



PRESSEMELDUNG

Berlin, den 13.05.2020

CLUBCOMMISSION.BERLIN

United We Stream Kampagne Spendenauszahlung und Internationalisierung

Berlin. United We Stream beginnt mit der Vergabe der Spenden und expandiert ins europäische Ausland und nach Asien! Auch das Debattenformat United We Talk sendet zweimal pro Woche.

Seit dem 18. März läuft die Kampagne "United We Stream" als Reaktion auf die größte Herausforderung, vor der die Clubkultur in Berlin jemals stand. Initiiert von der Clubcommission Berlin e.V. und Reclaim Club Culture, vielen weiteren Akteur*innen aus der Clubszene und dem gemeinnützigen Verein Berlin Worx e.V., sammelt die Kampagne Geld zur Rettung der Berliner Clubs.

Seit der behördlich verordneten Schließung sind bis dato bereits über 450.000 € von mehr als 14.500 Einzelspender*innen gesammelt worden. Zählt man die mittlerweile 45 Städte in 12 Regionen weltweit zusammen, sind rund 900.000 € von 25.000 Unterstützer*innen gespendet worden. Davon gehen 8%, das sind bis jetzt bereits knapp 70.000 €, an soziale Zwecke. In Berlin werden diese Woche die ersten 300.000 Euro an die Antragsteller ausgezahlt. Die Vergabe erfolgt unter Aufsicht eines 10-köpfigen Jury-Beirats auf Basis eines Verteilungsschlüssels, der einen fairen Vergabeprozess gewährleisten soll. Zudem gehen in dieser Runde 24.000 € der Spenden an den "Stiftungsfonds Zivile Seenotrettung" als zusätzliches solidarisches Zeichen um die zivile Seenotrettung im Mittelmeer zu unterstützen.

United We Stream - wie geht's weiter?

Zwar sind nun die ersten Lockerungen der Einschränkungen seit Beginn der COVID-19 Pandemie auf dem Weg, doch die Clubs und Musikspielstätten werden voraussichtlich zu den letzten Locations gehören, die ihre Türen wieder öffnen dürfen. Daher wird "United We Stream" stetig weiter entwickelt und mindestens solange weiter betrieben, wie die Schließung der Locations die finanzielle und kulturelle Existenz der Clublandschaft in Berlin und weltweit bedroht.

Für ihren Fortbestand ist die Clublandschaft jedoch auf weitere Unterstützung seitens der Politik dringend angewiesen. Die Kampagne ist ein komplementäres Funding und kann nur einen kleinen Beitrag als Hilfe zur Selbsthilfe leisten. Sie ermöglicht den beteiligten Clubkulturstätten eine finanzielle Unterstützung, sowie eine internationale Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit. Zudem ist die Kampagne bereits in 12 Regionen außerhalb Berlins aktiv und expandiert in den nächsten zwei Wochen nach Frankfurt am Main und die Region Oberrhein von Basel bis Karlsruhe, sowie Stockholm/Schweden,

Madrid/Spanien, Paris/Frankreich, Warschau/Polen, Singapur/Malaysien, Bangkok/Thailand und Ho Chi Minh City/Vietnam.

"United We Talk" - Die Zukunft nach der Krise wird verhandelt

Um der sozial-politischen Seite der Clubkultur ebenso eine Plattform zu bieten, wurde am Anfang April das Debattenformat "United We Talk" ins Leben gerufen. Am heutigen Mittwoch wird hier die bereits 12. Folge gesendet - dieses Mal zum Thema "Fearless Futures: Feminismus und Solidarität." Das Debattenformat "United We Talk" begreift sich als ein Raum, in dem politische, künstlerische und aktivistische Artikulation ihren Platz findet. Denn politische Veranstaltungen, die sonst in den Clubs stattfinden, ebenso wie Demonstrationen, als auch Theater, Kino-Filme, Performances oder Talk-Runden sind im Zuge der Maßnahmen zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie aktuell kaum bis gar nicht für die Öffentlichkeit zugänglich und verfügbar.

Awareness im Club - Awareness zu Hause

Um auch im virtuellen Raum die Werte und das emanzipatorische Selbstverständnis der Clublandschaft zu wahren und weiterzuentwickeln, hat "United We Stream" ein Awareness-Manifest zur Nutzung für alle Beteiligten aufgestellt. Das Manifest bildet die Grundlage zur Gestaltung der Live-Streams, so dass alle Menschen sich dort möglichst wohl, frei und sicher fühlen können.

Ein zentrales Anliegen der Kampagne ist es auch, dem Thema Genderequality nachzukommen. Um sich dem Thema anzunehmen, wurde seitens United We Stream von einem internen Arbeitskreis das Programm des ersten Monats diesbezüglich analysiert. Die Studie ergab mit 38,7% weiblichen Künstlerinnen, 58,2% männlichen Künstlern und 3,1% diversen Künstler*innen bis dato (noch) keine Parität. Dabei wurde nicht analysiert und in der Statistik gewichtet, in welchem Spektrum jeweils einzelne Clubs mit ihrem individuellen Booking zu finden sind, was die Geschlechterverteilung angeht bzw. ob ein Verteilungs-Überhang in die eine oder andere Richtung besteht. "United We Stream" strebt im weiteren Verlauf ein Programm an, das die Diversität der Clubkultur noch stärker in den Streams repräsentiert.

Pressekontakt

Lutz Leichsenring - Tel: 0171-4159547 / Mail: presse@clubcommission.de

Hintergrund:

*"United We Stream" ist eine Initiative von Clubcommission Berlin e.V., des Netzwerks Reclaim Club Culture, vielen weiteren Partner*innen und Akteur*innen aus der Clubszene und dem gemeinnützigen Verein Berlin Worx. Zentrales Element ist eine Streamingplattform, verbunden mit einem Spendenaufruf, zu finden unter: <https://uws.betterplace.org/>.*

*In den knapp 2 Monaten seit dem Start der Kampagne wurden mit großem Einsatz in über 100 Clubs über 200 Stunden Programm gestreamt - organisiert von mehr als 150 ehrenamtlichen Helfer*innen in 15 Arbeitsgruppen. Dabei entstanden über 25 Mio. Aufrufe/Impressionen/Zuschauer*innen auf YouTube, Facebook, den UWS-Webseiten, sowie der neuen "United We Stream"-App. Unterstützt wird das Ganze von über 200 Crossposting-Partnern, die täglich den Livestream auf Facebook teilen, sowie Features auf Instagram und Twitter erstellen. Unter dem Label "United We Stream" entstand auch schon eine Podcast-Serie auf Soundcloud. Darüber hinaus sendete "United We Talk" schon mehr als 30 Stunden Programm mit über 100 geladenen Gästen.*

*Die bis dato durch die Kampagne gesammelten Gelder sind aber nicht viel mehr als ein Anfang. Die Existenz der allermeisten Clubs ist nach wie vor massiv bedroht. Und nicht nur in Berlin ist die Not groß - in nahezu allen Städten rund um den Globus stehen die Clubs leer und deren Betreiber*innen und Mitarbeiter*innen vor dem finanziellen Ruin.*