



Am Samstag: „Keep smiling“, eine Hommage an Charlie Chaplin.



Am Freitag: FM Einheit mit Band, begleitet von Videoinstallationen.



Am Freitag: „Nebensache“ – ein Erzählstück des Theaters Konstanz.

Südkurier zeitung	
Aktuelles aus der Region rubrik	
27. Januar 2007 datum	

Drei bunte Tage mit Ausblick

25 Kulturveranstaltungen an drei Tagen – und alle kostenlos: Die Stadt feiert die Eröffnung ihres neuen Medienhauses, der früheren Stadtbücherei, mit einem großen Festwochenende vom 2. bis 4. März.

Von Helmar Grupp

Friedrichshafen – Das Festwochenende, das nicht nur eine Feier für das Medienhaus, sondern für das gesamte K42 sein soll, markiert den Abschluss einer zweijährigen Bauzeit. Mit einem stündlich wechselnden Programm im so genannten „Kiesel“, dem Anbau am K42, der den Veranstaltungssaal des Medienhauses beherbergt, will die Stadt das neue „Bürgerzentrum mit Seesicht“ der Öffentlichkeit vorstellen. Der Clou: Alle Veranstaltungen (siehe auch Info-Leiste), die jeweils rund 40 Minuten dauern werden, sind kostenlos. Eintrittskarten werden jeweils eine Stunde vor Veranstaltungsbeginn im Foyer vor dem Veranstaltungssaal ausgegeben. Dies, so betonte Kulturamtsleiter Winfried Neumann gestern, sei „eine faire Lösung, da hat jeder eine Chance“. Das Programm des Eröffnungswochenendes umfasst die ganze Palette der Kultur: Von Theateraufführungen, auch für Kinder, über Literaturlesungen, Musik und Videoinstallationen reicht die Spannweite.

Der Bürger ist jedoch nicht nur eingeladen, sich einen Eindruck vom künftigen Kulturprogramm der Stadt im „Kiesel“ zu machen, das sich laut Neumann in Abgrenzung zum Angebot im Graf-Zeppelin-Haus an die Zielgruppe der 25- bis 40-Jährigen wenden soll. An allen drei Tagen, von Freitag bis Sonntag, werden Führungen durch das neue Medienhaus angeboten, Werkstattangebote und Spielehausaktionen. Was es nicht gibt? „Wir werden keine Glücksräder haben und keine Luftballons verteilen“, sagt Neumann. Die Gratis-Veranstaltungen in dem mit 100 steil ansteigenden Plätzen

ausgestatteten Theaterraum sollen „Appetithäppchen“ sein, damit die Besucher „Appetit auf das Haus bekommen, wenn nach der Eröffnung die Menüs serviert werden“. Ab März sollen „junge, kreative, fantasievolle Künstler“ dann ein junges Publikum ansprechen – an mehreren Abenden in der Woche. Ein breiter Raum soll auch der neuen Musik gewährt werden, so Franz Hoben vom Kulturbüro: „Das ist ein Bereich, den es bislang bei uns in der Stadt so noch nicht gibt.“ Mit dem großen Eröffnungswochenende verbinde man auch die Zielsetzung, das Medienhaus von Anfang an zu beleben, sagt Stefan Kücherer, Leiter der Stadtbücherei und des künftigen Medienhauses am See. Davon sollen künftig auch die Kleinen profitieren: Laut Kücherer soll die Leseförderung in enger Kooperation mit den Schulen intensiviert werden. Entsprechend der Wandlung von der Stadtbücherei zum Medienhaus bekommt die Adresse im K42 auch eine „neue visuelle Identität“, so Stephan Kämmerle von der Ravensburger Agentur d-werk. Die hat das Logo des künftigen Medienhauses entworfen, ein aufgeschlagenes Buch in den Farben Seegrün und Chamois.