wie vor der Tür.

Die Kreativkurse des Kunsthauses Lukas in Buttstädt leitet Michael R. Dyroff. Dort haben Menschen mit und ohne Behinderung vielfältige Möglichkeiten, ihren Intentionen künstlerischen Ausdruck zu geben. Eine Auswahl von Acryl- und Aquarellbildern von Uli Kubin, Steffen Ruge und Michelle Heckel sind ausgestellt.

Martina Kiepe ist Fotografin. Sie zeigt ihre Serien in zwei Räumen. In der einen setzt sie sich mit Alter und Schönheit auseinander, der Anmut des Verfalls. Sie inszeniert welkende Blumen und faulendes Obst und Gemüse, natürlich in Farbe. Ein Stuhl lädt zum Verweilen ein. Die andere Serie ist eine nachdenkliche Arbeit über das „Verstehen und Nichtverstehen“: Menschen posen hinter einer Glasscheibe, schräge Portraits in Schwarz-Weiß sind zu sehen.

Das Festival animierte Alexander Klemps aus Markranstädt nach zwanzig Jahren seine fotografischen Arbeiten wieder öffentlich zu zeigen. So stellt er u.a. zwei Serien mit Schwarz-Weiß-Fotografien aus. Kleinformatig sind die Bilder, die durch ihr Zusammenspiel Wirkung zeigen: Intime Nähe und weite Landschaften sind die Themen.

Anna Eckert liebt Experimente mit vorhandenen Materialien und Farbe. Ihre aktuelle Lieblingsfarbe scheint schwarz zu sein: Bilder aus vergangenen Zeiten übermalt sie, bedruckt Buchseite mit Motiven und Aphorismen oder zerreißt Papiere und arrangiert diese zu neuen Objekten. Ihr Raum präsentiert eine Fundgrube an Möglichkeiten für nachhaltiges Schaffen.

Zwei teilen sich einen Raum: Anita Wolffs Landschaften und Interieurs treffen auf Matthias Schöneburgs Kompositionen und thematische Arbeiten. Im Aquarellieren hat Anita Wolff ihre Meisterschaft entwickelt. Augenblicke hält sie fest, farbenfroh und leicht. Großformatige Ölgemälde ergänzen ihr Œuvre. Matthias Schöneburg hingegen konstruiert Kompositionen oder widmet sich Themen und betrachtet sie von verschiedenen Seiten. Zyklen wie „Arbeitshandschuhe“, großformatige Kohlezeichnungen auf Papier, oder die Serie „Deformierungen“ zeugen davon.

Der Phantasie von Eva Kindler entspringen Pappmaché-Figuren: Meist sind dies Frauen stolz und keck. Jede:r hat etwas Besonders: einen Hut, eine Kette, einen Schlips. Und manchmal grüßt die

Welt der Kinder: Skulpturen wie „Großer König“, „Böser Hund“ oder „Kind mit Pferd“ erzählen davon.

Zwischendurch erklingt Musik: Thilo Viehrig baut und spielt historische Instrumente. Passend spielt er Werke der frühen Musik, kann Geschichten zu Komponisten und Werken erzählen. Für die Gäste eröffnet sich ein anderer Kosmos, der sich auf den Informationstafeln im Flur fortsetzt, diese führen zum Gotischen Haus in Burgheßler, das Zentrum für frühe Musik unweit von Naumburg.

HEIMATKIOSK ist das Label von Marko Kurth. Der Grafiker, der seit kurzem in Bad Kösen arbeitet, überrascht mit einer Naumburg-Serie: Freche Wortspiele auf Papier und erfrischende Farbspiele auf Leinwand vermitteln einen frischen Blick auf die Saalestadt.

In Schönburg wirkt der gebürtige Berliner Thomas Wieduwilt. Gleich zweimal sind seine Werke zu sehen: Im Pop-Up Store Lou entdeckt man u. a. auf nachtblauem Grund Naumburgs Uta. In seiner Exposition präsentiert der Künstler Foto-Malereien und Acrylbilder auf Leinwand mal abstrakt, mal surreal, mal Ton in Ton oder grell bunt.

Die Handschriften der Arbeiten von Angelika Kunze sind sehr verschieden: Sie arrangiert Materialien, variiert Formate, komponiert und experimentiert: So entstehen abstrakte und realistische Bildwelten. Doch eine Präferenz eint ihre Arbeiten: Sie verwendet Naturfarben, denen Goldtöne oft einen Glanz verleihen.

Wie Kraken eines Tintenfisches ragen zwei riesige Objekte des Naumburger Künstlerduo Cosmicwalkers auf der Wiese vor dem Festivalzentrum und leuchten nachts: Sie demonstrieren den Vorübergehenden: Hier ist gerade etwas anders! Seit Jahrzehnten kriecht das Naumburger Künstlerduo Lichtobjekte. Zwei raumgreifende Installationen zeigen sie im Dunklen: Neon-Objekte im Schwarzlicht erschaffen einen eigen-schönen Space bzw. große und kleine Kraken in Spektralfarben ragen aus dem Boden: eine Unterwasserwelt?

Zwei Räume bespielt Sabine Ebert-Hoyer. Einen widmet sie dem Thema Leerstand. In der Mitte steht auf einem Tisch eine alte Schreibmaschine, das leere Blatt lädt zum Tippen der Gedanken ein: Der eigenen oder die der Menschen, deren Portraits an den Wänden hängen. Im anderen Raum präsentiert die Designerin, die in Halle an der Burg studierte, einen Querschnitt ihrer Arbeiten: realistische Portraits von Naumburgern, surreale Darstellungen, verspielte Landschaftsbilder in Acryl oder phantasievolle Grafiken.

Nach Jahrzehnten zog Ulrike Hilgenberg im Sommer in ihre Heimatstadt zurück. In der Ferne hat sie ihre Liebe zur Sprache professionalisiert und mit Methoden aus den Bereichen Theater, Tanz, Musik und Kunst verfeinert. Zwischendurchkunst: Verspielte Motive und farbenfrohen Bilder, experimentelle Weisen auf Papier und Leinwand, im Hosentaschenformat oder großformatig, meist mit Wortspielen versehen. Mit zahlreichen Aktionen lädt sie die Gäste zum Mitmalen ein: Portraits aus dem Handgelenk entstehen.

Pop-Up Store Lou ist die Dependance von LOU - Kunst & Muse während der Festivalzeit. Hier wie dort verkauft Claudia Lange Kunst von Künstlerinnen und Künstlern der Region sowie Kunsthandwerk und Kurioses vergangener Jahrzehnte. Der gemütliche Raum bietet im

Zusammenspiel mit dem Café der Schülerinnen des Domgymnasiums, die selbstgebackenem Kuchen und frischen Kaffee verkaufen, den zentralen Ort des Festivalzentrums für Plausch und Pause.

Künstlerinnen und Künstler, Professionelle und Amateure vereint sind sie für zehn Tage mitten in der Stadt sichtbar: Ein gemeinsames Kraftzentrum ist gewachsen. Überraschend ist die Vielfalt: Fotografie, Malerei, Grafik, Skulpturen, Graffiti, Kunsthandwerk, Installationen und Musik. Gemeinsam präsentieren sie ihre Werke, erhalten Resonanz, inspirieren sich und andere, spinnen Ideen und wünschen sich dringend ein Kunsthaus für alle: Das ist die Leerstelle der Naumburger Kunst- und Kulturszene, in einer Stadt, die viel Leerstand hat.

A.1.3 DER KUNSTAUTOMAT - NAUMBURGER KUNST FÜR DIE HOSENTASCHE

Feierliche Eröffnung am 19. September 2021, 16.00 Uhr

Etwa 30 Besucher:innen schauten vorbei

Kunst aus Naumburg und der Partnerstadt Aachen für die Hosentasche kann an diesem Automaten „gezogen“ werden. Zur Einweihung waren unter anderem drei der beteiligten regionalen Künstlerinnen anwesend.

Leider war bereits zur Eröffnung eine leichte Beschädigung des Automaten durch Vandalismus zu erkennen. Entsprechende Bedenken bezüglich des Standortes waren tatsächlich vorab von den Studierenden geäußert worden. Hier ist beabsichtigt, die Örtlichkeit am Rande des Heinrich-von-Stephan-Platzes durch einen Bücherschrank mit graffiti-Elementen ästhetisch „aufzulockern“ und aufzuwerten, um somit das Aggressionspotenzial für Vandalismus abzuschwächen. Eine andere Option wäre die Verlegung des Standortes.

Darüber hinaus wird das Design von Marko Kurth nach eigener Aussage noch einmal aktualisiert und lackiert.

A.1.4 IMPROVISATION IN KLANG UND FARBE / Jamsession

19. September 2021, 19.00 Uhr im Kunstwerk Turbinenhaus

mit sechs Musikern und drei Maler:innen

Die Veranstaltung verzeichnete 36 Besucher:innen, darunter ein signifikanter Anteil teilnehmender Künstler:innen des Pop-Up Festivals.

Die Besucher:innenzahl war für ein derart experimentelles Programm in Ordnung, aber mehr Publikum wäre wünschenswert und auch unter Corona-Bedingungen möglich gewesen.

Die Terminierung am Sonntagabend war unglücklich, denn anderenfalls hätten wohl mehr professionelle und semi-professionelle Musiker aus der Naumburger Szene die Veranstaltung besucht oder auch aktiv an der Jamsession teilgenommen.

Das Improvisationskonzept hat funktioniert. Der künstlerisch-musikalische Spannungsbogen wurde in der dreiteiligen Improvisation über den Abend hinweg gehalten. Die beteiligten Künstler:innen und das Publikum äußerten sich sehr positiv. Fortsetzung und Weiterentwicklung des künstlerischen Ansatzes sind gewünscht.

Anregungen für die Zukunft: Die beteiligten bildenden Künstler:innen und Musiker:innen waren sehr motiviert, das Veranstaltungsformat weiterzuentwickeln. So könnte ein neues „Nischenformat“ für das Turbinenhausprogramm entstehen. Zukünftige Termine sollten jedoch auf Wochentage gelegt werden, so dass insbesondere professionelle und semi-professionelle Musiker:innen, die sich für das Format als Performer:innen und Zuschauer:innen interessieren, teilnehmen könnten.

A.1.5 TÖPFER-WORKSHOP MIT MARTEN HERMA ANDERSEN

21.01.2021, 10.00 bis 14.00 Uhr im AUH Architektur- und Umwelthaus
Sechs Personen nahmen am Workshop teil.

Nach zunächst acht Anmeldungen kam es zu drei Absagen. Hinzu kam dann eine weitere Teilnehmerin des Architektur- und Umwelthaus (AUH), die nach eigener Aussage für ihre Arbeit wertvolle Anregungen mitnehmen konnte. Der Workshop entstand in Kooperation mit dem dieDAS / der Design Akademie Saaleck. Eigentlich war er für professionelle Töpfer:innen konzipiert. Hier verließ sich die Festivalleitung auf die Referentenempfehlung und inhaltliche Ausrichtung, die die Design Akademie Saaleck vorschlug. Dabei wurde wohl die Professionalität der in der Region ansässigen Töpfer:innen unterschätzt, denn viele von ihnen fühlten sich nicht angesprochen, da sie die für den Workshop angekündigten Techniken beherrschen. Auch die Designakademie in der Nähe Naumburgs befindet sich in ihrer Startphase und regelmäßiger Austausch würden zukünftige Qualifizierungsangebote und regionale Bedarfe stimmig machen. Potenzielle Teilnehmer:innen wurden daher kurzfristig über den Weiterbildungsbereich der VHS Zeitz angesprochen. Auf Nachfrage gegen Ende des Workshops charakterisierten einige Teilnehmer:innen das Angebot als gut, aber zu kurz.

Das Prinzip der Kombination unterschiedlicher Farben in der Praxis mit dazu gehöriger Oberflächenbehandlung inklusive Schleiftechniken war für die Mehrzahl der Teilnehmer:innen neu. Referent Herma Andersen hatte sich kurzfristig auf die konkreten Bedarfe der Teilnehmer:innen eingestellt und die Inhalte variiert. Die Stimmung war gut und mehrere Personen nahmen anschließend an einer äußerst fachkundigen Führung von Christian Wolff durch das Naumburger Töpfereimuseum teil.

A.1.6 FÜHRUNG SAALECKER WERKSTÄTTEN

23. September 2021, 15.00 bis 17.00 Uhr
Etwa 17 Personen nahmen teil.

Die Führung war voll ausgebucht. Sie vermittelte ein Verständnis zum Garten und Wohnhaus von *Paul Schultze-Naumburg* als ebenso wichtiges wie „problematisches“ Werk der Reformarchitektur und der Gartenbaukunst. *Paul Schultze-Naumburg* war Teil der NS-Rassenideologie. Das wurde kritisch beleuchtet. Neben der Baugeschichte stellte Architektin *Dorte Mandrup* daher auch aktuelle Planungen zum Umgang mit diesem „unbequemen Denkmal“ vorgestellt.

A.1.7 AUSTAUSCHTREFFEN FÜR EINE NACHHALTIG AKTIVE KREATIVSZENE

23. September 2021, 16.00 Uhr, Café Zille

13 Teilnehmer:innen

in Kooperation mit neuland gewinnen e.V. - Neulandgewinner - Zukunft erfinden vor Ort

Beim Austauschworkshop wurden zunächst Beispiele aus Zeitz und Straßfurth vorgestellt. Als externe Impulsgeber waren Christian Rost (Kreatives Sachsen, Leipzig) und Nikoline Kruse von neuland gewinnen e.V. dabei. Es beteiligten sich weiterhin der Oberbürgermeister, Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung und Naumburger Künstler:innen, Kreative sowie interessierte Bürger:innen.

A.1.8 SPEED-DATING

24. September 2021 16.00 bis 18.30 Uhr im Marientor

14 Gäste - davon haben neun an fünf Tischen an den Gesprächen teilgenommen.

Ein großer Teil der Personen kannte sich bereits. Trotzdem gab es positives Feedback und intensive Gespräche. Nach Aussage der Studierenden, die das Speed-Dating organisierten, war es nicht leicht, die einzelnen Gesprächsrunden zu beenden und den Zeitplan zu halten, denn der Austausch war recht intensiv.

Die Zusammenarbeit mit dem Festival lief nach Aussagen der Studierenden gut. Seitens der Festivalleitung und Stadtverwaltung hätte man sich aber auch direkte Rückmeldungen gewünscht und nicht ausschließlich über Dozentin Sandra Plessing.

Anregungen für die Zukunft:

Es wurden ca. 50 E-Mails an weitere optionale Gesprächspartner:innen auch aus der Privatwirtschaft verschickt. Hier kam es aber offensichtlich nicht zu einer ausreichenden Abstimmung mit der Stadtverwaltung. Nach eigener Aussage hätte das Festival-Team hier gern als Unterstützer und Mittler fungiert. Hier wäre zukünftig eine breiter gefächerte Gruppe von Gesprächspartnern möglich.

A.1.9 KONZERT LIVE IM NAUMBURGER DOMGARTEN

24. September ab 19.00 bis 23.00 Uhr

ca. 300 Besucher:innen

in Kooperationen mit dem Musikerstammtisch e.V. und der Steinmeister Band mit freundlicher Unterstützung der Vereinigten Domstifter zu Merseburg und Naumburg und des Kollegiatstifts Zeitz.

Die vier Stunden mit vier Naumburger Bands spiegelten die Vielfalt und Lebendigkeit der Naumburger Musikszene von Songwriting über Weltmusik bis zu Rockmusik. Nach Aussage von Riccardo Blüher vom Musikerstammtisch e.V. gaben die Künstler:innen und Musiker:innen der Bands *Leuchtreklame*, *Steinmeisterband*, *Nachspielzeit* und *B-87* durchweg positives Feedback. Die „älteren“ Bands sind auch bei Jugendlichen gut angekommen, was sie positiv überraschte. Das Publikum war insgesamt recht gemischt mit unterschiedlichen Interessen. Es waren nur ca.

150 Eintrittskarten ausgegeben worden, wobei aber sehr viel mehr Publikum kam und eingelassen wurde. Die Schätzungen der Festivalleitung und Mitgliedern des Musikerstammtisches gehen von ca. 300 Personen aus.

A.1.10 OFFENE PROBE THEATER NAUMBURG

25. September 2021 im Großen Ratskellersaal um 11.00 Uhr
Sechs Personen nahmen teil.

Eingeladen war zur Probe des Theaterstückes „*Der Bär und der Heiratsantrag*“.
Zwei Einakter zum Lachen von Anton Tschechow.

A.1.11 STADTTHEATER: DRACULA

17./18./19./21./22./23./24./25.09. im Großen Ratskellersaal
405 Besucher:innen

Ein Grusel-Abend für die ganze Familie. Zusätzliche Aufführungen wurden in den Spielplan aufgenommen, in das Festivalprogramm integriert und entsprechend mit kommuniziert. An dieser Stelle gab es jedoch keine weiteren inhaltlichen Bezüge zum Pop-Up Festival. Die Zahl der Zuschauer:innen bei den zusätzlichen Aufführungen war nach Angaben des Stadttheaters jedoch deutlich geringer als im üblichen Durchschnitt. Es lassen sich keine Aussagen darüber treffen, inwieweit das auf die Pandemie zurück zu führen ist oder inwiefern Publikum über das Pop-Up Festival generiert werden konnte.

A.1.12 DO IT YOURSELF - 24 STUNDEN STADT IM PARK

25. bis 26. September 2021

insgesamt ca. 100 Besucher:innen

25. September 2021, 12.00 Uhr Eröffnung mit ca. 100 Gästen bestehend aus interessierten Bürger:innen, Studierenden, Vertreter:innen der Hochschule und Stadtverwaltung

Die temporäre Sommerresidenz lud zum Verweilen ein. Auch für Getränke war gesorgt worden. Die verschiedenen interaktiven Veranstaltung wiesen allesamt aktuelle Bezüge zur Stadt auf. Etwa 100 Personen ließen sich innerhalb der 24 Stunden auf diese Formate ein. Die Ergebnisse der „theatralen Befragung“ wurden zum Abschluss dem Oberbürgermeister übergeben. Alles drehte sich um die folgende Ausgangsfrage: Was wünschen sich die Bürgerinnen von einer zukünftigen Stadt Naumburg?

Teil der Veranstaltung war auch „Kino in Bewegung“, eine Initiative von Lehrenden und (ehemaligen) Studierenden der Leipziger Kunsthochschule. Das Projekt will durch unmittelbare Begegnung einen kulturellen Dialog zwischen urbanem und ländlichem Raum herstellen. Nach Aussage der Studierenden wurde auch dieser Programmpunkt vom Publikum gut aufgenommen. Insgesamt wurde der Stadtpark als Veranstaltungsort damit in den Mittelpunkt gerückt.

Anregung für die Zukunft: Der Ort erwies sich, insbesondere auch für jüngeres / jungendliches Publikum, als geeignet. In einer Stadt, in der der Durchschnittsalter bei 49,1 Jahren liegt, sollte gerade diese Zielgruppe künftig explizit mitgedacht und weitere Veranstaltungen im Stadtpark geplant werden. Der Dreiklang der Örtlichkeiten zwischen „Kreativhaus“ / „Freizi“, Marientor und Stadtpark hat Potenzial.

A.1.13 FASSADENMAPPINGS VON VISION SALIENZ (JENA)

18. und 25. September 2021

Etwa 20 Zuschauer:innen am 18. September, etwa 140 Zuschauer:innen in Kombination mit dem Tanzabend am 25. September (siehe A.1.18).

Fassade und Vorplatz des Festivalzentrums, ehemaliges Freizi am Heinrich-von-Stephan-Platz

Am 18.09. zeigte der Künstler *Koretex* seine Visuals mit dem Titel „Vector Art´s“ und am 25.09. präsentierte das *Duo Mandulis* vor Ort die Projektion „Nois3“. Zusammen gehören sie zu „*Vision Salienz*“ aus Jena. Die Projektionen wurden gut angenommen und verstärkten insbesondere am 25.9., nach Aussage von ausstellenden Naumburger Künstler:innen, auch den Publikumszustrom zum Festivalzentrum zwischen 22.00 und 23.00 Uhr.

A.1.14 ETHNOGRAFISCHE ERKUNDUNGEN IM MARIENTOR

25. September 2021, 17.00 bis 19.00 Uhr

17 Teilnehmer:innen

Hier handelte es sich um verschiedene studentische Vorträge, die im Rahmen des Seminars „Ethnografie in Naumburg“ im Sommersemester 2021 des Masterstudiengangs Angewandte Medien- und Kulturwissenschaft entstanden sind. Präsentiert wurden kleine ethnografische Skizzen, interkulturelle und kollektive Garten-Szenen, Weinlokale, lokale Märkte, Parkplatz-Freiräume und körperliche Nahräume. Das Gros der Teilnehmer:innen kam aus dem Umfeld der Hochschule. Die Erkundung hatte insofern eher den Charakter einer hochschulinternen Veranstaltung.

A.1.15 KONZERT MIT HOLGER VANDRICH

26. September 2021 im Naumburger Domgarten um 15:00 Uhr

Etwa 70 Besucher:innen

Das Mitmachkonzert des Naumburger Liedermachers richtete sich an kleine und große Menschen und lud zum gemeinsamen Singen und Tanzen. Gleichzeitig war das Publikum dazu aufgefordert, der bald erscheinenden zweiten CD des Liedermachers einen Namen zu geben.

A.1.16 MARKT DER REGIONALEN PRODUKTE

25. und 26. September 2021, am Marienplatz von 11.00 bis 19.00 Uhr

Ingesamt geringe Publikumsresonanz, bei den Zuschauer:innenzahlen nicht mitgezählt

A.1.17 HANDWERKER WOCHENMARKT IN DER INNENSTADT

25. September 2021, am Marktplatz von 08.00 bis 18.00 Uhr

Ingesamt geringe Publikumsresonanz, bei den Zuschauer:innenzahlen nicht mitgezählt

A.1.18 TANZABEND MIT DER TANZSCHULE SAALE-UNSTRUT UND LUTZ MOKROS

25. September 2021, 19.00 bis 22.00 Uhr

Etwa 140 Teilnehmer:innen / Zuschauer:innen

Open Air Tanzabend vor dem Festivalzentrum, dem ehemaligen Freizi am Heinrich-von-Stephan-Platz

Parallel zum Fassadenmapping fand dieser offene Tanzabend statt. Die Kooperation mit der Tanzschule Saale-Unstrut erwies sich als sehr unkompliziert und professionell. Lutz Mokros zeigte sich auch offen für zukünftige tänzerische Aktivitäten im Gebäude, z. B. zur Weihnachtszeit.

A.1.19 ARTSURPRISE

26. September 2021, ab 11.00 Uhr

Etwa 15 Personen

Besondere Überraschungen, Ideen und Angebote der an der Ausstellung Inspirationsraum Leerstand beteiligten Künstler:innen.

Eine dazu gehörige Versteigerung des während der *Improvisation in Klang und Farbe / Jamsession* entstandenen Bildes und anderer (kleinerer) Exponate der beteiligten Künstler*innen wurden auf den Nachmittag verlegt. Es erschien kaum Publikum. Trotzdem ergab die Versteigerung eine Summe von 455 €, die an die an den Bürgerverein gespendet wurden, der damit Projekte mit Kindern und Jugendlichen finanzieren möchte. Die Übergabe fand am 26.11. statt.

A 2. FEEDBACKBOGEN FÜR BESUCHER:INNEN DER AUSSTELLUNG „INSPIRATIONSRAUM LEERSTAND“

Woher kommen Sie?

- aus der Stadt Naumburg
- aus einem Umkreis bis 10 km
- aus einem Umkreis bis 20 km
- aus einem Umkreis bis 50 km
- aus einem Umkreis über 50 km

Wie sind Sie auf das Pop-Up Festival NAUMBURG KREATIV aufmerksam geworden?

- Gedrucktes Werbematerial (Poster, Flyer)
- Presse Printmedien - Zeitung / Zeitschrift
- Radio / Rundfunk
- Soziale Medien (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp)
- Mündliche Empfehlung (Mundpropaganda)
- Persönliche Einladung

Sonstiges:

Was hat Ihnen gut gefallen?

Was hat Sie überrascht?

Was können wir verbessern?

Und sonst?

A 3. ANGABEN IN FREITEXTFELDERN DER FEEDBACKBÖGEN FÜR BESUCHER:INNEN DER AUSSTELLUNG „INSPIRATIONSRaum LEERSTAND“

Sonstiges:

Termin einer Freundin,
ich bin hier mit Caro wegen Kuchen
wegen indi (Poster)
Kuchenbasar
durch „Lou“ Engelgasse, Claudia Lange
Die Lebenshilfe dankt für die schöne Kunst - macht weiter so
Werbeposter -> Internet
Mama
Zusammenarbeit bei der Planung

Was hat Ihnen gut gefallen?

Das Haus wird zum Leben erweckt durch vielfältige Künstler
ja: 3 mal
alles: 10 mal
alles und das Essen
Vielfalt: 8 mal
Vielfalt der Exponate/Kunst: 3 mal
Vielfalt der künstlerischen Gruppe
Die große Vielfalt und Tiefe
die abwechslungsreichen Ausstellungsstücke
die bunte Mischung
Anzahl der Künstler
Viele Künstler
24-Stunden-Camp, Stadt und Park
die Bilder von Matthias Schöneburg
Musik und Kunst
Das ganze Konzept
die Ausstellung allgemein
die Ausstellung an sich
die Vielfalt in den Arbeiten und Arbeitsweisen. -
Die Vielfalt der regionalen Künstler*innen: 4 mal
Konkret: Katze mit Mann auf Huhn; Kakerlaken auf Kork
Die Vielfalt der Aktionen und die Vielfalt der Eindrücke und Inspirationen
Offen für all die Künstler mit ihren Arten & Sichten & Techniken => frei
vieles
Video
Moderne Kunst in Naumburg
expr. kubistische Malerei
„Fertig ist der Lack“, Angelika Kunze u. a.
Die Treppe am Ende.
Der direkte Kontakt mit dem Künstler (Gedankenaustausch)
Die Ausstellung
Dass so viele Künstler vertreten waren

Die Atmosphäre, dass in diese Gebäude wieder ein bisschen Leben kommt.
Dass die Künstler z.T. vor Ort waren
Endlich tut sich mal was in Naumburg!
Alles auf seine Art
Sehr viele unterschiedliche Kunstwerke!
Man kann viele Künstler kennen lernen.
Die abwechslungsreichen Techniken und Erläuterungen dazu, sehr freundliche Künstler.
Super!
die Künstler & ihre Werke
die Abwechslung in den Ausstellungsobjekten
Lokalität
Rauminstallation mit Mitgestaltungsangeboten
Verschiedene Künstler verschiedener Richtungen
Schön, wenn das Gebäude so genutzt wird.
Einzelne Arbeiten
sehr schön
das Gebäude
Kreativwerkstatt (angebot zum selbst machen)
Malereien der Künstler
Die offene Form (unterschiedliche Künstler und Gattungen etc.)
besonders cosmic walkers
Nutzung vorhandener Strukturen, Größe, Ausgestaltung
viele Räume
Möglichkeiten, mit Künstlern zu reden / ins Gespräch zu kommen: !!
Gespräche mit Künstlern und Besuchern
Räumlichkeiten
Vielfalt der Kunst - Mischung aus regional und überregional
die Installation
Mitmachaktion
Cosmic Walkers
Graffitis
Rundgang
Alles interessant und macht nachdenklich.
Malerei und Keramik

Was hat Sie überrascht?

ja: 2 mal
die Vielfalt: 12 mal
die Vielseitigkeit
die Vielfalt ist klasse
die Vielfalt unserer (hier ansässigen) Künstler: 3 mal
die Vielfältigkeit
Vielzahl der Kunstwerke/Exponate
dass es so viele verschieden Künstler in der Stadt/Umkreis gibt
manche Bilder
die Intensität
Lebendigkeit der Szene
Mich hat überrascht, dass eine kleine Stadt wie Naumburg so viel auf die Beine stellt!
veganer Kuchen: 2 mal
in Naumburg so viel Kreativität zu finden.
Dass in Naumburg so viele kreative Menschen so viel auf die Beine stellen können! Tolle Aktion!

Alles: 6 mal
großes Gebäude
die Kunstinteressiert
Musik und Malerei
Der Raum mit dem blauen/violetten Licht, zu sehen, was alles hell war und „leuchtet“
Dass dies in Naumburg stattfindet.
Farbspiele Schwarzlicht
Leben in einem toten Haus.
Das Haus eignet sich wunderbar für solch eine Ausstellung.
Die Idee und Gestaltung.
Wenige Besucher
Qualität der Objekte und Gestaltungsmöglichkeiten
Größe der Ausstellung
Vielzahl der Besucher
das Gebäude
Nutzung der vorhandenen Baustruktur-Künstler*innen brauchen neue Hallen(?) der Möglichkeiten
„Begrüßer“-Konzerte
Wie viele Künstler es in unserer Umgebung gibt.
Wie viele Künstler aus der Region sind.
Wie viele Künstler in Naumburg wohnen und sich darstellen.
bielseitige Möglichkeiten
bekannte lokale Künstler*innen zu treffen
Dass die Räume kaum eine Rolle spielen.
alte bekannte Kunst
Dass es so groß war.
Größe der Ausstellung
Möglichkeiten zum eigenen „kreativ-werden“ für Besucher
Es gab Kaffee und Kuchen
die Bilder von Frau Ebert-Hoyer und die Bilder von Angelika Kunze - sehr schön
derart verschiedene Kunstformen in einer Ausstellung.
Das Café
Comic-Installation
die Bilder aus dem Kunsthaus
Dass doch mehr angeboten wurde, als ich gedacht habe.
Herr Gartoff (Musik Band)
die persönliche Anwesenheit vieler Künstler*innen

Was können wir verbessern?

Weitere Folgeausstellungen gestalten.
Gänge verschönern.
Website.
Die Information über die Veranstaltung habe ich erst sehr spät erhalten
überregionale Werbung.
Musik?
Musik!
Bleiben Sie sichtbar!
Gebt den Menschen Raum für solche Sachen!
Weiter machen!
Das ist eine gute Frage. Weiter machen!
Immer nutzen für Kunstinteressierte, Workshops Kinder etc. ...
Werbung

Nicht viel.
Übersichtigere Flyer
Gerne wieder machen
Vielleicht Sprechzeiten der Künstler*innen oder so. Man hat sich ein bisschen beobachtet
gefühlt.
Nicht so viele Künstler auf einmal! Wirkt erdrückend.
Mehr Moderne
nichts (als Symbol)
Räumlichkeiten
Mehr Reklame in der Stadt.
Schulen informieren und Kunstlehrer - Schüler kreativ werden lassen.
Öfter präsent sein
mehr Werbung!! für dieses Event
längere Zeit
Schulen für Kunst- und Kreativunterricht
evtl. Audio-Beispiele zur Erklärung
Café-Öffnung auch an Werktagen
nichts: 2 mal
kontinuierliche Fortsetzung
Mehr solche Aktionen im Land anbieten! Verschiedene Genre präsentieren.
Fanartikel
Regelmäßige Ausstellungen wie hier oder Dauerausstellungen mit wechselnden Werken
Mehr Kunst und Außeninstallationen vor dem Gebäude.
beibehalten
Mehr Installationen
Es war von fernab fast unmöglich herauszufinden, wo es ist, wann es ist, wie man hinkommt
(Anfahrt) - vorab mehr Einblicke.
Größere Öffentlichkeit (mehr Propaganda)
Mehr Informationen zu Gestaltungstechniken, Material, evtl. weiteren Ausstellungen (in der
Zukunft).
Ideensammlung der Besucher für zukünftige ähnliche Veranstaltungen.
bisschen Musik
stündlich abwechselnd die Künstler ihre Bilder vorstellen lassen („Führung“)
Alles - Nein, Scherz - ist mir SchnuPe
Mehr Sichtbarkeit in der Stadt
kleine Erklärungen
weniger Treppen - Barrierefreiheit
Akustik - Musik? - Interaktionen
Alles richtig gemacht; die Stadt sollte mehr für die Kultur die Wege ebnen.
Ausstellungsort mitten in die Stadt legen

Und sonst?

Tolle Aktion.
Hoffentlich auf ein nächstes Mal.
Vielen Dank für den wunderbar inspirierenden Einblick!
Haben Sie vielen Dank für den Einblick.
Vielen Dank! Für Nutzung von Raum, der erhalten werden soll!
Danke! Viel Glück und Kraft für weitere solch gute Projekte.
Es war schön, das Haus lebend zu sehen.
Hat mir gut gefallen.

Sehr interessant.
Ich bin begeistert!!! Daraus sollte etwas Bleibendes werden!
alles prima
Vielen Dank für die tolle Ausstellung!
Inspirationsraum Leerstand: Leerstand bleibt? Und Inspiration...
Vielen Dank! Es ist eine tolle Idee!
Schöne Idee (mit Smiley)
Haus für mehrere Veranstaltungen nutzen.
Weiter so: 3 mal
Es war großartig! Bitte unbedingt wieder
Sehr gelungen
Dieses Haus für Kunst öfter nutzen.
Die Gespräche mit den Künstlern sind sehr anregend und informativ - sehr gut
Danke!
Danke für das Projekt
Wunderbare Möglichkeit, ortsansässige Künstler*innen bekannt zu machen, zu vernetzen
Zu viele leere Räume
Bitte künstlerischer größer
Heimatkarte wünschenswert
Man hat immer so viel Ehrfurcht vor den Künstlern und trotzdem so viele Fragen auf den Lippen -
Angstschwelle des Ansprechens herabsetzen bitte!
mehr davon
weiter machen, bitte
Macht ruhig weiter so!
Danke!!
alles gut
Das schreit nach Wiederholung.
Wie wird das Objekt nach der Ausstellung genutzt?
Auf Wiedersehen!
Diese kreative Kunst hätte bessere Räume verdient.
Bitte weiter so! Danke
Danke für die Orga
Gute Idee
Gerne mehr
Es war einmal etwas anderes hier in Naumburg.
War alles toll, komme wieder!
Erweiterung der Künste.
Möglichkeit auch für kleinere Künstler.
Sehr interessant, auch ohne künstlerische Fähigkeiten.
Einfach schön. Danke!
Ein Haus für die Künste und die Kultur.
Sehr interessant.

A 4. FRAGEBOGEN ZUR E-MAIL-BEFRAGUNG DER TEILNEHMENDEN KÜNSTLER:INNEN VOR DEM FESTIVAL

1. Warum beteiligen Sie sich beim Pop-Up Festival?

2. Woran würden Sie im Rückblick Ihren Erfolg festmachen?

3. Wie schätzen Sie die Bekanntheit des Pop-Up Festivals in den Medien, in der Region ein?
Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 5 (sehr hoch) : ...

4. Was bewirkten die Kontakte und Begegnungen im Vorfeld des Pop-Up Festivals in Bezug auf Ihr Unternehmen / ihre professionelle Tätigkeit?

5. Wie hoch schätzen Sie Ihren Aufwand für das Festival ein?
 5. a) zeitlicher Aufwand:
Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 5 (sehr hoch) : ...

 5. b) personeller Aufwand:
Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 5 (sehr hoch) : ...

 5. c) finanzieller Aufwand:
Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 5 (sehr hoch) : ...

6. Was fehlt?

7. Und sonst?

A.5 FRAGENKATALOG FÜR DIE STRUKTURIERTEN TELEFONISCHEN INTERVIEWS MIT DEN TEILNEHMENDEN KÜNSTLER:INNEN/ KREATIVEN NACH DEM POP-UP FESTIVAL

Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Ja/ Nein/ Vielleicht

Wenn ja: Konkret?

Wenn nein: Warum nicht? Offene Frage

Wie zufrieden sind Sie mit der Teilnahme?

Skala

Wie schätzen Sie die Präsenz des Pop-Up Festivals in den Medien, in der Region ein?

Skala

Wie viele neue Kontakte konnten Sie knüpfen?

Zahl

Wie zufrieden sind Sie mit der Anzahl?

Skala

Was erhoffen Sie sich künftig davon?

Offene Frage

Was fehlte?

Offene Frage

Was hat Sie überrascht?

Offene Frage

Wie würden Sie rückblickend das Pop-Up Festival beschreiben?

Nennen Sie zwei Adjektive.

Für das Naumburger Pop-Up Festival wünsche ich mir zukünftig ...

Offene Frage

A.6 FRAGENKATALOG FÜR DIE STRUKTURIERTEN INTERVIEWS MIT MITARBEITER:INNEN DER STADTVERWALTUNG NACH DEM FESTIVAL

Was bewirkte das Pop-Up Festival aus Ihrer Perspektive in Naumburg, in der Region?
Offene Frage

War das Pop-Up Festival ein Erfolg?
Ja/Vielleicht/Nein

Was hat es in Bezug auf die Kultur- und Kreativwirtschaft Naumburgs bewirkt?
Offene Frage

Wie schätzen Sie die Präsenz des Pop-Up Festivals in den Medien, in der Region ein?
Skala

Inwieweit hat das Pop-Up Festival zur Stärkung und Vernetzung der Kultur- und Kreativszene beigetragen?
Skala bzw. Offene Frage

Was würden Sie den Akteuren das nächste Mal empfehlen?
Offene Frage

Was hat Sie überrascht?
Offene Frage

Wie würden Sie rückblickend das Pop-Up Festival beschreiben?
Nennen Sie zwei Adjektive.

Für das Naumburger Pop-Up Festival wünsche ich mir zukünftig ...
Offene Frage