



**THEMA**

Dörte Mierau **Die Herausforderung annehmen** 2  
Soziokultur im Kontext von creative industries

**NEUE ALLIANZEN**

Peter Krümmel Banknoten und Filmrollen. Picturesound Studios 5  
Gottfried Blumenstein Wo die Gölleorgel orgelt. Stelzenfestspiele bei Reuth 5  
Maxi Kretschmar EINS – der Monatsladen. ColorViolence 6  
Arp Hinrichs Ticketing auf dem Lande. Alter Schlachthof Soest 7

**PORTRÄTS**

Selma Tuzlali **Herkules und Don Quichotte** 8  
Dieter Gorny als Botschafter zwischen Kultur und Ökonomie  
Kristina Bahr **Wallfahrt nach Elysium** 9  
Die Denkmalschmiede Höfgen im Muldenland

**KONTINENT KULTUR**

Sabine Wicher **Praxisnah, kontaktfreudig, inspirierend** 10  
Zweite Europäische Projektmesse des ENCC in Riga  
**Go East** 12  
Kontaktreise nach Lettland  
Sascha Kornek **You buy more than you except** 13  
Erster Sukuma Millenium Award vergeben

**BUNDESKULTURPOLITIK**

Katrin Göring-Eckardt, MdB **Wandel und Handel durch Kultur** 14  
Iris Kronenbitter **Kultur-Entrepreneurinnen im Spagat zwischen Kunst und Kommerz** 15

**VERBAND INTERN**

**Aktuelles** 16

**AUS DEN LÄNDERN**

**HESSEN**  
Bernd Hesse **Das vierte Rad am Wagen** 18  
Die hessischen Kulturwirtschaftsberichte und das 3-Sektoren-Modell  
**SACHSEN**  
Tobias J. Knoblich **Belastbares Netzwerk** 19  
15 Jahre Landesverband Soziokultur Sachsen  
**BADEN - WÜRTTEMBERG**  
Bernd Kotz **Raus aus der Nische** 20  
Tagung der LAKS zu Interkultur

**SERVICE** 22

**Was verbindet ...**

... designing for a better branding, knowledge sharing in den virtual communities und free access für alle user – Begriffe aus dem Handbuch der *creative industries* – mit der soziokulturellen Arbeit vor Ort? Nichts – sagen die meisten Statistiker und Politiker. Nicht viel – antworten wohl auch die meisten Praktiker.

Und was verbindet Dörte Mieraus einleitenden Artikel mit den von uns ausgewählten Praxisbeispielen? Wohl auch nicht viel, zumindest auf den ersten Blick. Denn während für die deutsch-holländische Designerin, Künstlerin und Philosophin *creative industries* nicht weniger zu sein scheint als der Ausdruck eines neuen Zeitalters, beschreiben die Praktiker neue Formen ihres konkreten Handelns, mal als Ergebnis kreativer Prozesse, mal, um sich selbst und ihren Projekten das (Über-) Leben zu sichern.

Warum dann dieses Heft? Weil sich wie meist ein zweiter Blick lohnt. Denn all die englischen Begriffe stehen genau betrachtet für Essentials der Soziokultur: freier Zugang für alle, demokratische Selbstorganisation in Gemeinschaften mit gleichen Interessen, eine partnerschaftliche Orientierung der Anbieter an den Interessen ihrer Nutzer und nicht zuletzt die Aufhebung der Trennung von Produzenten und Konsumenten, von Leben und Arbeiten. All das beschreibt Dörte Mierau als Merkmale und Möglichkeiten der *creative industries* – genauso wie die Gefahren und Risiken, die in dieser Entwicklung liegen. Für all das liefern die Projektberichte anschauliche Beispiele. Vielleicht leben wir tatsächlich in einem neuen, dem Zeitalter des UND, in dem man den Anspruch auf Inhalte nicht mehr aufgeben muss, wenn man anfängt, ökonomisch zu denken, wie auch Dieter Gorny in diesem Heft sagt.

Es gibt also eine Menge Schnittstellen von *creative industries* mit der Soziokultur, sie ist nicht nur Vorreiter, sondern auch permanentes Test- und Entwicklungsfeld für die Akteure. Zum Beispiel im Bereich von Kino, Film- und Medienkunst, dem wir unser nächstes Heft widmen.

Christiane Ziller