



BIENNALE

S I N D E L F I N G E N

Kultur schreibt Geschichte.



Bilanz

Die erste von der Stadt Sindelfingen verantwortete Biennale ging am 17. Oktober 2015 mit dem Biennale Ball zu Ende. Der **große Erfolg** beim Publikum spiegelt sich auch in der Wahrnehmung durch Presse, Fernsehen und Internet. Das Konzept ist aufgegangen. Mit großem Interesse wurden die zahlreichen Veranstaltungsangebote des Festivals medial verfolgt. Ausgehend von dem Konzept der drei Säulen Bildende, Darstellende Kunst und Diskurs zogen sich weitere konzeptionelle Stränge durch das gesamte, sorgfältig komponierte Programm. So wurde der Diskurs als Diskussionsveranstaltung bereits seit Januar durch die Biennale Plus-Veranstaltungen langfristig eingeleitet, was ein dauerhaftes Bewusstwerden dieser Thematik ermöglicht. „Ein maßgeschneidertes Festival für die Stadt“ (13.2.2015, Kreiszeitung KRZ) – Die Strategien der Öffentlichkeitsarbeit, die zum Großteil mit den Mitgliedern der Kommunikationsgruppe entwickelt und umgesetzt wurden, flankierten auf vielfache Weise das vielfältige Programm und fanden so in der Presse, im Internet, in den Social Media und letztendlich in dem überwältigenden Zuspruch der Zuschauer Resonanz.

Eine erste detaillierte Programmbekanntgabe erfolgte mit dem Medienpartner der Biennale, der **Sindelfinger Zeitung SZ/BZ**, mit der Sonderbeilage vom 19. April 2015, nachdem in der Stadtzeitung am 2. April das neue Kulturformat erstmals ausführlich beschrieben wurde. Mit dem Biennale-Flyer wurde das konkrete Hauptprogramm, das am 10. Juli 2015 startete, erstmals in einer Tabelle abgebildet. So konnte das inhaltliche Angebot in seiner Abfolge pro Tag in zeitlicher Relation dargestellt werden: in kurzer Abfolge waren verschiedene künstlerische Ansätze zur Biennale-Thematik erlebbar, was ein weiterer wichtiger Bestandteil der Gesamtkonzeption ist. Dieser Flyer wurde im Mai durch den Medienpartner BreuningerLAND vertrieben, über den städtischen Verteiler versendet, in Geschäften in der Innenstadt ausgelegt und auf dem Marktplatz verteilt und digital vertrieben.

Neben der täglichen Berichterstattung durch die lokalen Zeitungen **SZ/BZ** und **KRZ** erfuhren die Veranstaltungen der Biennale auch in der **Stuttgarter Zeitung** regelmäßig Resonanz durch längere redaktionelle Artikel, am 10.7.2015 erfolgte ein Bericht im **SWR Fernsehen** in der SWR-Landesschau aktuell.

Projektleiter **Horst Zecha** und künstlerischer Leiter **Frank Martin Widmaier** gaben vielfach **Interviews** zum Festival und stellten die Facetten des neuen Konzepts der Biennale vor. So erschien Anfang Juli 2015 zu Beginn des Biennale-Hauptprogramms ein ausführliches Gespräch im **Sindelfingen Magazin**, in einem Rückblick am 3. August 2015 zogen beide unter der Überschrift „Rückmeldungen aus der ganzen Region“ eine positive Bilanz in der **Stuttgarter Zeitung**. Hier wurde erläutert, welche **neuen Impulse** durch die Biennale gegeben wurden: „Unser Alleinstellungsmerkmal ist der enge Bezug zur Stadtgeschichte und zu Themen, die existentiell sind, wie die Suche nach Identität, die Frage nach Heimat, unsere Stellung in der technologisch geprägten Welt. ... Wir regen inhaltliche Diskussionen in der Stadt an.“ (Frank Martin Widmaier)

Die **SZ/BZ** widmete der Biennale **zahlreiche Titelgeschichten** und berichtete bereits im Vorfeld des Hauptprogramms kontinuierlich. Dabei wurde der Fokus auf die Uraufführung des „Sindelfinger



„Jedermann“ als zentrale Veranstaltung gerichtet: auf zahlreiche Facetten des Werks, seine Geschichte, die Entstehungsgeschichte, die Inszenierung und Probenarbeit und die Vorstellung der Beteiligten. Kontinuierlich wurden ab April 2015 zunächst mit Portraits im Amtsblatt, dann mit Interviews und Portraits in der Tagespresse wichtige Beteiligte vorgestellt: zunächst das Mitarbeiter-Team, die Kommunikationsgruppe, dann die Schauspieler. Ausführlich kommuniziert wurde die Biennale und ihre Veranstaltungen im Mai, Juni und Juli in der Center Zeitung des zweiten Medienpartners, dem **BreuningerLAND** sowie im Stadtmagazin PIG.

Neben der permanenten Öffentlichkeit durch die abendlichen Proben auf der Bühne vor der Martinskirche ab Mai 2015 fand sowohl beim Goldbergfest (13.6.2015) als auch beim Leserfest der SZ/BZ am 4.7.2015 eine viertelstündige Vorstellung einiger Szenen aus dem „Sindelfinger Jedermann“ statt, ab 21.6.2015 wurden Plakate und Banner der Biennale bzw. auch speziell des Jedermann in Sindelfingen und Böblingen gehängt.

Am 22.6.2015 wurde von Herrn **EBM Christian Gangl** das Programmbuch zur Biennale auf einer Pressekonferenz vorgestellt. Kurztrailer und Teaser starteten über die sozialen Netzwerke, das Programmbuch wurde als Einlage den Abonnenten der Sindelfinger Zeitung zugestellt und am 6. Juli 2015 über die Schulen verteilt.

Parallel wurden bis zum Start des Hauptprogramms unter Anleitung des **Artist in Residence** Dietmar H. Herzog die Kunstinstallationen in der Altstadt angebracht. Die abschließend erstellte, die angebrachten Installationen präsentierende Broschüre wurde vom 10. Juli 2015 an verteilt und in den Geschäften in der Altstadt ausgelegt. Beginnend mit dem Artikel „Neuer Blick auf alte Häuser“, der am 20.5.2015 in der Sindelfinger Zeitung erschien startete die kontinuierliche Berichterstattung über die Künstler und ihre Werke. Diese Berichterstattung wurde nach dem Hauptprogramm im August verstärkt wieder aufgegriffen, während des Hauptprogramms wurde der Fokus mehr auf die Schauspiel-Aufführungen, die Konzerte und die Diskurs-Veranstaltungen gelegt.



Öffentlichkeits- und Pressearbeit

Nachdem anfänglich der **Begriff „Biennale“** in Sindelfingen nicht existent war, ist es durch kontinuierliche öffentliche Präsenz und die zahlreichen Werbemaßnahmen gelungen, den Begriff **„Biennale Sindelfingen“** als Produkt bzw. Marke bei der Bevölkerung weit über die Stadtgrenze hinaus einzuführen. Das Ziel, hiermit ein neuartiges Konzept als neue Kulturmarke einzuführen ist somit aufgegangen (Branding).

Die Aufführungen des „Sindelfinger Jedermann“ waren der **Publikumsmagnet**. Im Vorfeld wurde daher das Casting, die Probenarbeit und die Entstehung über verschiedene Medienkanäle kommuniziert (Vorstellung Teammitglieder, Handlung, Artikel in Organen der Medienpartner SZ/BZ und Center Zeitung, BreuningerLAND sowie im Stadtmagazin PIG, Facebook-Fanseite Jedermann, Homepage).

Die Aufführungen wurden mit **Jedermann-Plakat** und **-Banner** ab Ende Juni in der Stadt durch das aus dem CD-Cover des Original-Soundtracks weiterentwickelte Plakatmotiv emotional präsent gemacht, darüber hinaus mit Teasern, Portraits und Interviews mit Protagonisten in der Tagespresse (SZ/BZ, KRZ, STZ).

Nachfolgend zogen mit Beginn des Hauptprogramms auch die Vorverkäufe der Konzerte in der jeweiligen Woche vor den Veranstaltungen an. Vor allem nachdem die Jedermann-Aufführungen ausverkauft waren und sich die Attraktivität der Veranstaltungen nach dem Eröffnungswochenende herumsprach, auch dank einer **überwältigenden Presseresonanz** ging das Erlebnis-Konzept auf, das die Besucher zum Verweilen zu weiteren Veranstaltungen um die Jedermann-Aufführungen herum einlud.

Dies wurde unterstützt durch weitere **gezielte Werbemaßnahmen** wie das online-Banner beim Medienpartner SZ/BZ und der Biennale-Leuchtstele im BreuningerLAND. Über die Berichterstattung und Ankündigung hinaus wurde neue Aufmerksamkeit im Juli geschaffen durch Einführung von Biennale-Eis (Eiscafé Venedig, 4.7.2015), Biennale-Pizza (Tris-Pizzeria, 14.7.2015) und den Jedermannchen (Bäckerei Frank, 19.7.2015).

Das Programm der Biennale wurde durch die beiden **Sonderveröffentlichungen** des Medienpartners SZ/BZ (19.4. und 4.7.), durch kurze Auftritte mit einigen kleinen Szenen beim Goldbergfest und beim SZ/BZ Leserfest, aber auch durch längere Zeitungsinterviews (Sindelfingen Magazin, Stuttgarter Zeitung) kommuniziert. So bekamen die Bürger die Möglichkeit, bereits im Vorhinein das Angebot zu verstehen und sich über die Inhalte in den weiterführenden Materialien (Flyer ab Mai, Programmbuch ab 22. Juni, Internet-Seite, Social Media) zu informieren.

Die Facebook-Seite der Biennale Sindelfingen hat aktuell (20.11.2015) 422 Gefällt mir-Angaben, die Fanseite des Jedermann verzeichnet 274 Likes. Über drei Posts des BreuningerLANDS wurden 17.299 Personen informiert. Die Einlage des Programmbuchs in die Abo-Wochenendausgabe der Sindelfinger Zeitung erreichte ca. 11.700 Zeitungsabonnenten, weitere Programmbücher wurden klassenweise über die Schulen den vorliegenden Schülerzahlen folgend verteilt.

Für die grafische Gestaltung konnte die Agentur **VoxelAir** GmbH Werbeagentur + Internetagentur, Dennis Berger, (Heimsheim) gewonnen werden. Sie entwarfen ab Januar 2015 Logo und Corporate Design. Zwischen April und November wurden zahlreiche Printmaterialien von VoxelAir gestaltet: A3 Flyer, Programmbuch mit Postkarte, zwei Werbebanner, drei online-Banner, drei Plakate, diverse Anzeigen, Altstadtbrochure, Stele BreuningerLAND sowie das DVD-Booklet.

Darüber hinaus wurden aktuelle Abendzettel für jede einzelne Veranstaltung erstellt.



Die **Kommunikationsgruppe** übernahm zahlreiche Aufgaben: Sina Becker und Leonie Rothacker übernahmen die redaktionelle Arbeit an der Webseite, Marc Hugger füllte sie mit Bildern. Oliver Weiss und er produzierten zusammen Videotrailer. Die technische Umsetzung erfolgte durch ArtiCom GbR, Kevin Hochhauser und Ingo Sika. Milenko Milojevic betreute die Befüllung der Homepage mit den Veranstaltungsinhalten und übernahm die Präsenz in den Social Media. Dabei unterstützt wurden die schreibenden Mitglieder der Gruppe von Susanne Preuß (Korrespondentin der FAZ) und Andreas Kempf (dalladea kommunikation GmbH), beide in Sindelfingen ansässige kompetente Medienpartner der Biennale.

Biennale-Eis, Biennale-Pizza und Jedermännchen – die kulinarischen Highlights des Sommers wurden zum Start der Biennale präsentiert und waren Ideen von Leonie Rothacker und Milenko Milojevic. Milenko Milojevic organisierte auch die Hängungen der Banner und Plakate und gestaltete die Biennale-Aufkleber für die unterstützenden Geschäftsleute, die Biennale-Mini-Rollups und die Kunden-Informationskarten für Biennale-Eis und Biennale-Pizza.

Für die **Gesprächsmoderationen** der Biennale Diskurs-Gespräche konnten gewonnen werden:

Jürgen Haar, Chefredakteur der Sindelfinger Zeitung

Prof. Dr. Hans-Rolf Vetter, in Sindelfingen mit Zweitwohnsitz ansässiger Soziologe

Peter Bausch, Redakteur Ressort Kultur, Sindelfinger Zeitung

Dr. Susanne Kaufmann, Moderatorin und Journalistin beim SWR Stuttgart

Das Biennale-Team freute sich über die zahlreichen **positiven Rückmeldungen** von begeisterten Besuchern, die sich oft direkt nach den jeweiligen Aufführungen an das Team wandten, um ihrer Begeisterung Ausdruck zu verleihen. Resonanzen zur Uraufführung des Jedermann auf Seite 6.

Insgesamt ist eine **große Medienresonanz** zu verbuchen.

Print: Es sind in der Sindelfinger Zeitung etwa 70 Berichte zur Biennale erschienen. Gefolgt von der Kreiszeitung Böblinger Bote mit etwa 50 redaktionellen Beiträgen. In der Stuttgarter Zeitung erschienen 12 Beiträge.

In der Centerzeitung des BreuningerLANDs war die Biennale zwischen Mai und August präsent, im Stadtmagazin PIG im Juni und Juli. Zwischen April und August wurde in insgesamt 14 Ausgaben des Amtsblattes über die Biennale berichtet.

Die Medienpartnerschaften mit der Sindelfinger Zeitung und dem BreuningerLAND boten der Biennale idealen Zugang zur Kommunikation. Durch die Kooperationen konnte eine entscheidende kontinuierliche mediale Präsenz entstehen.

Photos: Umfangreiches Bildmaterial dokumentiert die gesamte Biennale vom Handyupload auf Facebook bis hin zu Photostrecken, die einzelne Ereignisse dokumentieren (Derniere: Antonio Bras. Altstadtprojekt, Jedermann: Friedrich Stampe) oder Aufmerksamkeit durch außergewöhnliche Blickwinkel ermöglichten (Luftbild-Aufnahmen: Marc Hugger, Late Night; Marc Wintrup).

Film und Video: Die SWR Landesschau Aktuell berichtete am 10.7.2015 über die Biennale. Im Regio TV führte Hans-Jörg Zürn, Chefredakteur und Verlagsleiter der SZ/BZ ein viertelstündiges Interview mit Frank Martin Widmaier. BB-live schnitt das Glockenkoncert und das anschließende Obertonkonzert am 18.7.2015 mit und stellte es auf seine Homepage.

Marc Hugger drehte insgesamt fünf Trailer und Teaser. Oliver Weiss produzierte zwei Trailer.

DVDs: Peter Carle nahm gemeinsam mit Lorenz Carle, Leonie Rothacker und Marc Hugger zwei Aufführungen des „Sindelfinger Jedermanns“ auf. Den Schnitt und die technische Nachbearbeitung



übernahm sim.tv (Schnitt: Felix Lieb, Schnittregie: Frank Martin Widmaier, Tonbearbeitung: Tobias Kroha; Produktionsassistent: Max Genth; DVD-Produktion und Bildbearbeitung: Siegfried Barth). Peter Carle erstellte darüber hinaus eine Dokumentations-DVD, die gemeinsam mit dem „Sindelfinger Jedermann“ als Doppel-DVD über die Sindelfinger Zeitung und den i-Punkt für die Bürger ab Dezember 2015 erhältlich sein wird.

Der **Kartenverkauf** wurde über den i-Punkt Sindelfingen sowie online über easyticket abgewickelt.

Chronologische Übersicht über den Marketing-Strategieplan

- 13.02.2015 Trailer "Hast Du schonmal was von der Biennale gehört?"
- 29.03.2015 Trailer Casting Jedermann
- 09.04.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Jana Rudwill
- 16.04.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Stefan Siebert
- 17.04.2015 Biennale-Pins
- 17.04.2015 Biennale-Kugelschreiber
- 18.04.2015 Portrait SZ/BZ Drei Frauen aus dem Biennale-Team
- 19.04.2015 SZ/BZ Sonderbeilage
- 23.04.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Elisabeth Pühl
- 30.04.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Sabine Krasemann
- 07.05.2015 Center Zeitung BreuningerLAND: Premiere eines ganz neuen Kulturformats
- 13.05.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Ingo Sika
- 16.05.2015 Flyerverteilung Markt
- 21.05.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Marc Hugger
- 22.05.2015 Flyerauslage BreuningerLAND
- 22.05.2015 Homepage online
- 22.05.2015 Portrait SZ/BZ Toomai Scherer
- 23.05.2015 Flyerverteilung Markt
- 15.-27.5.2015 Gewinnen von ca. 50 unterstützenden Geschäftsleuten, Spende jeweils 50 Euro
- 28.05.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Toomai Scherer
- 01.06.2015 PIG Juni
- 03.06.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Leonie Rothacker
- 03.06.2015 Center Zeitung BreuningerLAND: Sindelfingen freut sich auf die Biennale Sindelfingen
- 13.06.2015 Goldbergfest, Szenen aus Jedermann
- 15.06.2015 Verteilung Flyer städt. Verteiler / Hotels
- 15.06.2015 Programmbuch liegt vor
- 19.06.2015 Breuninger-Post Programmbuch ist da
- 21.06.2015 Hängung Banner allgemein
- 22.06.2015 Trailer Daniel Gewinnspiel
- 22.06.2015 PK Programmbuch
- 22.06.2015 Interview KRZ Toomai Scherer
- 29.06.2015 Leuchtstele für BreuningerLAND Sindelfingen
- 29.06.2015 Trailer Daniel Der Herr hat es euch befohlen. Kauft Karten
- 01.07.2015 SiMa-Interview
- 01.07.2015 PIG Juli
- 02.07.2015 Die Biennale Sindelfingen stellt vor: Milenko Milojevic
- 03.07.2015 Teaser Jedermann



- 03.07.2015 Proben trailer Jedermann
- 03.07.2015 Der Sindelfinger Jedermann - Proben trailer
- 04.07.2015 SZ/BZ Sonderveröffentlichung
- 04.07.2015 SZ/BZ Standortfest (Leserfest), Szenen aus Jedermann
- 04.07.2015 Biennale-Eis
- 04.07.2015 SZ/BZ Interview Ingo Sika
- 04.07.2015 Interview SiMa plus Kombikarten-Verlosung
- 05.07.2015 Plakatierung 1-Plakate allgemein
- 06.07.2015 Plakatierung Jedermann, 130 Stk.
- 06.07.2015 Verteilung Programmbuch in Schulen
- 07.07.2015 Altstadt-Broschüre liegt vor
- 08.07.2015 Hängung Banner Jedermann
- 10.07.2015 Bericht SWR-Landesschau aktuell
- 10.07.2015 Breuninger-Post Soundtrack
- 14.07.2015 Biennale-Pizza
- 17.07.2015 Portrait SZ/BZ: Oliver Palotai
- 18.07.2015 Portrait SZ/BZ: Matthias Hanke
- 19.07.2015 Biennale-Jedermännchen
- 24.07.2015 Portrait SZ/BZ: Daniel Dietrich
- 27.07.2015 SZ/BZ Online-Banner 1 Monat
- 30.07.2015 Trailer Stefan zaubert
- 31.07.2015 Portrait SZ/BZ: Franco Annunziata
- 01.08.2015 Portrait SZ/BZ: Adrian Werum
- 01.08.2015 Portrait KRZ: Ingo Sika
- 06.08.2015 Breuninger-Post »Biennale Fortgesetzt«
- 06.08.2015 Center Zeitung BreuningerLAND: Abwechslungsreiches Sindelfinger Kulturprogramm
- 13.10.2015 Trailer Was ist die Biennale 2 vom Juli
- 24.10.2015 Portrait SZ/BZ: Mohanad M. Abdullah



Besucherstatistik

Eine hohe Integrationsrate der Jugendlichen zeigte sich in der aktiven und passiven Teilnahme an den Biennale-Veranstaltungen. Die Zuschauer spiegeln einen Querschnitt durch alle Bevölkerungs- und Altersschichten. Diese starke Durchmischung des Publikums war bei allen Veranstaltungen zu beobachten. Auch viele Familien nahmen das Angebot der Nachmittagsvorstellungen des „Sindelfinger Jedermann“ wahr.

1. Säule: Darstellende Kunst: Der Sindelfinger Jedermann

Die Bühne vor der Martinskirche bot für 360 Zuschauer Platz. Die Jedermann-Aufführungen waren ab der dritten Vorstellung stets ausverkauft, in den letzten beiden Vorstellungen wurden zusätzlich verfügbare Sitzgelegenheiten geschaffen, um keine enttäuschten Interessenten wegschicken zu müssen. Die Auslastung mit **13 Vorstellungen** liegt somit bei **99,04 %** oder **4.295 Zuschauern**. Von diesen haben etwa 1.590, also ein Drittel oder 37,02 % die Einführungsveranstaltungen wahrgenommen haben.

Darstellende Kunst: Schauspiel

Datum	Veranstaltung	Veranst.-Format	Besucher	Auslastung	100%
10.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“ Premiere	Darstellende Kunst	340	94,44	360
11.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	320	88,89	360
12.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	330	91,67	360
18.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
19.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
24.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
25.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
26.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
29.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
30.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“, Zusatzvorstellung	Darstellende Kunst	360	100,00	360
31.07.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	360	100,00	360
01.08.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	375	104,17	360
02.08.2015	„Sindelfinger Jedermann“	Darstellende Kunst	390	108,33	360
Summe Besucher Aufführungen			4.295	99,04	

Datum	Veranstaltung	Veranst.-Format	Besucher	Auslastung	100%
11.07.2015	Werkeinführung Premiere		150	125,00	120
12.7.-3.8.15	12 Werkeinführungen		120	1.440	120
Summe Besucher Werkeinführungen			1.590	93,75	

Anteilige Zahl Einführungen			4.295	37,02	1590
------------------------------------	--	--	--------------	--------------	-------------

Kartenpreise: Jedermann: 18 € Abendkasse, Vorverkauf 15 €, ermäßigt für Schüler und Studenten 8 €



1. Säule: Darstellende Kunst: Konzert und Tanz

Die insgesamt **16 Veranstaltungen** der Kategorie **Konzert und Tanz** erlebten **2.035 Besucher**. Dies entspricht einer Auslastung von **78,22 %**. Auch hier war der Besuch der Einführungsveranstaltungen unerwartet hoch und liegt im Durchschnitt bei 86,11 %. Zu berücksichtigen ist bei den Positionen „Tanz“, „Sinfonisches Blasorchester PLUS“ und „Orchester der Kulturen“, dass die Wetterlage nicht beständig war und somit die Besucher sich abwartend verhalten haben. Die beiden letztgenannten Vorstellungen mussten dann auch in die Kirche verlegt bzw. abgebrochen werden. Der Zuspruch zu den beiden **Late Night-Konzerten** war wie für viele Veranstaltungen im Propsteigarten höher als erwartet. Dies führte dazu, dass zahlreiche Konzertbesucher das Ereignis stehend erleben mussten, weil keine Stühle mehr verfügbar waren: Mit 150 bzw. 146 Besuchern liegen die Auslastungen hier gegenüber der erwarteten Besucheranzahl bei **125 % bzw. bei 122 % Auslastung**. Durch den Erfolg des Liederabends „Geisterstunde (Late Night 1) und die Möglichkeit danach kontinuierlich den „Kleinen Zwerg“ bewerben erfuhr auch diese Veranstaltung mit 210 Konzertbesuchern hohen Zuspruch.

Darstellende Kunst: Konzert und Tanz

Datum	Veranstaltung	Format	Besucher	Auslastung	100%
11.07.2015	Orgelreihe	Konzert	90	90,00	100
17.07.2015	Tanz	Tanz	260	72,22	360
18.07.2015	Harmoniversum	Konzert	302	83,89	360
24.07.2015	Late Night Geisterstunde	Konzert	150	125,00	120
25.07.2015	Late Night Insalata Mista	Konzert	146	121,67	120
25.07.2015	Orgelreihe	Konzert	100	100,00	100
26.07.2015	11.00 Gesang der Stille	Konzert	30	66,67	45
26.07.2015	14.00 Gesang der Stille	Konzert	40	88,89	45
26.07.2015	17.00 Gesang der Stille	Konzert	30	66,67	45
26.07.2015	Sinfonisches Blasorchester PLUS	Konzert	230	76,67	300
01.08.2015	Orchester der Kulturen	Konzert	267	74,17	360
07.08.2015	Der kleine Zwerg 2015	Konzert	210	91,30	230
26.09.2015	Erste Sindelfinger Klaviernacht	Konzert	115	50,00	230
18.10.2015	11.00 Gesang der Stille	Konzert	20	44,44	45
18.10.2015	14.00 Gesang der Stille	Konzert	25	55,56	45
18.10.2015	17.00 Gesang der Stille	Konzert	20	44,44	45
Summe Besucher					
Konzerte und Tanz			2.035	78,22	

Einführungen Konzert und Tanz

Datum	Veranstaltung	Format	Besucher	Auslastung	100%
17.07.2015	Tanz 1	Tanz	70	58,33	120
18.07.2015	Harmoniversum	Konzert	130	108,33	120
01.08.2015	Orchester der Kulturen	Konzert	110	91,67	120
Summe Besucher					
Einführungen Konzert und Tanz			310	86,11	

Tanztheater: 10 € Abendkasse, Vorverkauf 8 €, ermäßigt 5 €

Konzerte vor der Martinskirche: 15 € Abendkasse, Vorverkauf 12 €, ermäßigt 8 €

Biennale Late Night. Musik: Vorverkauf und Abendkasse 10 €



2. Säule: Altstadt-Projekt

Auch hier wurden die Erwartungen bei weitem übertroffen. Im Vorfeld wurde geschätzt, dass etwa 30 – 50 Personen an den Führungen durch die Altstadt teilnehmen würden. Zur Eröffnung wurden 100 Personen erwartet – weit über 200 Personen waren anwesend, an den weiteren Führungen haben jeweils etwa 60 – 90 Personen teilgenommen, wobei die Samstag Abend-Führung am beliebtesten war. Insgesamt nahmen **etwa 1.700 Personen** an **22 Führungen** zwischen Juli und Oktober teil.

Darüber hinaus wurde auch die Nutzung durch etwa **740 Nutzer der DigiWalk-App** nach anfänglich zögerlichem Verlauf verstärkt wahrgenommen. Nach der Anlaufzeit übertraf der Zuspruch auch hier schließlich die Erwartungen.

Nicht erfasst sind darüber hinaus zahlreiche Personen, die täglich die im öffentlichen Raum befindlichen Installationen ohne Führer bzw. App erkundeten, als zufällige Passanten, als Touristen, als neugierige Entdecker, die durch die Medien oder durch Empfehlung Dritter zur Erkundung aufgebrochen waren. Eine zahlenmäßige Erfassung ist hier nicht möglich.

Bildende Kunst - Altstadtführungen							
Tag	Art	durchschn. Anzahl	Häufigkeit	Teilnehmer	Auslastung	erwartet:	
Sa	Eröffnung	230	1	230	230,00	100	
Do / Fr	Nachmittag	60	9	540	200,00	270	
Samstag	Abend	90	6	540	300,00	180	
Sonntag	Vormittag	60	6	360	200,00	180	
	Zwischensumme Altstadtführungen		22	1670	253,03	660	
DigiApp		740	1	740			
Summe Besucher Bildende Kunst				2.410		30	

Eintritt frei



3. Säule: Diskurs

Biennale Plus, Biennale Diskurs, Biennale Fortgesetzt sind angelegt als inhaltlich ergänzendes Programm. Die kostenlose Teilnahme sollte es hier jedem möglich machen, sich über Hintergründe informieren zu können und sich an den anschließenden Diskussionen zu beteiligen. Erwartet wurden bei den Plus- und Diskurs-Veranstaltungen je nach Thema zwischen 20 und 50 Personen, ein Rahmen, der erfüllt wurde.

Bei der Vernissage der Ausstellung Flucht 2015 im Propsteigarten waren etwa 150 Personen anwesend. Durch die Präsentation im öffentlichen Raum haben Besucher täglich gezielt die Ausstellung wahrgenommen, teils indem sie zu Vorstellungen früher kamen, wie auch zufällige Passanten und Touristen, die die Martinskirche besichtigten. Eine zahlenmäßige Erfassung ist hier nicht möglich.

Diskurs

Datum	Veranstaltung	Veranst.-Format	Besucher
07.08.2015	Biennale Fortgesetzt: Architekturspaziergang 1	Führungen	60
15.09.2015	Biennale Fortgesetzt: Lebensgeschichten – Kunstgeschichten	Führungen	105
18.09.2015	Biennale Fortgesetzt: Architekturspaziergang 2	Führungen	40
01.10.2015	Biennale Fortgesetzt: Lebensgeschichten – Kunstgeschichten	Führungen	80
14.10.2015	Biennale Fortgesetzt: Lebensgeschichten – Kunstgeschichten	Führungen	50
15.01.2015	Biennale Plus #Kommunikation	Diskurs	35
19.03.2015	Biennale Plus #Marketing	Diskurs	30
23.04.2015	Biennale Plus #Kommunikation	Diskurs	30
07.05.2015	Biennale Plus #Gesellschaft	Diskurs	25
21.05.2015	Biennale Plus #Altstadtkunst	Diskurs	25
11.07.2015	Biennale PLUS Politik: Flucht 2015, Vernissage	Diskurs	150
12.07.2015	Biennale Diskurs. Der Soundtrack des Jedermann	Diskurs	35
16.07.2015	Biennale Zukunftsblick 4.0	Diskurs	45
23.07.2015	Biennale Zukunftsblick 4.0	Diskurs	35
30.07.2015	Biennale Zukunftsblick 4.0	Diskurs	35
31.07.2015	Biennale PLUS Diskurs	Diskurs	50
24.09.2015	Biennale Fortgesetzt: Die sieben Rätsel der Martinskirche	Diskurs	100
13.10.2015	Biennale Fortgesetzt: Sindelfingen schreibt	Diskurs	35
15.10.2015	Biennale PLUS #Politik	Diskurs	15
16.10.2015	Biennale Fortgesetzt: Sindelfingen erzählt	Diskurs	40
Summe Besucher Diskurs			1.020

Eintritt frei

Die Einführungsveranstaltungen und die Biennale Diskurs-Veranstaltungen waren kostenlos. Diese Niedrigschwelligkeit sollte die Aufmerksamkeit des Publikums bewusst attraktiv machen und einen direkten, auch kurzfristig unproblematischen Zugang ermöglichen.



Auslastungsbilanz

Insgesamt lag die Auslastung der Veranstaltungen **Jedermann, Musik und Tanz bei 89,28 %**. Zusammen mit den Diskurs-Veranstaltungen haben **knapp 10.000 Besucher** dieses Angebot der Biennale wahrgenommen.

Von diesen haben knapp 2.000 Personen das Angebot der Werkeinführungen wahrgenommen.

Die Angebote zu den **Altstadt-Installationen** haben insgesamt knapp **2.500 Personen** wahrgenommen.

Ungezählt bleiben die zahlreichen Besucher und Passanten der Proben vor der Martinskirche, der Ausstellung im Propsteigarten und der Installationen in der Altstadt.

Insgesamt sind knapp **12.000 Besucher** des vielfältigen Veranstaltungsangebots der Biennale zu bilanzieren:

Übersicht	Besucher	Auslastungen
Jedermann	4.295	99,04
Werkeinführungen Jedermann	1.590	93,75
Konzerte und Tanz	2.035	78,22
Einführungen Konzert und Tanz	310	86,11
Summe Auslastung Jedermann, Musik & Tanz		89,28
Bildende Kunst	2.410	
Diskurs	1.020	
Altstadtführungen	1.670	253,03
Summe Besucher Einführungen	1.900	
Summe Besucher Jedermann, Konzert und Tanz, Diskurs	9.130	
Summe Besucher	11.660	



Förderer

Wir danken den **Sponsoren** Wohnstätten für ihr finanzielles Engagement und die Biennale-Wohnung und der Firma Hofmeister neben der finanziellen Unterstützung für deren Einrichtung. Weiterer Dank gilt den Sponsoren Stadtwerke, der Kulturstiftung der Kreissparkasse Böblingen sowie dem BreuningerLAND neben der finanziellen Unterstützung für die Medienpartnerschaft. Auch der Sindelfinger Zeitung als Medienpartner sei für die hervorragende Zusammenarbeit gedankt.

Als **Kooperationspartner** bedanken wir uns beim Schauwerk Sindelfingen auch für die konzeptionelle Beratung und Vermittlung von wertvollen Kontakten, beim Torgauer Hof für die Übernachtungsmöglichkeiten und die kompetente logistische Unterstützung, bei der Kommunikationsagentur dalladea und Susanne Preuß für die Workshops mit der Kommunikationsgruppe, das Feedback und das Korrekturlesen.

Wir bedanken uns beim Gasthaus Hirsch für die Gastfreundschaft und vielfältige Unterstützung auch außerhalb des Caterings.

Für die Realisierung des „Sindelfinger Jedermann“ sind wir zu Dank verpflichtet: Für Kostüm und Maske dem Maßatelier Ingeborg Zarnetzki und Team sowie Franco Annunziata (Franco Haare und Cosmetic).

Der Firma Möbel Steinle gilt Dank für die Ausstattung, der Kooperation mit der Musik- und Kunstschule Böblingen verdanken wir den Zugriff auf deren Fundus.

Weiterer Kooperationspartner ist der GHV Sindelfingen e.V. Sindelfingen (Carola Klein), der seinen Modeball als Abschlussball der Biennale ausrichtete.

Mit dem Ziel, die Geschäftsleute in die Biennale und ihre Präsenz einzubinden und an die Strukturen der Stadt anzubinden wurden zwischen dem 25. und 27.5.2015 in der Sindelfinger Innenstadt insgesamt knapp 50 Geschäftsleute als **Unterstützer der Biennale** gewonnen.

Der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart danken wir für die Vermittlung der Künstler.

Für die Realisierung des „Sindelfinger Jedermann“ sind wir der Martinskirchengemeinde für die Überlassung des Spielorts und für ihre Geduld zu großem Dank verpflichtet.

Besonderer Dank gilt Ingo Sika als Tutor der Kommunikationsgruppe und für die technische Umsetzung der Homepage durch ArtiCom GbR gemeinsam mit Kevin Hochhauser.

Insbesondere geht an Marlies Roth als Schneiderin vor Ort ein großes Dankeschön wie auch an Birgül Cicoz, welche Herstellung und Transport der Kandelaber von der Firma Beza Avize zwischen Istanbul und Sindelfingen und die Logistik der drei Gesellen mitorganisierte. Darüber hinaus bedanken wir uns bei Sabine Kälbly für das Management und die Organisation um die drei Gesellen.

Impressum

Recherche, Statistiken, Texte und Redaktion: Sabine Krasemann

Veranstalter und Herausgeber: Stadt Sindelfingen

Projektleiter: Horst Zecha, Amt für Kultur

Künstlerischer Leiter: Frank Martin Widmaier

Gesamtorganisation: Sabine Krasemann



BIENNALE
SINDELFINGEN

Stadt  Sindelfingen