HEINZ

DAS INFO-MAGAZIN FÜR DORTMUND

11
2011

Masterplan fürs Kreative

Wer ist, was kann und was braucht die Kreativwirtschaft in Dortmund?

Urbanatix goes Stahl

Streetartisten aus der Region treffen auf internationale Meister.

Mir fesselt man die Seele

Bevor „ELISABETH – Das Musical“ nach Essen kommt, reiste HEINZ nach Wien.

November 2011

04 Startphase
06 Preview
06 Impressum

10 Stadtplan
Masterplan für Dortmunds Kreative
12 Urbanatix goes Stahl – „Spinning Around“ – die neue Show

14 Konzerte
Annett Louisan in der Tonhalle und Philharmonie
An Horse + Tim Neuhaus & The Cabinet + Honig im Druckluft
Rihanna in der LANXESS arena
Jennifer Rostock in der Matrix und Essigfabrik
HGich.T in der Zeche Carl
Phillip Boa & The Voodoo Club im LCB
Lenny Kravitz in der Mitsubishi Electric Halle
Georg Zimmermann in der Cobra-Kantine
George Michael in der König-Pilsener-Arena
Opeth + Pain Of Salvation in der Essigfabrik
Alice Cooper in der RWE-Sporthalle
Decapitated + Aborted u.a. im Turock
Yann Tiersen im FZW
Frida Gold in der Zeche
Sade in der Westfalenhalle 1
In Flames u.a. in der Turbinenhalle
The Smashing Pumpkins im Palladium
Pohlmann in der Zeche, FZW, Kulturfabrik
18 Tipp des Monats: Machine Head in der Turbinenhalle

20 Bewegungsmelder
Die Veranstaltungstermine des Monats im Überblick
44 Ausstellungsübersicht

46 Kleinanzeigen
Kontakte, Reisen, Kunst und Kreatives, Dies und Das

50 Kino
„Die Abenteuer von Tim und Struppi“ von Steven Spielberg
„Zwei an einem Tag“ mit Anne Hathaway
„Shark Night 3D“ mit Sara Paxton
„Black, Brown, White“ mit Wotan Wilke Möhring
„Anonymus“ von Roland Emmerich
„Der Fall Chodorkovsky“ von Cyril Tuschi
„Der Gott des Gemetzels“ von Roman Polanski
„Die verlorene Zeit“ von Anna Justice
52 Tipp des Monats: „Cheyenne“

54 Ausstellungen
„Arbeit nervt!“ im Künstlerhaus Dortmund
„Alles Gute!“ im Museum Schloss Moyland
„Die andere Seite des Mondes“ in der K20
„Sehen ist Denken“ im Museum Baden
„Lust und Kalkül“ im Museum Küppersmühle
56 Tipp des Monats: Aernout Mik im Museum Folkwang

58 Bühne
„Die Tony Mono-Tour“ in Recklinghausen/Hagen
„Klara Blanco“ in der Parzelle im Depot
LesArt.Festival in Dortmund
Mario Barth in der Grugahalle
„Tegtmeiers Erben 2011“ in Do/Ob/Her
60 Tipp des Monats: ELISABETH – Das Musical

62 Ausgehen
Zehn Jahre erste Liga: Piazza Navona
Vergesst Amsterdam! Baan Pai

www.heinz-dortmund.de

Dortmunds Kreative

Machine Head

Cheyenne

Aernout Mik

ELISABETH

Piazza Navona

10. - 13. NOVEMBER, RATINGEN

Tickets:
Tel.: 02102-5504104
oder 0211-274000
www.voices-ratingen.de

VOICES
DAS FESTIVAL DER STIMMEN
2011

RATINGEN

Masterplan fürs Kreative

Dialog mit den Kreativen **Wer ist, was kann und was braucht die hiesige Kreativwirtschaft? Dortmunds Kultur- und Wirtschaftsförderer wollen alles dafür tun, damit sie sich weiterentwickelt. Der Masterplan „Kreatives Dortmund" soll jetzt dazu beitragen, die Branche nach vorne zu bringen. Um diesen Plan bestmöglich an die Gegebenheiten und Akteure anzupassen, soll er gemeinsam mit den Kreativen fertiggestellt werden.**

Der erste Schritt ist getan. Dortmund hat seine Kreativen identifiziert – ob im Designbereich oder im Verlagswesen, von der Darstellenden Kunst bis hin zur IT. 552 von ihnen haben sich unter www.kreativwirtschaft-dortmund.de eingetragen, ein knappes Drittel der insgesamt 1.800 Unternehmen und Selbstständigen in Dortmund. 15.800 Mitarbeiter müssen hinzugezählt werden, davon sind 5.300 sozialversicherungspflichtig beschäftigt.

Diese ganze Branche will Christian Weyers, Projektleiter Kreativwirtschaft der städtischen Wirtschaftsförderung, schlau machen, zum Beispiel mit Informationen darüber, dass es einen NRW.BANK Kreativwirtschaftsfonds, eine Förderfibel für kreative Gründer und diverse Veranstaltungen gibt, bei denen Kreative ihre Ideen an den interessierten Investor bringen können. Jeden Freitag verschickt Weyers einen Newsletter mit Neuigkeiten aus und für die Branche. 1.200 Empfänger haben ihn abonniert. Schlauer werden sollen aber auch andere: „Dortmunds Großunternehmen kaufen allesamt Kreativleistungen ein, viele meinen aber, so etwas bekäme man nur in Düsseldorf oder Hamburg". Weyers wünscht sich, dass die hiesigen Branchen „untereinander Geschäfte machen", dass Technologie-Unternehmen und Kreative zusammenfinden und daraus vielleicht sogar neue Produkte entstehen. „Es gibt keine Stadt, die sich dem Thema so annimmt wie Dortmund", schwärmt der Projektleiter.

Davon kündet jetzt auch der Masterplan „Kreatives Dortmund". Ende September durch Kulturdezernat und Wirtschaftsförderung „auf den Weg gebracht", kündigt er ab November drei Dialogveranstaltungen an, „bei denen vor Ort mit der Szene diskutiert wird. Jeder kann kommen", sagt Weyers. „Auch Jörg Stüdemann soll daran teilnehmen." Leider standen die Termine Ende Oktober noch nicht fest. Dortmunds Kreative abonnieren am besten den Newsletter von Christian.Weyers@stadtdo.de, um rechtzeitig informiert zu sein, wann und wo der Dialog stattfindet.

Der Dialog mit den Kreativen soll als Prämisse vorangestellt werden, um die in der Vorab-Version des Masterplans skizzierten Potenziale wirklich auszuschöpfen. Die zu ermittelnden Maßnahmen sollen sich „an den jeweiligen Bedürfnissen der Akteure, Szenen und Quartiere orientieren". Die „Schaffung eines Gründungsklimas" wird als mentales Ziel formuliert, im Fokus stehen zum Beispiel Brückstraßenviertels und Hörder Innenstadt.

Marc Röbbecke begrüßt die Formulierung eines Masterplans. Der Gründer von Heimatdesign (Magazin, Shop und Agentur) und maßgebliche Akteur Dortmunds kreativer Szene wünscht sich insgesamt mehr Transparenz und Orchestrierung: „Die Stadt kümmert sich hier schon sehr stark um uns. Wir vermissen aber einen runden Tisch, zu dem alle Beteiligten gerufen werden, um zu erfahren, was von städtischer Seite geplant ist. Bekäme man dadurch Hinweise, zum Beispiel wann Investitionen im Brück- und Hafenviertel anstehen, könnte man sich als Kreativer danach ausrichten."

Für Jürgen Brunsing grenzt der Plan an „Masterplaneritis. Masterpläne haben keine verwaltungsrechtliche Relevanz, das Geld für seine Erstellung sollte man lieber in praktische Projekte stecken." Der kulturpoliti-

sche Sprecher der GRÜNEN Ratsfraktion hatte vor einem Jahr schon beim Kulturdezernenten angefragt, warum weder Rat noch Fachausschüsse in die Planung mit einbezogen würden. Genauso würden Vorhaben, bei denen Ecce mitmische, überhaupt nicht ausgeschrieben. In seinen Augen könnten vorhandene Akteure diese Aufgaben ebenso gut erfüllen.

Dem european centre for creative economy kommt im Masterplan eine entscheidende Rolle zu: „Ecce sorgt für die internationale Ausrichtung der Kreativökonomie und das Akquirieren von EU-Fördermitteln", so Christian Weyers. 2010 wurden hierüber zwei Theaterprojekte, 2011 drei Kreativ-Festival bezuschusst. „Sein Fortbestand soll mit einer Grundfinanzierung aus Mitteln von Land und RVR gesichert werden."

457.000 Euro Landesförderung hat das Institut, gegründet von der RUHR.2010 GmbH, dieses Jahr vom NRW-Kulturministerium erhalten. Gerade in Blogs wie Unruhr oder den Ruhrbaronen, aber auch in Tageszeitungen von BILD bis WAZ wird die Arbeit von Ecce kritisch betrachtet. Der Arbeitsansatz von Ecce sei aufgestülpt und über der kreativen Branche schwebend. Größter Stein des Anstoßes ist der künstlerische Leiter Dieter Gorny. Manch einer sieht im Ecce eine „reine Arbeitsplatzbeschaffungsmaßnahme".

Röbbecke lobt die Institution am Fuße des „U": „Die kommen sogar vorbei und informieren von sich aus über Fördermöglichkeiten. – Die meisten Kreativen wissen nicht, was gefördert werden könnte." Dass Ecce für Schnittstellen in ganz Europa sorge, findet er besonders gut: „Für uns fünf Minuten Fußweg, um internationale Ebenen zu erreichen. Allein könnten wir uns darum gar nicht kümmern."

Das Dortmunder Taschen-Label „Zechenkind" und die Agentur Goldfuchs & Flieger kamen über diese Schaltstelle Mitte September nach Amsterdam, um auf der Picnic, Europas Leitmesse für Kreativwirtschaft, vor internationalem Fachpublikum ihre Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren. Ecce soll auch zwischen Immobilienbesitzern und Kreativen vermitteln. Die gerade eben veröffentlichte CREATIVE.NRW-Studie zeigt, dass die Nachfrage nach freien Räumen bei Kreativen größer ist als das Angebot. Gerade preisgünstige Büroflächen sind Mangelware. An neuen Raumnutzungsformen wie Kreativquartieren, Coworking Spaces und Zwischennutzungen besteht daher hohes Interesse. Mehr Platz hierfür findet sich vielleicht schon am 25.11., wenn in Essen die Fachkonferenz „Räume neu denken. Immobilienwirtschaft trifft Kreativwirtschaft" tagt.

In Dortmund ist diesbezüglich schon etwas im Gange. Mehrere Leerräume in der Nordstadt stehen für Kreative aus der Hochschule als Ateliers, Ausstellungs- oder Büroräume offen. Als Gegenleistung sollen die Nachbarn einbezogen werden. In Kooperation mit der Wirtschaftsförderung, gesponsert von der Stiftung Mercator, fungiert die FH hier als Schnittstelle zwischen Hochschule, künstlerisch Tätigen, Verwaltung, Quartiersmanagern und Wohnungsgesellschaften. Am selben Strang zieht der Verein „Borsig11" mit Sitz am Borsigplatz 9. Initiator Volker Pohlüke vermittelt mietreduzierte Wohnungen der Evonik GmbH an Studierende.

Kreative Veranstaltungsformate

Pecha Kucha-Night: Bei der von Marc Röbbecke und Reinhild Kuhn aus Japan nach Dortmund importierten Veranstaltung müssen Projektideen anhand von exakt 20 Folien, jeweils 20 Sekunden an die Wand geworfen, auf den Punkt gebracht werden. Diese strikte Vorgabe sorgt im Gegensatz zu „Death by Powerpoint" nicht nur für Kurzweil, sondern auch dafür, dass der Clou bei potenziellen Auftraggebern ankommt. 10.11., 20 Uhr; DEW21 Kundenzentrum, Ostwall 51, Dortmund; Preis: 5 €

Creative Stage: Zehn Kreative haben redend, singend, tanzend oder auch anders jeweils acht Minuten Zeit, ihre Geschäfts-, Produkt- oder Veranstaltungsidee an den interessierten Investor zu bringen. „Nicht jeder geht danach gleich mit einem Auftrag nach Hause", so Weyers, „aber mit einer Menge neuer Kontakte." 16.11., 19 Uhr Zentrum Altenberg, Hansastr. 20, Oberhausen, Besuchervoranmeldung unter www.creativestageruhr.de

Dortmund.Kreativ.Stars: Als mehrtägige Ausstellung präsentiert die Wirtschaftsförderung seit Juni 2008 allmonatlich einen Dortmunder und einen auswärtigen Kreativen bei Heimatdesign. Die Auswahl trifft das Team um Marc Röbbecke und Reinhild Kuhn. Man kann sich bei ihnen direkt bewerben oder aber wird schlichtweg entdeckt.

36. Vernissage: 17.11., 18 Uhr, Heimatdesign, Hoher Wall 15, Dortmund mit Jan Kath und Haiko Hebig. Während Hebig das Ruhrgebiet mit all seinen Industriebrachen zeigt, „wie es nicht gesehen werden will", verknüpft der Teppich-Designer Jan Kath Elemente des Orientteppichs mit zeitgenössischem, minimalistischem Design.

Den Nachwuchs auf diese Weise zu unterstützen und auch an die Stadt zu binden ist Dreh- und Angelpunkt im angedachten Masterplan. „Dortmund hat hervorragende Ausbildungsstätten. Ihre Absolventen wollen wir in Dortmund halten." Dazu gehöre die Professionalisierung von Existenzgründungen im Kreativbereich, aber auch die Weiterentwicklung von Lifestyle und Szenevierteln wie um die Brückstraße. Weyers findet es klasse, dass der OB Dortmunds Discothekenbetreiber an einen runden Tisch geladen und miteinander bekannt gemacht habe. Das Ergebnis kann sich sehen lassen und gespannt machen: 24 Nightlife-Betreiber haben sich in dem Verein „Ausgehen in Dortmund" zusammengeschlossen „mit dem gemeinsamen Ziel, die Zusammenarbeit mit der Stadt zu optimieren und das Dortmunder Nightlife attraktiver zu gestalten". Vielleicht macht dieses Beispiel Schule und es wird doch noch alles gut. Isar

RÄUME NEU DENKEN. Immobilienwirtschaft trifft Kreativwirtschaft
Folkwang Universität/SANAA-Gebäude, Gelsenkirchener Str. 209, Essen; **Termin:** 25.11.

◄ ▼ Kreative reden, singen, tanzen – Creative Stage. Die nächste Veranstaltung findet am 16.11. im Zentrum Altenberg in Oberhausen statt. (Foto: Daniel Sadrowski)