

Konzeption des neuen Stuttgarter Zentrums für Film, Freies Theater

1. Einleitende Bemerkungen

Das neue Zentrum für Film, Freies Theater im einstigen Ambo-Kino (fortan provisorisch ZFT genannt) schließt eine schmerzhaft Lücke in der Stuttgarter Kulturlandschaft. Einerseits wird durch diese **innovative Institution** und nach der Insolvenz des ehemaligen Kommunalen Kinos im Jahr 2008 der **Neuanfang der kommunalen Filmarbeit** in der Landeshauptstadt gewährleistet. Andererseits wird für *ausgesuchte* Ensembles und Einzelpersonen der hier ansässigen **Freien Theaterszene eine neue attraktive Spielstätte** etabliert. Eine Spielstätte, die in dieser Form bisher vermisst wird. Der Treffpunkt Rotebühlplatz hat sich als Aufführungsort und als Anziehungspunkt für ein theaterinteressiertes Publikum nur bedingt bewährt. Das Theaterhaus ist auf Grund seiner Auslastung, Programmstruktur und finanziellen Bedingungen für freie Gruppen kaum zugänglich. Die mittleren und kleineren Bühnen in Stuttgart mit Vollprogramm wie „Rampe“ oder „tri-bühne“ setzen verständlicherweise in erster Linie auf Inszenierungen unter Eigenregie.

Das ZFT besticht also in konzeptioneller Hinsicht durch ein **Alleinstellungsmerkmal**: Es vereint Filmkunst und -kultur sowie experimentelle Bühne unter einem Dach. Insbesondere diese ungewöhnliche Spartenkombination lässt eine spannende gegenseitige **inhaltliche Bereicherung** erwarten (*siehe Punkt 5.*). Darüber hinaus werden auch bezüglich Organisations- und Personalstruktur erhebliche **Synergieeffekte** erzielt. Dennoch handelt es sich bei den Bereichen Film / Kino und Theater um **zwei getrennte Geschäftsbereiche**, deren künstlerische Leiter unter Maßgabe der vorgegebenen Budgets unabhängig voneinander agieren.

Es wird jedoch erklärtes Ziel der Gesamtgeschäftsführung sein, das neue Zentrum so zu positionieren, dass es **überregionale Bedeutung** erlangt.

Dass es sich hierbei um ein realistisches Ziel handelt, wurde unter anderem von **Niels Ewerbeck** unterstrichen, **dem Intendanten des Theaterhauses Gessnerallee**, mit dem die vorliegende Konzeption am 20. August in Zürich eingehend diskutiert wurde. Er betonte insbesondere den zukunftsweisenden Charakter der Verbindung von Film-, Theaterkultur.

2. Grundsätzliches zur Nutzung der ehemaligen Ambo-Räumlichkeiten

Zwei Säle stehen dem neuen Zentrum zur Verfügung. Saal 1 mit etwa 260 Plätzen (nach dem Umbau), Saal 2 mit 108 Sitzplätze. Bezüglich deren konkreter Nutzung sind zwei Optionen zu diskutieren, wobei prinzipiell festzuhalten gilt: **Eine gemeinsame Bespielung von Saal 1 durch Theater UND Kino lässt erhebliche Mehreinnahmen für das Gesamtzentrum erwarten**, allein die Förderung durch die MFG würde beträchtlich steigen.

- **Variante A:** Es wird eine strikte **räumliche Trennung** vollzogen zwischen der Theatersparte (Saal 1) und dem Kinobereich (Saal 2). Dies hätte zur Folge, dass Saal 1 allein durch die dort auftretenden Bühnensembles ganzjährig nicht ausgelastet sein wird.
 - **Variante B:** Es wird eine **gemeinsame Nutzung von Saal 1** durch Theater und Kino vereinbart. Daraus resultieren folgende Vorteile:
 - Sinnvollere **Auslastung** von Saal 1 (beispielsweise durch Untervermietungen an Film- und Medienproduktionen, für die Saal 2 auf Grund der Anzahl der Plätze uninteressant ist).
 - Verbesserung der **Einnahmesituation**, da das Kino Veranstaltungen realisieren kann, für die Saal 2 ebenfalls eine zu geringe Kapazität hat (Festivals, Filmpremieren, Sonderprogramme etc.).
 - Im Rahmen der Novellierung der Landesfilmförderung wurden die Mittel für die **Projektunterstützung** aufgestockt. Um hieran partizipieren zu können, um also Einzelprojekte von überregionaler Relevanz durchführen zu können, die vom Land extra subventioniert werden, ist das Kino ebenfalls dringend auf eine Teilnutzung von Saal 1 angewiesen.
-

3. Die zukünftige kommunale Kinoarbeit

Eckpunkte der Programmkonzeption (auf Basis des bereits vorliegenden Konzepts vom 03. September 2008)

Für eine dauerhafte Zuschauerbindung erscheint folgendes essentiell: Die Verbindung von inhaltlich-thematischer Profilschärfung und vorausschauender Programmplanung sowie eine adäquate Kommunikation nach außen.

- **Zielgruppenorientierte, sprich altersspezifische Veranstaltungen**
Insbesondere wird eine deutliche Verjüngung des Publikums angestrebt. Dieses Ziel lässt sich mit Themen realisieren, die auch innerhalb des aktuellen Kinodiskurses eine relevante Rolle spielen: Die zunehmend digitale Aufbereitung von Realbildern, die filmhistorische Bedeutung von Special und Visual Effects, aber auch der massive Einsatz des Computers zum Beispiel im zeitgenössischen japanischen Animationsfilms (*Beispiel: Übernahme von Teilen des Programms „Manga Impact“ des Locarno Film Festivals 2009*).
- **Programme mit Event-Charakter**
Die Bandbreite kann dabei reichen von Webfilmen bis zur Präsentation von kompletten TV-Serien, von einmal im Monat stattfindenden „Langen Filmnächten“ bis zu Kinoereignissen mit Live-Musik.
- **Publikumswirksame Aufbereitung von Filmen**
Regelmäßige Veranstaltungseinführungen untermauern, dass ein Kommunales Kino mehr zu sein hat als eine reine Abspielstätte. Des Weiteren werden Filme so kombiniert, dass sich für die einzelnen Produktionen ein neuer Kontext ergibt.
- **Öffnung in Richtung Neue Medien**
Als erster Schritt wird das in London ansässige, weltweit operierende und auf Digitalfilm spezialisierte „onedotzero“-Festival nach Stuttgart zu einem „Gastspiel“ eingeladen (eine Veranstaltung, die sich zudem üblicherweise nur über Sponsoren und Eintrittsgelder finanziert).
- **Neuausrichtung der Länderretrospektiven**
Programme mit Produktionen aus Staaten oder Regionen, die im „normalen“ Kinoalltag kaum oder gar nicht auftauchen, sollen in Zukunft übersichtlicher gestaltet werden und mehr auf einen Anlass bezogen sein. Zudem sind sie an eine Institution wie etwa an ein Filmarchiv gebunden oder stehen unter einem Generalthema wie Religion
- **Langfristig laufende Spezialzyklen**
Als Beispiel: „Die deutsche Filmgeschichte in 365 Einzelprogrammen“.
- **Verfolgung crossmedialer Ansätze**
Themenreihen zu Film und Comics, Film und Internet, Film und Performance etc.

- **Weitreichende Zusammenarbeit mit anderen Stuttgarter Institutionen**
Staatsgalerie, Kunstmuseum, Literaturhaus, Stadtbücherei, Staatstheater, Universität, Institut für Auslandsbeziehungen etc. sind zukünftig Partner des Kommunalen Kinos, aber auch des ZFT insgesamt, das sich als ideale Plattform erweisen wird, um kulturelle Ereignisse, die in der Stadt präsent sind, inhaltlich zu begleiten. Unter anderem wird das KoKi auch in das Kino-Abo der Kulturgemeinschaft integriert
- **Partnerschaften im Festivalbereich**
Relevante Festivals im Stuttgarter Raum werden auch weiterhin oder erneut im Kommunalen Kino sowie in enger Abstimmung mit diesem durchgeführt (Trickfilm-Festival, Französische Filmtage, Cine-Latino, Bollywood etc.)
- **Höhepunkte internationaler Festivals**
Zahlreiche europäische Festivals zeigen bemerkenswerte Produktionen, die nach der Veranstaltung jedoch wieder in der Versenkung verschwinden. Auch hier kann intensives Networking dazu führen, das Programm des Kinos mit besonderen Publikumsattraktionen zu bestücken.
- **Regelmäßiger Einsatz von Kurzfilmen als Vorfilme.**
- **Stuttgarter Kinowoche (Arbeitstitel: 7 Tage, 7 Orte, 7 Filme)**
Einmal im Jahr verlässt das Kino sein Domizil und begibt sich in die Stadt. Eine Woche lang wird Passendes und Unpassendes, Schräges und Gefälliges an ungewöhnlichen Orten gezeigt. Das können die Mineralbäder sein, die Wilhelma oder der Fernsehturm. Demonstriert wird dadurch die Verbundenheit des städtischen Kinos mit der Stadt und seinen Bewohnern.
- **Das Kino als Schaufenster des Medienstandorts Baden-Württemberg**
Die baden-württembergische Filmförderung gehört mittlerweile zu den potentesten und rühmlichsten in der ganzen Republik. Es ist also nur nahe liegend, das Kommunale Kino der Landeshauptstadt verstärkt in die Aktivitäten der MFG zu involvieren. Insbesondere soll es als Premierenkino für Produktionen mit baden-württembergischer Beteiligung institutionalisiert werden. Und zwar ohne Einschränkungen: Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilme können dabei genauso zum Zuge kommen wie Serien, Fernsehfilme oder Multimedia-Projekte.

Medienpädagogik

Filme für Kinder und Jugendliche bleiben ein fester Bestandteil des Programms. Auf Grund der beschränkten Raumsituation wird bezüglich der Durchführung von medienpädagogischen Workshops und Seminaren auf Kooperationen mit verschiedenen Partnern zurückgegriffen, um auch weiterhin den mündigen Zuschauern von morgen das ABC der Bildsprache(n) auf eine spielerisch-didaktische Art und Weise nahe zu bringen. Folglich wird auch die Zusammenarbeit mit Stuttgarter Schulen weiter intensiviert.

4. Die Sparte Freies Theater

Spielstätte für Freies Theater

Die finale inhaltliche Detailkonzeption obliegt der noch zu ernennenden künstlerischen Leitung. Die wesentliche Stoßrichtung lässt sich jedoch bereits definieren, da es im Kern um die **Thematisierung relevanter Erscheinungsformen zeitgenössischer Bühnendarstellung** zu gehen hat. Dabei **fördert das Zentrum die urbane Entwicklung der Stuttgarter Gruppen** und versteht sich als Umschlagplatz der aktuellen künstlerischen, politischen und sozialen Diskurse. Gerade auch **nachrückende junge Künstler** erhalten die Möglichkeit, unter professionellen Bedingungen Theaterarbeit zu betreiben.

- **Offenheit für alle Darstellungsformen**
Sprechtheater, Musiktheater, Tanz und Performance bilden das Fundament des Repertoires.
- **Gattungsübergreifende Projekte**
Ein Schwerpunkt bildet die Präsentation von gattungsübergreifenden Projekten, also von Grenzgängern zwischen Theater und Performance, Theater und Bildender Kunst, Theater und Film, Theater und Neuen Medien.
- **Experimentelles**
Ein zweiter Schwerpunkt liegt in der experimentellen Erkundung des Verhältnisses von Sprache, Körper und Raum.
- **Freies und festes Theater**
Reflektiert wird darüber hinaus die zunehmend fließende Grenze zwischen Freiem Theater und etabliertem Theater mit fester Spielstätte (auch in Form von Podiumsdiskussionen, Werkstattgesprächen etc.).
- **Standortbestimmung**
Erforderlich ist weiterhin eine künstlerische Standortbestimmung im Verhältnis zu wichtigen Einrichtungen im deutschsprachigen Raum: Sophiensaele (Berlin), Forum Freies Theater (Düsseldorf), Kampnagel (Hamburg), brut (Wien), Theaterhaus Gessnerallee (Zürich). Das Zentrum wird sich verstärkt mit der Wahrnehmungsweise und der Lebensqualität junger Menschen auseinandersetzen. Das neue Zentrum, von einem Spezialisten für Theater geleitet, wird künstlerische Prozesse initiieren und begleiten, so dass die Freie Szene in Stuttgart aus ihren marginalen Erscheinungsformen professionell herausgeführt wird.

Programmkomponenten

Entscheidend für Akzeptanz und Erfolg der Sparte Theater wird ihr Programm-Mix sein, ihre **Bandbreite an sich offensiv gebärdenden künstlerischen Angeboten**. Zu diesem Zweck ist eine Art „programmatisches Koordinatensystem“ zu entwickeln, das auf folgenden Ansätzen basiert.

- **Lokaler Ansatz**
Eigenproduktionen der lokalen Szene, insbesondere Stücke aus eigener Autorenschaft, werden vorherrschend berücksichtigt. Es ist allerdings zu beachten, dass hier zukünftig ein qualitätsvolles Auswahlverfahren greifen wird.
 - **Nationaler und internationaler Ansatz**
Gemeinsam mit anderen Spielstätten im deutschsprachigen Raum werden Gastspiele und Tourneen nationaler und internationaler Ensembles organisiert.
 - **Theaterpädagogischer Ansatz**
Jugendtheater wird ein beständiger Platz im Spielplan eingeräumt. Außerdem werden Workshops zur Nachwuchsförderung durchgeführt (zu Themen wie Regie, Schauspiel, Bühnenbild etc.).
 - **Diskursiver Ansatz**
Symposien zum „Postdramatischen Theater“ oder zu aktuellen Aufführungspraktiken sind Teil des Vermittlungsauftrags, dem sich die Bühnensparte verpflichtet fühlt.
 - **Kooperationen und Koproduktionen**
Gemeinsame Programmaktivitäten mit anderen Stuttgarter Kulturinstitutionen, aber auch mit Einrichtungen von außerhalb sind zeitnah und forciert anzugehen.
 - **Sonderprojekte**
Zum Beispiel Planung eines alljährlich stattfindenden Theatermarathons.
-

5. Inhaltliche Synergien zwischen den Sparten Film und Theater

- **Projekte des Gesamtzentrums**
Punktuell werden inhaltliche Reihen durch Theater und Kino gemeinsam konzipiert und realisiert (bezogen auf Ästhetiken, Dramaturgien, Themen, Personen etc.).
 - **Ein gemeinsames Festival**
Sukzessive soll ein Theater- und Tanzfilm-Festival entwickelt werden, das alle Kategorien abdeckt: Experimentelles aus dem Bereich Videokunst und Performance, Bühnen-Dokus, Porträts von Schauspielern und Regisseuren, Filmprojekte von Theaterleuten, Dramenverfilmungen usw.
 - **Das Kino als ästhetischer „Mehrwert-Lieferant“**
Von Seiten des Kinos werden filmische Ergänzungen zu bestimmten Theatervorhaben programmiert (steht zum Beispiel die TART Produktion „Masse Mensch“ von Ernst Toller auf dem Bühnenspielplan, zeigt das Kino parallel dazu die einzige Verfilmung eines Ernst-Toller-Stücks: „Hoppla, wir leben“, 1927, Regie: Erwin Piscator). Des Weiteren sind Workshops und Seminare der Theatersparte (zum Beispiel zu Regie, Schauspiel, Bühnenbild) vom Kino unterstützend zu begleiten: Etwa durch Filme des „Living Theatre“, Aufführungsdokumentationen von „La Fura dels Baus“, „Industrial Research Laboratories“, „Teatre Kreatur“ etc.
-

6. Rahmenbedingungen des neuen Zentrums

Betreiberkonzept und Rechtsform

- **Variante A: Trägerverein**

Auf Grund der Erfahrungen mit dem ehemaligen Kommunalen Kino e.V. und der eingeschränkten Möglichkeiten der Einflussnahme durch die Förderinstitutionen wird von dieser Variante **eher Abstand genommen**. Zumal ehrenamtliches Engagement in einem Verein kaum den Anspruch einlösen kann, eine professionelle Führung des Hauses sicherzustellen. Falls ein Trägerverein präferiert wird, ist gleichzeitig die Gründung eines **Kuratoriums** in Erwägung zu ziehen.

- **Variante B: gGmbH**

Die Rechtsform einer gemeinnützigen GmbH mit der **Stadt Stuttgart als alleiniger Gesellschafterin erweist sich als ein zeitgemäßes und praktikables Modell**, um den Erfordernissen an eine erfolgreiche Etablierung des neuen Zentrums gerecht zu werden (professionelle Leitung, funktionierendes Controlling, maximaler Einfluss von Seiten der Zuschussgeber, steuerliche Vorteile etc.). Die gGmbH verfügt über die Organe Gesellschafter, Geschäftsführer und Aufsichtsrat, wobei in letzterem Repräsentanten der Stadt, der Fraktionen, der MFG, Interessensvertreter der Film-, Theater- und Tanzszene, potentielle weitere Geldgeber sowie der/die Vorsitzende des Fördervereins Einsitz nehmen.

Ehrenamtliche Mitarbeit ist auch bei der gGmbH-Variante ausdrücklich erwünscht und wird entsprechend berücksichtigt.

Förderverein

Aus dem einstigen „Förderverein Kommunales Kino“ geht der **„Förderverein ZFT“** (Arbeitstitel!) hervor. Aktionen zum Anwerben neuer Mitglieder sind einzuplanen, die Beiträge sind noch entsprechend festzusetzen, um die hier kalkulierten Jahreseinnahmen auch generieren zu können. Als Anreiz finden mehrmals im Jahr spezielle Kino-, Theater- Events exklusiv für den „Freundeskreis“ statt (flankierend zu Ermäßigungen bei den Eintrittspreisen).

Personal und Organisationsstruktur

- **Leitung**

Die Einrichtung wird mit einer **Dreierspitze** besetzt: Künstlerische Leitung: Film; Künstlerische Leitung: Theater; Kaufmännische Geschäftsführung: Film und Theater. Alle drei Stelleninhaber handeln **gleichberechtigt**, eine Hierarchisierung ist demzufolge nicht vorgesehen.

- **Aufgaben der Leitung des Filmbereichs:** Verantwortlich für das künstlerische Profil sowie alle technischen, personellen und administrativen Abläufe im Aufgabenbereich. Entscheidungsbefugt in allen Fragen der Programmauswahl, Lieferung von Vorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit, Steuerung sämtlicher Kooperationen des Kinos, Endredaktion Programmheft etc.
- **Aufgaben der Leitung der Theatersparte:** Verantwortlich für das künstlerische Profil sowie alle technischen, personellen und administrativen Abläufe innerhalb der Sparte. Definition von transparenten Kriterien zur Programmauswahl und konsequente Umsetzung dieser Auswahlkriterien. Lieferung von Vorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit, Steuerung sämtlicher Kooperationen des Theaters, Endredaktion Programmheft etc.
- **Aufgaben der kaufmännischen Geschäftsführung:** Zuständig für alle kaufmännischen und wirtschaftlichen Belange (Förderanträge, Controlling, Bilanz- und Rechnungswesen, Kasse etc.) sowie für Sponsoringaktivitäten, Drittmittelakquise und Vermietungen. Entscheidungsbefugnis bei größeren Anschaffungen. Außerdem Steuerung aller personellen, administrativen und technischen Abläufe bezüglich der Gastronomie und der gesamten Einrichtung.

- **PR-Arbeit, Technik und Verwaltung**

Folgende Tätigkeitsbereiche sind innerhalb des Zentrums darüber hinaus abzudecken:

- **Qualifizierte Öffentlichkeitsarbeit** (Produktion und Versand von Programmheften und Imagebroschüre, Betreuung der Internetpräsenz, Erstellen von Newslettern, Pflege von Pressekontakten, Organisation sämtlicher Werbemaßnahmen, kompetente Beratung bei der Außendarstellung beider Sparten, Ansprechperson für externe Werbepartner und Zulieferer etc.).
- **Bühnen- und Kinotechnik**
- **Verwaltung**, gesteuert von der kaufmännischen Geschäftsführung
Dazu gehören die Bereiche Vertragswesen, Rechnungsführung, Buchhaltung Personalverwaltung, Kassenführung, Sachbearbeitung und Sekretariat.

Finanzierung

Zwei **Richtgrößen** sind entscheidend bei der Ermittlung der laufenden Betriebskosten: Zirka 30% des Gesamtbudgets müssen aus **eigener Kraft** erwirtschaftet werden. Gleichzeitig sollten mindestens 25 bis 30% des Etats ausschließlich der **Programmtätigkeit** vorbehalten sein (ohne Technik, Verwaltung, Personal etc.). **Abgesehen vom Finanzbedarf für einmalige Investitionen, speisen sich sämtliche geplanten städtischen Zuschüsse aus bereits eingestellten Haushaltsmitteln bzw. resultieren aus kostenneutralen Umschichtungen innerhalb des bestehenden Haushalts.**

Akquirierung von Drittmitteln

Um die notwendigen Eigeneinnahmen in Höhe von einem Drittel des Gesamtbudgets erzielen zu können, müssen folgende Aspekte bedacht werden:

- **Sponsorenkonzept**
Zur Gewinnung von Sponsoren ist ein Konzept zu erstellen, das zwar für das Gesamtzentrum Gültigkeit hat, das aber von den Sparten Film und Theater jeweils entsprechend adaptiert und projektbezogen eingesetzt werden kann.
- **Untervermietungen**
Angesichts der Tatsache, dass nach der jetzigen Konzeptlage vor allem Saal 1 nicht an jedem Tag im Jahr bespielt wird, ist dessen Öffnung für Privat- und Firmenanlässe unter ökonomischen Gesichtspunkten unbedingt geboten. Hier muss offensiv um Interessenten geworben werden.
- **Öffnungszeiten und Schließtage**
Je nach Etatausstattung ist im Detail zu entscheiden, an wie vielen Tagen im Jahr Bühnen- und Leinwandaktivitäten im Zentrum stattfinden. Hier gibt es freilich Mindestanforderungen: Kino 300 Tage, Theater 150 Tage.
- **Eintrittspreise**
Die Höhe der Eintrittspreise wird bedarfsgerecht festgelegt. Allerdings kann ein bestimmtes Preisniveau für eine Einzelkarte nicht überschritten werden. Zugleich werden verschiedene Abo- und Rabattsysteme installiert (Kombi-Karte Kino/Theater, Monats-Ticket, U25-Karten etc.)
- **Maximale Nutzung von Kooperationsmöglichkeiten** (*siehe die Punkte 3.1. und 4.2.*)

Namensfindung

Ein klingender Name ist für den Start und die **Außenwirkung** des neuen Zentrums an Bedeutung nicht zu unterschätzen. Momentan stehen drei Varianten zur Debatte:

- **Variante A:** Ein programmatischer Name, der die spezielle Kombination von Film und Theater unterstreicht. Zum Beispiel: „Piscator“ (Erwin Piscator, einflussreicher Theater-, Filmregisseur und Intendant in der Weimarer Republik, geb.1893 – gest. 1966).
- **Variante B:** Eine einprägsame Abkürzung analog dem ZKM in Karlsruhe (also zum Beispiel: ZFT = Zentrum für Film und Theater, LBL = Labor für Bühne und Leinwand, PDF = Podium für Darstellende Künste und Film).
- **Variante C:** Ein Name, der sich für die Kino- und Theateraktivitäten gleichermaßen eignet. Zum Beispiel: „Licht-Bühne“, „Kammerspiele“ etc.

Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

- **Spartenübergreifendes Marketing: Vielfalt in Einheit**
Eine **Imagebroschüre** und ein kompakter, wenn möglich interaktiver **Webauftritt** sind die zwei Marketinginstrumente, mit denen sich das ZFT in der Öffentlichkeit als einheitliche Institution präsentiert. Allerdings verfügen die Sparten Kino und Theater über separate Domains im Internet sowie über eigene Programm-Magazine.
- **PR Kino und Theater – Separate Maßnahmen**
Die Wiederaufnahme der kommunalen Filmarbeit in Stuttgart und die Neugründung der Theaterspielstätte werden verbunden sein mit **Namensfindungen** für beide Bereiche. Die Namen müssen korrespondieren mit dem Namen des Gesamtzentrums (*siehe Punkt 6.6.*).

Darüber hinaus wird für beide Sparten jeweils eine eigene **Marketingstrategie** erarbeitet, die sich im Programmheft, in der Internetpräsenz, in der Außenwerbung und in der Kooperation mit anderen Werbepartnern niederschlägt.

Die **Pressearbeit** wird forciert und vermehrt in Kampagnenform aufgezogen: Intensivere Betreuung von Journalisten, Anbieten auch von „weicheren Themen“, Nutzung von persönlichen Kontakten, Ansprechen von Zielgruppenmedien, selektivere Streuung von Informationen, Durchführung von Pressekonferenzen (je nach Anlass).

Gastronomie und Foyer

Um den **Treffpunktcharakter** des Zentrums zu stärken, sind eine funktionierende, serviceorientierte Gastronomie (**Bistro-Ausrichtung**) und ein ansprechender Foyerbereich vorgesehen. Um die Gastronomie als **Einnahmequelle** zu nutzen, wird sie in Eigenregie von der kaufmännischen Leitung des Hauses gemanagt. Generell muss das Foyer so flexibel ausgestaltet sein, das es auch für **Rahmenveranstaltungen** nutzbar ist: Vom Premierenempfang über Künstlergespräche bis hin zu Zuschauerdiskussionen, Medieninstallationen, Performances. Ein entsprechendes Detailkonzept ist noch zu formulieren.

Basel, 03.09.2009 / N.N. (Name wurde aus Datenschutzgründen gelöscht)