

„Spirit of Harburg“ (1. Konzeptentwurf - 11.05.2020)

Sommer im Park – Medienevent (Corona Edition)

Projektbeschreibung:

Die diesjährige Absage des geplanten Events „Sommer im Park“ auf der Freilichtbühne im Harburger Stadtpark ist ein großer Verlust für Bürger, Künstler, Beteiligte und damit auch für den Kulturstandort Harburg insgesamt. Das in den letzten beiden Jahren erfolgreich entwickelte Kulturfestival sollte im August 2020 stattfinden.

Die Schwerpunkte bei dem geplanten Fest im Zeitraum vom 21.08. bis 30.08.2020 sollten auf Kultur, Kunst und Musik und auf der Begegnung zwischen verschiedenen Altersgruppen mit der Natur liegen. Der schöne Naherholungsort sollte mit viel Kultur und Spiel erlebbar gemacht werden.

Die Organisatoren der Veranstaltung haben Ideen für eine digitale Alternative zur diesjährigen, coronabedingten Absage der Veranstaltung zusammengetragen. Unter dem Motto „Spirit of Harburg“ könnte ein Medienevent erfolgen, das folgende Gemeinsamkeiten mit der Idee von „Sommer im Park“ online in die Bevölkerung transportieren:

1. Förderung der Kultur(vermittlung) und Integration in Harburg
2. Aufzeigen der Vielfalt der Harburger Kulturszene
3. Darstellung des Gartendenkmals
4. Wahrnehmung Harburgs als kulturell lebendiger und vielfältiger Stadtteil in ganz Hamburg.

Damit der „Sommer im Park“ als jährlich wiederkehrende Veranstaltung sich weiter festigen und das Format auch im nächsten Jahr Bestand hat, wird auf Basis der Erfahrungen der letzten beiden Jahren und unter Einbeziehung der Harburger Kulturakteure ein inhaltliches Konzept für ein Medienevent entwickelt. Dieses sollte nicht nur als Onlinestream erfolgen, sondern ebenfalls mit einem Fernsehsender in Zusammenarbeit erstellt und ausgestrahlt werden. Mit einem attraktiven Programm sollen alle Bevölkerungsgruppen angesprochen und ein vielfältiges Publikum für die Harburger Kultur interessiert werden.

Bei der Auswahl für das Programm wird das Organisationsteam die künstlerische Qualität im Sinne eines Beitrags zu den Zielsetzungen des Festivals sicherstellen, insbesondere zur Kultur(-vermittlung) und Integration sowie Darstellung der Vielfalt der Harburger Kulturszene.

Spirit of Harburg (Ersatzformat für Sommer im Park) „Medienevent“

Der Harburg-Tag, im Stil einer Live-Sendung im Spirit der Veranstaltung „Sommer im Park“ / „Freiluftbühnenmagie“ (Fernsehstudio & Moderator auf der Freiluftbühne“)

Kurzkonzept:

Am Sonnabend, den 22.8. bauen wir auf der Freilichtbühne im Harburger Stadtpark ein Fernsehstudio auf. In der Zeit von 14.00 – 20.00 Uhr laden wir Akteure der Harburger Kulturszene, Politiker und Netzwerker unseres Stadtteiles ein und präsentieren sowohl „Live auf der Studio-Bühne“ als auch mit professionell vorproduzierten Videos unseren Stadtteil. Darüber hinaus stellen wir bis zu 15 Musikacts auf die zum Teil dezentralen angeschlossenen Bühnen, diese „Musik-Quickies“ aufführen, das sind Kurzkonzerte im Stile eines Kaffeehauskonzertes, die zwischen einzelne Interview- oder Videostrecken platziert werden. Abgerundet wird das Bild mit selbstproduzierten, hoch-qualitativen Videos aus den Kulturorten Harburgs.

Situation:

Clubs, Theater, Kulturhäuser stehen leer; Kreative haben keine Öffentlichkeit und keine Jobs; Künstler*innen sind im Wartemodus; Digitalisierung in Form von Auftritten ohne Publikum sind ein Versuch aber bringen weder Einnahmen noch kommen sie oftmals übe das Niveau der Trostlosigkeit oder des Charakters einer Proben hinaus. Dabei ist die Zeit aus einer anderen Perspektive betrachtet grandios: Techniker*innen, Räume, Künstler*innen haben ZEIT.

Idee:

Was wäre ein Rockklassiker z.B. von Jimmy Cornett neu arrangiert mit Streichquartett (der TUHH) und künstlerisch anspruchsvollem Video? Oder der Harburg-Song von Gospeltrain von einer Punkband im Stellwerk gespielt wird? Tanz und Theater mit 3 Kameras als Videoclip eigens gestaltet und nicht beim Auftritt „einfach mitgefilmt“? Ein Club bei Tageslicht und mit den Machern dahinter porträtiert? Viele Ideen gab es immer schon aber scheiterten oft schon an der Zeit oder an der Verfügbarkeit von Orten oder der Technik. Jetzt ist Zeit für Experimente! Die Produktionen können quer durch alle Genres gehen: Tanz, Theater, Literatur, Bildende Kunst, Wissen und Musik, Portraits, Interviews etc. – gestaltet durch kreative und hochwertige Audi- und Video-Technik. Je Clip kommen 3-5 Minuten zusammen und stellen „Kultur in /während der Krise“ dar. Zugleich werden sie zum Zeitdokument eines ungewöhnlichen Jahres mit ungewöhnlichen Formaten. Das Ganze wird eingebettet in eine Gesamtdokumentation, die letztlich als DVD oder per Download käuflich ist und zum Jahresende ein ideales Geschenk von und für Harburger*innen darstellt.

Locations:

- **Park-Bühne** als Sendestudio
- **Nebenbühnen** für Live-Schaltungen im Stellwerk und in Marias Ballroom

Bewegtes Kamerateam oder Vorproduktion für

- **Locations:** Museen (AMH, Stadtmuseum, electrum), Theater, Friedrich-Ebert-Halle, Rieckhof, Clubs [Ballroom, Stellwerk, Dubliner, Komm Du, Speicher, Habibi Atelier, Fischhalle etc.], Kunstverein, Medical School, TUHH, Geschichtswerkstatt, AWS, Kulturhaus Süderelbe, Darboven-Museum, Sozialkontor, Kunstleihe, ContraZt e.V., Elbdeich etc.pp.

- **Plätze:** Parkbühne, Rathaus, Kanalplatz, Sand, Lämmertwiete, Channel, Lüneburger Tor, Neuländer See, Süderelbbrücke, Schleuse, Außenmühle usw.
- **Clubs in Harburg:** Komm Du, Old Dubliner, Kulturwerkstatt Harburg, Stellwerk, Speicher am Kaufhauskanal, Marias Ballroom, Fischhalle, Alles wird Schön, Kulturwerkstatt
- **Nebenbühnen** für Live-Schaltungen im Stellwerk und in Marias Ballroom

Akteure:

Museum, Künstler*innen, Musiker*innen, Theatergruppen, Tanzgruppen, BigBands, Chöre ...

Ziele

- Aktive Harburger werden als Kulturschaffende eingebunden
- Eine größere Reichweite durch Einbeziehung von Medienpartnern (HH1 oder NDR) und Live-Übertragung
- Darstellung der Kulturvielfalt in Harburg
- Imageförderung des Stadtteils (von Positiv bis „morbidem Charme“ – was „ist“ Harburg wirklich?!)
- Der Spirit des Parks soll auf Harburg übertragen werden
- Aus der Not der Absage von „Sommer im Park“ den Schwung der Ankündigung des neuen Events nehmen: Das Medienevent soll gleich neu angekündigt werden
- Kulturstandort Harburg als „Standortfaktor“ für Lebensqualität stärken / herausarbeiten

Ideenspeicher/Umsetzungsideen

- Programmfenster werden mit Liveaufnahmen und Einspielern abwechselnd konstruiert
- Bestehende Aufnahmen werden als ergänzendes Material („Footage“) benutzt
- „Die Leute schauen zu, wenn sie gerade Zeit haben, und bleiben solange sie „es“ interessiert.“
- Evtl. Ersatz für „NDR Sommertour“(Gitte Lansmann fragt beim NDR nach)
- Inhaltliche Freiheit hätten wir mit Hamburg 1 als Produktionspartner (Kostspflichtige Auftragsproduktion)
- Beim NDR ggf. redaktionelle Mitarbeit durch Medienpartner und weniger Freiheiten, aber deutlich höherer Reichweite
- Es soll etwas „Bleibendes“ dabei heraus kommen (DVD-Zuschnitt / Dokumentation)
- „Eurovision Song Contest-Bild: **Einspieler & Act** gemeinsam denken, Moderator & Studiobühne, Setting, Sommer im Park - Bühne = Basisstudio (Ähnlich Rockpalast-Lorelei-Festivals in den 89er/90er)
- Weitere Clubs und Locations in Vorproduktion
- Einspieler: Vorproduzieren, aber auch live mit beweglichen Kamerateams denkbar
- Bild: Harburger Online-Herzen (sammeln) = Punkte/Abstimmung pro Act / Aktion Sympathiepunkte
- Kamerateams bewegen sich durch Harburg. Feste Stationen & Zufällige Passanten,
- Heimos-Stör-Buzzer = Online-Karaoke Das müsste noch erarbeitet werden...
- Footage von früheren Veranstaltungen und z.B. Nacht der Lichter, Weißes Dinner, Opernübertragung nutzen
- Außerdem: Portraits, Geschichten, Museumsflug, Harburger Geschichtspfad usw.
- „6-12 Stunden“ – 24 Plätze?
- „Stories to Tell“ (Sammlung beginnen)



DAS MEDIENEVENT 2020 „Spirit of Harburg“

- Harburg Song: es könnte immer auf die volle Stunde eine neue Version vom Harburg Song vorgestellt werden
- Besondere Plätze und Aktionen in Harburg für Einspieler nutzen (z.B. Mountainbiking in den Harburger Bergen, Wasserski Neuland, Ältester Wochenmarkt Hamburgs, Binnenhafen...)

Mögliche Partner:

- **NDR** (Hamburg Journal, Sommertour Ole Adams)
- **Hamburg 1** (Petra Graudenz)

Finanzierung: Erster Kostenplan als Anhang

Stand: 11.5.2020 / AK Sommer im Park

(Karsten Schölermann, Melanie-Gitte Lansmann, Jan Schröder, Heimo Rademacher, Matthias Bauer)