



LINZ 2009
KULTURHAUPTSTADT
EUROPAS



Präsentation und Stand der Planung im Jugendbereich von Linz09

Magnus Hofmüller, Projektentwicklung Medienkultur

Jan Hax Halama, Projektentwicklung Jugendkultur



Stand der Projekteinreichungen im Jugendbereich

März 2007

Bereich Medienkultur

99 Projekteinreichungen
9 Vorprojekte

Bereich Kinderkultur, Jugendkultur

50 Projekteinreichungen
3 Vorprojekte



3 Beispielprojekte:

Mkh cultural mall 2009, BOXEN09 und Juli.21



mkh cultural mall 2009

Medien Kultur Haus Wels





mkh cultural mall 2009

Medien Kultur Haus Wels





mkh cultural mall 2009

Medien Kultur Haus Wels

Idee:

- Prinzip der Einkaufsmeile auf Kultur übertragen
- Labor/Werkstätte für eine Jahr

Hot_Spot junge Kunst- und Kulturarbeit:

- Internationale Positionierung
- regionaler Impuls
- nachhaltiger Effekt
- europäisches Netzwerk



mkh cultural mall 2009

Medien Kultur Haus Wels

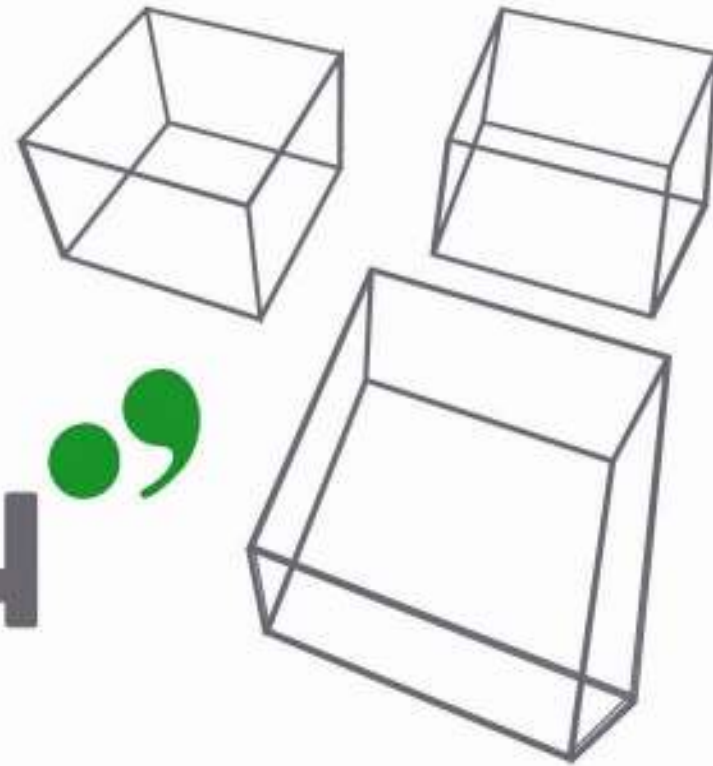
**Veränderung der Hausstruktur für ein Jahr - Umbau in ein
Atelierhaus**

Anbindung der hausinternen Initiativen (Youki, Radio7)

„Auslage“ in Linz



BOXEN



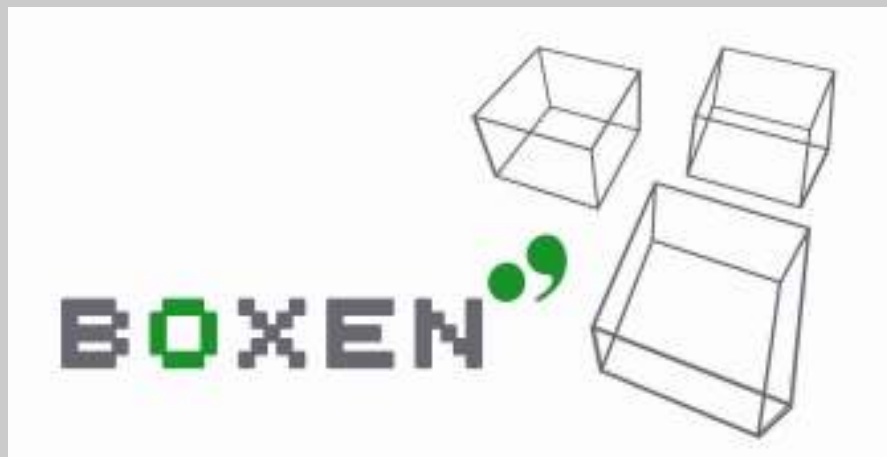
Kinder- und Jugendkultur

BOXEN09



Die Angebote der Kinder- und Jugendkultur in Linz09 sammeln sich unter dem assoziativen Begriff „BOXEN09“

BOXEN09 dient als „Klammer“ für die inhaltliche Richtung, örtliche Positionierung und öffentliche Aufmerksamkeit





Schaffung eines temporären „Spiel-“ Ortes für die Kinder- und Jugendkulturangebote

- mit Flächen für Ausstellungen, Workshops, Aufführungen, Konzerten, Freizeit, Performances, Kulinarik, ...







Juli.21

Gutscheinsystem für Jugendliche in Linz



Das Projekt wird eine Plattform für vielfältige Kommunikationsformen.

Es basiert auf einem Gutscheinsystem, das über Sozialsponsoring selbst tragend finanziert wird. Jugendliche können sich in ihrer Freizeit in Gemeinschaft fördernden Projekten oder Institutionen engagieren oder selbst Projekte entwickeln, mit denen sie Impulse setzen, und werden dafür mit Einheiten einer zu schaffenden Komplementärwährung entlohnt (z. B. Zeitkonto oder Zeitwertscheine).

juli.21 ist ein lokal und regional verankertes Projekt, das unmittelbaren Nutzen für die Gemeinschaft der hier lebenden Bevölkerung bringt.



Juli.21

von Gina Brandenburg, Nevio DaJerof

Idee:

- Coupons werden für Leistungen (Sozialleistungen wie Nachhilfe, Arbeit mit Senioren, in Jugendzentren, Nachbarschaftshilfe, ...) erworben
- Diese können gegen Gutscheine für Leistungen der Linzer Wirtschaft (Kultur, Gastronomie, Kleidung, Sport,...) getauscht werden

Sponsoring / Zusammenarbeit

- Die heimische Wirtschaft sponsort Juli.21 durch Gutscheine
- Koordination und Planung in Zusammenarbeit mit der Stadt Linz



Juli.21

von Gina Brandenburg, Nevio DaJerof

Ziel:

- Bewusst gegen die kulturtouristischen Bemühungen 2009 gesetzt soll Juli.21 über 2009 hinaus zu einem dauerhaften „Zahlungsmittel“ für Jugendliche werden
- „Kreislauf“ und Wertschöpfung
- indirektes, dauerhaftes soziales Engagement der Wirtschaft



LINZ 2009
KULTURHAUPTSTADT
EUROPAS