

“Festival ”

Das URBAN ART-HEIDELBERG ist eine Kunstaussstellung die **vom 11.09 - 30.09 September 2015**, über einen Zeitraum von 19 Tagen mit der Unterstützung der Stadt Heidelberg stattfinden wird. Die verschiedenen Häuserwände der Stadt stellen die Ausstellungsflächen dar, welche jeweils von Künstlern aus verschiedenen Bereichen gestaltet werden.

1.1 | Einführung

Der öffentliche Raum ist ein Bereich der von allen Menschen wahrgenommen und mitgestaltet wird. Durch Medialisierung und Technologisierung der Gesellschaft wird der Erlebnischarakter von Veranstaltungen zunehmend relevanter und der Austausch sozialer Verbindungen durch das Live-Erleben gefördert.

Das Kunst-Erlebnis im öffentlichen Raum soll uns aufrütteln, den Alltag mit neuen Augen wahrzunehmen und uns einen Anstoß geben, die Dinge von ihrer eigentlichen Bestimmung loszulösen um sie in einem neuen Licht entdecken zu können.

Nicht zuletzt deshalb gewinnt Kunst im öffentlichen Raum mehr und mehr an Bedeutung und nimmt einen wichtigen Teil im Schaffen neuer kultureller Werte ein.

1.2 | Urban Art

Urban Art ist im öffentlichen Stadtraum zu Hause, kommuniziert mit diesem und seinen Bewohnern und wird damit zu einer öffentlichen Angelegenheit.

So wird Urban Art zum Medium gestalterischer und politischer Diskurse die in den Wettstreit mit öffentlicher Werbung treten.

2 | Das Projekt

Die Stadt Heidelberg soll von lokalen und international anerkannten Künstlern in eine urbane Galerie verwandelt werden. Hierzu sollen einzelne Häuserwände von verschiedenen Künstlern gestaltet werden.

Die Künstler werden aus einem Pool international arbeitender Kunstschafter angesprochen und rekrutiert und kommen aus den Bereichen der Urban Art.

Es gibt keine Themenvorgabe, allerdings sollte auf die Wirkungsweise dieses speziellen Ausstellungsraums weitgehend eingegangen werden.

2.1 | Das Konzept: Die Stadt als Bildträger und Ausstellungsraum

Das Festival begreift künstlerische Interventionen im öffentlichen Raum als Möglichkeit, diesen für das Gemeinwesen zurückzugewinnen.

Öffentlicher Austausch ist möglich und erwünscht und kulturelle Brücken sollen im visuellen Kontext geschlagen werden.

Die Stadt verwandelt sich in eine ganzheitlich gestaltete Installation, Serien sind möglich und die Arbeiten können in Bezug zueinander stehen.

Alle Arbeiten sind so angebracht, dass der normale Verkehrsfluss nicht beeinträchtigt wird. Der Passant ist allerdings statt mit Werbung, mit einer speziell für ihn geschaffenen Arbeit konfrontiert.

Die spannende Herausforderung besteht demnach darin, einen Ausdruck zu finden, der das heterogene Publikum in allen Altersgruppen vom Arbeiter bis zum Kunstkenner anspricht.

Begleitet wird die Ausstellung von einer Vernissage und Finissage, einer Pressekonferenz, einem "Making Off"- Videodreh und mehreren Veranstaltungen.

Auf der Webseite www.urbanart-heidelberg.de kann sich über die Ausstellung, über Termine, Künstler und Organisatoren informiert, sowie ein Publikumspreis für die Gestaltung vergeben werden.

Das TRANSIT 2015/ Urban Art Festival-Mannheim/Heidelberg ist darauf ausgelegt sich als eine jährlich stattfindende Kunstausstellung zu etablieren.

3 | Die Künstler

Die Künstler werden aus einem Pool international arbeitender Kunstschafter angereprochen und rekrutiert.

Künstler mit denen wir im Gespräch stehen:

Smash137/ Urban Artist |Basel| <http://www.smash137.com>

Case / Urban Artist |Frankfurt| <http://www.sexyartcase.com>

Adnate/Mangen / Urban Artist |Melbourne| <http://www.adnate.com.au>

Hendrik Beikirch / Urban Artist |Berlin| <http://www.hedrikbeikirch.com>

Katharina Grosse / Urban Artist | <http://www.katharinagrosse.com>

Limow /Urban Artist |Heidelberg/Barcelona| <http://www.limow.com>

Daniel Thouw / Urban Artist |Heidelberg| <http://www.danielthouw.com>

Wesr Danny Figueroa / Urban Artist |Lima|

Superblast Manuel Osterholt / Urban Artist |Heidelberg/Berlin| www.superblast.de

Markus Genesisius / Urban Artist |Bremen| www.markusgenesisius.de

SweetUno / Urban Artist |Heidelberg/Basel| www.sweetuno.de

Herakut / Urban Artist |Frankfurt| www.sweetuno.de

Die Kuratoren

Die Ausstellung wird von kuratiert von Pascal Baumgärtner und Daniel Thouw

Smash137



Hendrik Beikirch

Herakut



Markus Genesisius



Wesr / Danny Figueroa



Case

Daniel Thouw



Adnate



Katharina Grosse



Limow



Superblast



SweetUno



Bestätigte Künstler

Smash137/ Urban Artist |Basel| <http://www.smash137.com>

Limow /Urban Artist |Heidelberg/Barcelona| <http://www.limow.com>

Daniel Thouw / Urban Artist |Heidelberg| <http://www.danielthouw.com>

Wesr Danny Figueroa / Urban Artist |Lima|

Superblast Manuel Osterholt / Urban Artist |Heidelberg/Berlin| www.superblast.de

Markus Genesisus / Urban Artist |Bremen| www.markusgenesisus.de

SweetUno / Urban Artist |Heidelberg/Basel| www.sweetuno.de

4 | Zusätzliche Module zur Ausstellung

Vernissage/ Finissage

Anfang und Ende der außergewöhnlichen Ausstellung

„URBAN ART-HEIDELBERG“ markieren, wie bei gewöhnlichen musealen Kunstausstellungen, die Vernissage und die Finissage. Diese sollen dem Event entsprechend in einem besonderen Veranstaltungsort stattfinden.

Satellitenveranstaltungen

URBAN ART-HEIDELBERG, enthält weitere vielfältige kulturelle Aktivitäten, die ein breites Spektrum von Besuchern, anziehen wird:

- zwei Kunstworkshops für Jugendliche, geleitet durch das Kuratoren-Team und teilnehmenden Künstlern
- eine Posterausstellung im öffentlichen Raum
- Live-Wandmalereien
- eine Kunstauktion für ein soziales Anliegen welches noch bestimmt wird.

URBAN ART-HEIDELBERG beinhaltet ebenso eine urbane Stadtrundfahrt, eine separate Veranstaltung mit Künstlerpräsentation und Podiumsdiskussion über die Arbeiten, einen Familienausflug mit Führung durch die Ausstellung.

Die Veranstaltung richtet sich sowohl an kultur- und kunstinteressierte Besucher als auch an ein neues Publikum aller Altersgruppen. Darüber hinaus werden die Veranstaltungen und Aktivitäten unterschiedlichste Knotenpunkte in den einzelnen Stadtteilen darstellen. Gerade sozial benachteiligte-, oder Gebiete in welchen neu-angekommen Flüchtlinge leben, können von diesem Format profitieren.

Broschüre/Katalog

Eine begleitende Broschüre wird Auskunft über die Satellitenveranstaltungen, das Projekt selbst und die Künstler geben. Sie dient der zusätzlichen Information neben der ausführlichen Internetseite.

Pressekonferenz

Die Pressekonferenz soll Vertretern der Medienbereiche Print, Funk und Fernsehen einen Einblick in verschiedene Aspekte der Ausstellung geben und eine vorab Berichterstattung ermöglichen.

Stadtkarte der Ausstellung

Ein wichtiger Bestandteil des Konzepts ist die Schaffung einer Stadtkarte mit den einzelnen Wandarbeiten.

Somit sind nicht nur Touristenführungen möglich, ganz generell vereinfacht diese Karte Gruppen den Zugang zu den Ausstellungsflächen.

5 | Die Mitwirkenden

Unser Team

Pascal Baumgärtner
David Hernandez
Daniel Thouw
Caroline Kaiser
Stefanie Fennar
Ella Kehrer
Dr. Milan Chlumsky
Juan Ortiz Coronado

6 | Marketing

Eine breit angelegte virale Marketingstrategie soll das URBAN ART-HEIDELBERG sowohl auf der lokalen Ebene, als auch überregional bekannt machen. Dafür sollen Vertreter aller zur Verfügung stehenden Medien angesprochen werden.

Hörfunk (Radio Regenbogen, SWR3 u.a.)

Presse (Rhein Neckar Zeitung, Mannheimer Morgen, Sueddeutsche Zeitung, u.a.)

Rundfunk (Arte, RNF, SWR Fernsehen u.a.)

Internet (Eigene Website, Social Media und andere Onlinepublikatoren)

Flyer

Poster (Werbemittelflächen der Stadt Heidelberg u.a.)

Zusätzlich zu der vorangehenden Etablierungsphase, soll eine anschließende Berichterstattung über die Ausstellung in einigen der bereits oben genannten Medien stattfinden. Darüber hinaus erachten wir Beiträge auf freien Filmplattformen wie Youtube für sinnvoll. Die Herstellung einer DVD ist in Planung.

6 | Nutzen

Die Aufmerksamkeit für das Event bleibt auch wegen der hohen Touristenanzahl, die sich in Heidelberg fortbewegen, nicht auf das lokale Interesse begrenzt.

Das Event leistet einen wichtigen Beitrag zur Unterstützung der Kunst- und Kulturszene. Das, für die Region, einzigartige Konzept der Ausstellung wird zweifelsohne durch ausreichend Presse und Medien begleitet werden.

Ein neuer, wichtiger Kontext, ist die Ernennung Heidelbergs und Mannheims zu UNESCO creative-Cities. Gerade im Hinblick auf die Metropolregion und die Bewerbung zur Kulturhauptstadt 2020.

Hier kann das URBAN ART-HEIDELBERG einen erheblichen Beitrag leisten, als erstes überregionales und internationales Kunstfestival.

Wir sind gerne bereit weitere Maßnahmen nach Ihren Vorstellungen zu entwickeln und freuen uns auf Ihr Interesse.

7 | Zur Gestaltung freigegebene Fassaden



#01 Hotel Metropol



#02 Bahnhofsstr.63



#03 Spedition Fels



#04 Spedition Fels



#05 Spedition Fels



#06 und #07 Alte Feuerwache Heidelberg

Momentane Planungen bez. der Gestaltung weiterer Wände hängen von folgenden, zeitnahen Terminen ab: GGH, private Hauseigentümer*innen, Eigentümergemeinschaften. Gegenwärtig sind uns 7 Wände für die Gestaltung freigegeben. Somit fehlen noch 3 ausstehende Zusagen um auf die realistische Gestaltungsmöglichkeit von 10 Hauswänden bzw. Fassaden zu kommen.

7 | Kosten und Finanzierung

Künstler

-Honorar für 10 Künstler 5.000 Euro
Auf 10 Künstler werden pauschal, je 500€ ausgezahlt.

-Unterkunft 6 Künstler 3.600 Euro
Doppelzimmer, 75,-€/Nacht inkl. Frühstück, Laufzeit max. 8 Tage

-Reisekosten Künstler
International: 5 x 500,- 2.500 Euro
5 europaweite Flüge inkl. Flughafentransfer

Überregional: 5 x 250,- 1.250 Euro
Anreise per Bahn, Bus oder Auto

-Spesen und Verpflegung Künstler
Mittagstisch und Abendessen 1.170 Euro
7 Tage á 13x15,-€ Tagespreis p.Pers.
10 Künstler + 3 Personal

Sonstige Spesen und Verpflegung 900 Euro

Künstler Gesamt: 15.020,00 Euro

Büro Arbeit/Personal

Carolin Kaiser Praktikantin 4 Monate á 400,-€	1.600 Euro
Daniel Thouw Künstlerkommunikation, Kuration, Marketing 6 Monate á 1200,-€	7200 Euro
David Hernandez Planung Wände, Assistent-Kuration 2 Monate á 500-€	1.000 Euro
Ella Kehrer Marketing 1 Monate á 800,-€	800 Euro
Pascal Baumgärtner Leitung, Kuration 6 Monate á 1500-€	9.000 Euro
Miete Arbeitsraum incl. Nebenkosten 3 Monate á 1000€ davon Eigenanteil 1000€	2.000 Euro

Büro Arbeit/Personal Gesamt: 19.600,00 Euro

Marketing Kosten

- Poster

Gestaltung/Grafiker 700.00 Euro

Papier: 135g Bilderdruck matt, beidseitig matt gestrichen

Format: 841 x 594 mm

Farbe: 4/4-farbig Euroskala (beidseitig)

Auflage: 1000 349.81 Euro

- Flyer

Gestaltung/Grafiker 550.00 Euro

Papier: 300g Bilderdruck matt, beidseitig matt gestrichen

Format: 148 x 105 mm

Farbe: 4/4-farbig Euroskala (beidseitig)

Auflage: 2500 52.61 Euro

- Festival Brochure/Zeitung/Stadtkarte

Gestaltung/Grafiker 3.200.00 Euro

100g Bilderdruck matt, beidseitig matt gestrichen

Format: 594 x 420 mm

Farbe: 4/4-farbig Euroskala (beidseitig)

Auflage: 10000 2278,14 Euro

Texte und Redaktion 750,00 Euro

- Grafik/CI

Gestaltung/Grafiker 400.00 Euro

- Webseite

Template und Anpassungen 400.00 Euro

Programmierung 600.00 Euro

Inhalte 200.00 Euro

7 | Kosten und Finanzierung

Künstler

-Honorar für 10 Künstler 5.000 Euro
Auf 10 Künstler werden pauschal, je 500€ ausgezahlt.

-Unterkunft 6 Künstler 3.600 Euro
Doppelzimmer, 75,-€/Nacht inkl. Frühstück, Laufzeit max. 8 Tage

-Reisekosten Künstler
International: 5 x 500,- 2.500 Euro
5 europaweite Flüge inkl. Flughafentransfer

Überregional: 5 x 250,- 1.250 Euro
Anreise per Bahn, Bus oder Auto

-Spesen und Verpflegung Künstler
Mittagstisch und Abendessen 1.170 Euro
7 Tage á 13x15,-€ Tagespreis p.Pers.
10 Künstler + 3 Personal

Sonstige Spesen und Verpflegung 900 Euro

Künstler Gesamt: 15.020,00 Euro

Arbeitsmaterialien

Arbeitsmaterialien

Hebebühnen 48 Tage 2.640.00 Euro

Versicherung 48 Tage 528.00 Euro

Transport Hebebühnen (3x) 225.00 Euro

Rücknahmepauschale 28.50 Euro

Grundreinigungspauschale 45.00 Euro

1000 x Montana Cans Sprühdosen 6.000.00 Euro

Wandfarbe 400 Liter 4.000.00 Euro
40x 10 Liter Eimer á 50-€

Pinsel, Teleskopstangen etc 750.00 Euro

Arbeitsmaterialien Gesamt: 14.216.50 Euro

Sonstiges

-Transport während des Festivals 2.150.00 Euro

Sonstiges Gesamt: 2.150.00 Euro

Versicherungen

Haftpflichtversicherung	116.50 Euro
Veranstaltungshaftpflichtversicherung	116.50 Euro

Versicherungen Gesamt: **233.00 Euro**

Kosten Brutto Gesamt (Ohne Einnahmen): (Stand 27.03.2015) **62.100,28 Euro**

Einnahmen

Sponsoring freie Wirtschaft

01) Spedition Fels

Arbeitsmaterialien

Hebebühnen 48 Tage	2.640.00 Euro
Versicherung 48 Tage	528.00 Euro
Transport Hebebühnen (3x)	225.00 Euro
Rücknahmepauschale	28.50 Euro
Grundreinigungspauschale	45.00 Euro
417 x Montana Cans Sprühdosen	1.500.00 Euro
Wandfarbe 400 Liter 40x 10 Liter Eimer á 50-€	2.000.00 Euro
Pinsel, Teleskopstangen etc	750.00 Euro
Transport während des Festivals	2.150.00 Euro
Arbeitsmaterialien Gesamt:	9.866.50 Euro

02) Montana Cans

1250 x Sprühdosen 4500.00 Euro

03) Maler Hauck

40 x 10 Liter Wnadfarbe 2000.00 Euro

04) Eigenanteil

Übernachtung Künstler / 3 Künstler á 4 Nächte 600.00 Euro

Miete Arbeitsraum incl. Nebenkosten 1.000.00 Euro

Einnahmen Gesamt: (Stand 27.03.2015) 17.966.50 Euro

Kosten Netto Gesamt (Mit Einnahmen):(Stand 27.03.2015) 44.133.78 Euro

Ihre Ansprechpartner für das URBAN ART-HEIDELBERG sind:

Pascal Baumgärtner

email: willi@willibender.com

Tel.: 0163 289 23 50

Daniel Thouw

email: daniel@thouw.com

Tel.: 0177 30 77 99 1