
Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen

Ergebnisprotokoll zum 2. Kulturworkshop im
KUNSTHOF Friedrichsrode am 9. September 2014

Gutachten im Auftrag von



Gefördert durch

Freistaat
Thüringen



Ministerium
für Bildung, Wissenschaft
und Kultur

September 2014

Projektleitung:

Dr. Patrick S. Föhl und Dr. Norbert Sievers

Institut für Kulturpolitik der
Kulturpolitischen Gesellschaft

Weberstr. 59a

53113 Bonn

www.kupoge.de



Moderatoren:

Dr. Patrick S. Föhl, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen
Gesellschaft, Berlin

Marc Grandmontagne, Kulturpolitische Gesellschaft, Bonn

Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold, Stuttgart

Prof. Dr. Gernot Wolfram, MHMK, Berlin

Protokoll:

Regionale Koordinatoren, Landkreise, Institut für Kulturpolitik

Inhaltsverzeichnis

1	Der zweite Kulturworkshop im KUNSTHOF Friedrichsrode	4
1.1	Konzept	4
1.2	Ablauf	5
1.3	Ergebnisprotokoll und weitere Schritte	5
2	Gruppe 1: »Kooperative Projekte/Netzwerke«	6
2.1	Ausgangssituation	6
2.2	Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen	7
2.3	Ausblick	10
3	Gruppe 2: »Kulturelle Bildung und Partizipation«	12
3.1	Ausgangssituation	12
3.2	Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen	13
3.3	Ausblick	15
4	Gruppe 3: »Kulturtourismus und regionales Kulturmarketing«	17
4.1	Ausgangssituation	17
4.2	Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen	19
4.3	Ausblick	23
5	Gruppe 4: »Jugendkultur«/»Kulturangebote für Jugendliche«	24
5.1	Ausgangssituation	24
5.2	Handlungsansätze	26
5.3	Ausblick	27
6	Ideenspeicher	28

1 Der zweite Kulturworkshop im KUNSTHOF Friedrichsrode

1.1 Konzept

Workshops bzw. Strategiewerkstätten sind wichtige Beteiligungsmöglichkeiten bei kulturellen Planungsprozessen. Durch Mitgestaltung und Partizipation kann die Akzeptanz sowie Identifikation mit Kulturentwicklungsplanungen erhöht werden. Zudem fließt – flankierend zu den Expertengesprächen, öffentlichen Diskussionsrunden, dem Austausch im regionalen Beirat und im Landesbeirat u. a. – lokales und regionales Expertenwissen in den Prozess ein, das ein wesentliches Momentum für praxisnahe Empfehlungen darstellt.

Am 9. September 2014 fand der zweite Kulturworkshop im Rahmen des Kulturentwicklungsprozesses für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen im KUNSTHOF Friedrichsrode statt. Erneut folgten mehr als 60 Akteure der Einladung zur Beteiligung am Workshop.

Die Teilnehmer des Kulturworkshops wurden durch die regionalen Koordinatoren in Abstimmung mit dem externen Projektleiter ausgewählt und eingeladen. Darüber hinaus stand der Kulturworkshop für weitere Interessierte offen. Die Veranstaltung diente der Reflexion, Diskussion und Weiterentwicklung von Zwischenergebnissen aus den Experteninterviews, der Strukturanalyse, der Bestandsaufnahme der kulturellen Infrastruktur, der Ergebnisse aus dem ersten Workshop und anderer Analysen (s. www.kulturkonzept-kyf-ndh.de). Der Kulturworkshop sollte außerdem dazu beitragen, den Austausch zwischen den Akteuren zu befördern.

Der zweite von drei Kulturworkshops dient der vertiefenden Diskussion und weiterführenden Entwicklung konkreter Handlungsideen im Hinblick auf die kulturelle Entwicklung der Modellregion und wird weitergehend durch zusätzliche externe Gutachten, intensive Austauschverfahren in den Beiräten sowie anderen Maßnahmen ergänzt. Die Themenschwerpunkte des zweiten Kulturworkshops bildeten die

- »Kooperative Projekte/Netzwerke« (Moderation: Prof. Dr. Gernot Wolfram, MHMK, Berlin)
- »Kulturelle Bildung und Partizipation« (Moderation: Marc Grandmontagne, Kulturpolitische Gesellschaft, Bonn)
- »Kulturtourismus und regionales Kulturmarketing« (Moderation: Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold, Stuttgart)
- NEU: »Jugendkultur« (Dr. Patrick S. Föhl, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Berlin).

Diese Themenbereiche wurden aus den bisherigen Untersuchungsergebnissen abgeleitet und durch den regionalen Beirat sowie den Landesbeirat bestätigt. Die externen Moderatoren wurden aufgrund ihrer jeweiligen Expertise in den Themenfeldern und ihrer Moderationskompetenz ausgewählt.

1.2 Ablauf

Die Veranstaltung dauerte insgesamt vier Stunden und beinhaltete folgende Programmpunkte:

- 14:00 Begrüßung
- 14:05 Einführung und Vorstellung der Arbeitsgruppen sowie Moderatoren durch
Dr. Patrick S. Föhl, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft
- 14:20 Verteilung auf die Gruppen und Beginn der Gruppenarbeit
- 17:00 Kaffeepause / Sammlung der Ergebnisse
- 17:15 Präsentation der Ergebnisse durch die Moderatoren
- 17:45 Zusammenfassung und Ausblick durch Dr. Patrick S. Föhl
- 18:00 Abschluss des 2. Kulturworkshop.

1.3 Ergebnisprotokoll und weitere Schritte

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse aus den einzelnen Gruppenarbeiten dokumentiert und strukturiert dargestellt.

Die Ergebnisse werden Ende September 2014 im regionalen Beirat und im Landesbeirat (beide 30. September 2014) diskutiert und im Rahmen der Einladungen zum dritten Kulturworkshop am 11. November 2014 vorab verschickt. Sie bilden die Ausgangslage für weitergehende Überlegungen und Diskussionen im Rahmen des Kulturworkshop-Prozesses und werden schlussendlich in einem konzisen Ziel- und Maßnahmenkatalog münden.

Zudem werden dieses Protokoll und alle anderen Unterlagen aus dem Kulturentwicklungsprozess auf der Projektwebsite www.kulturkonzept-kyf-ndh.de dokumentiert.

Der 3. Kulturworkshop wird am 11. November 2014 von 14:00 bis ca. 19:00 stattfinden. Hierzu erfolgt im Oktober 2014 noch eine gesonderte Einladung.

2 Gruppe 1: »Kooperative Projekte/Netzwerke«

Moderation: Prof. Dr. Gernot Wolfram, MHMK, Publizist, Berlin

Teilnehmer: Philipp Adlung, Ludwig Bachmann, Jochen Einenckel, Rosemarie Hilger, Wolfgang Koenen, Sybille Köhler-Beckmann, Julia Lonkwitz, Michael Martens, Christian Schelauske, Herr Schubart, Maria Ende, Sandra Wedekind, Veith Vollbrecht

Protokoll: Sylvia Spehr / Ausarbeitung des Protokolls: Prof. Dr. Gernot Wolfram

2.1 Ausgangssituation

Auf Basis einer eingehenden Analyse der verschiedenen Kooperationsbereitschaften von Institutionen, Vereinen, freien Gruppen und sogenannten »Einzelkämpfern« zeigte sich im Workshop die Notwendigkeit und Chance durch kooperative Projekte eine neue Sichtbarkeit sowie eine Neu-Aktivierung von kulturellen Akteuren in der Region zu erreichen. Ausdrücklich wurden dabei inhaltliche, aber durchaus auch ökonomische **Strukturverbesserungen** angesprochen.

Ausgehend von der aus Studien ersichtlichen Situation, dass die Besucherzahlen bei hochkulturellen Veranstaltungen im gesamten europäischen Raum tendenziell sinken,¹ dass Kulturvereine und Museen gerade im ländlichen Raum Mitglieder und Besucher häufig verlieren, sind neue Ideen und Ansätze vonnöten. Vor allem hinsichtlich der Problematik von **zentralen und dezentralen Orten** in der Region. Hierbei ist es nicht zwingend angezeigt, zusätzliche Strukturen aufzubauen oder permanent neues zu erfinden – vielmehr sollte das, was bereits besteht, neu gedacht und vermittelt werden. Ein entsprechender **Wandel** geschieht jedoch nicht von heute auf morgen, er vollzieht sich nach und nach. Dabei können die in der Region drei dominanten Akteursgruppen – **Vereine, Institutionen und Einzelkämpfer** – auf aktuelle Gegebenheiten allerdings nur in unterschiedlichen Geschwindigkeiten reagieren: Während innerhalb von Institutionen (z. B. kommunale Museen) Innovationen ob des ihnen vor- und nachgeschalteten Verwaltungsapparates meist etwas länger brauchen, bis sie umsetzungsfähig sind, können Einzelkämpfer i. d. R. spontan und rasch auf neue Gegebenheiten und Interessenlagen beim Publikum reagieren. Daraus ergibt sich aus Sicht der Experten die Notwendigkeit, dass sich alle drei Akteursgruppen dazu bekennen, dass sie Teil der notwendigen Transformation im Rahmen des Kulturentwicklungsprozesses werden wollen – insbesondere im Feld der Zusammenarbeit. Hier ist vor allem über **neue Pilotprojekte** nachzudenken, die es nun zu identifizieren gilt. Das können z. B. spartenunterschiedliche **Partnerschaften** zwischen Institutionen, Vereinen und Einzelkämpfern sein. Dazu gehört aber auch eine Stärkung der

1 Special Eurobarometer 399 / Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social, Brüssel 2013, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_399_380_en.htm#399, (letzter Zugriff: 17.9.2014).

kommunalpolitischen Entscheider im Kulturbereich. Gerade in kleineren Gemeinden zeigt sich hier ein großes Problem, dass das Thema Kultur immer stärker marginalisiert wird. Daher wären hier z. B. kooperative Pilotprojekte zwischen kleineren und größeren Destinationen ein wertvoller Ansatz.

Eine Kooperation ist indes nur erfolgreich, wenn eine Win-win-Situation für die beteiligten Partner hergestellt wird. Führt man diesen Gedanken weiter, sollten vor allem auch die Bereiche Tourismus, Wirtschaft, Politik und Soziales in diese Kooperations-Gedanken einbezogen werden. Besonders die Wirtschaft wird gerade im Kultursektor noch zu wenig angesprochen bzw. lediglich als Sponsor für Einzelprojekte angefragt. Dass es auch in der Modellregion bereits **nachhaltige Best-Practice-Beispiele** gibt, wird anhand von zwei Initiativen exemplarisch deutlich:

- Die WAGO Kontakttechnik GmbH & Co.KG, Standort Sondershausen initiierte und unterstützt das Projekt »Wir sind Musik!«; Kooperationspartner: Stadt Sondershausen, Kreismusikschule und weitere Akteure in der Stadt Sondershausen. (Das ließe sich stärker als Modell- und Anreizprojekt ausbauen)
- Die Echter Nordhäuser Traditionsbrennerei betreibt nicht »nur« ein Museum; hier werden auch eigens für das Haus geschriebene Theaterstücke aufgeführt. Kooperationspartner: Theater Nordhausen/Lohorchester Sondershausen GmbH. (Auch hier zeigte sich Bereitschaft, diese Kooperationen auszubauen, vor allem in kleinere Gemeinden hinein).

2.2 Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen

Als zentrales Handlungsinstrument wurde eine funktionierende Kooperationsplattform für alle Beteiligten benannt. Hier wurde ein »Kooperationszirkel« mit allgemeiner Zustimmung vorgeschlagen, der im 3-Monats-Rhythmus einen wechselnden verantwortlichen Sprecher benennt. Dieser Kooperationszirkel fokussiert reale Möglichkeiten der Kooperation und des Austauschen unter folgenden Prämissen:

- gemeinsame spartenübergreifende Ideenentwicklung
- Tradition versus Moderne in der Region zusammenzudenken
- Austausch von Ressourcen (etwa Raumbereitstellung, Entwicklung neuer Spielorte etc.)
- Stadt und Dörfer stärker vernetzen durch Projekte mit Akteuren aus beiden Bereichen.

In der Diskussion wurde auch deutlich, dass es im kulturellen Bereich auf der einen Seite ein Überangebot an Veranstaltungen, vor allem in den Sommermonaten in den kulturellen Zentren, gibt. Andererseits gelingt es nicht ausreichend, neue Interessengruppen für die Veranstaltungen zu gewinnen. (Beispiel: Das neue Angebot für Jugendliche zur »Nordthüringer Kulturnacht 2014« fand kaum Beachtung trotz großer Anstrengung bei den Veranstaltern). Hier ist über eine intensive Prüfung nachzudenken, welche

Veranstaltungen wirklich nachhaltig erfolgreich sind, also Partizipation und Aufmerksamkeit schaffen, und welche sich gegenseitig »kannibalisieren«. Durch mögliche Veränderungen in der Veranstaltungsstruktur könnte Raum geschaffen werden für neue Pilotprojekte, die nicht nur an einzelnen Stätten wirken, sondern die ganze Region kulturell beleben. Auch hier wurden noch einmal folgende Vorschläge in den Raum gestellt:

- Stärkung der Kooperation zwischen erfolgreichen Häusern wie dem Theater Nordhausen und kleineren Orten wie etwa Friedrichsrode und seinem KUNSTHOF. Bewusster Umgang mit Gegensätzen (»Klein-Groß«, lokale Identität vs. regionale Identität etc.)
- Kooperation zwischen der Kirche und örtlichen Chören bzw. Kulturvereinen. Gemeinsame Projekte in Kirchen, die als Räume wieder aktiviert werden sollen (Austausch von Ressourcen)
- Verknüpfung von lokalpolitischen Maßnahmen in den kleineren Dörfern mit Programmangeboten in den Zentren der Region. Stichwort auch hier: Mobilität, »Kulturbus«, Aktivierung / Stärkung von Ehrenamt
- Stärkere Einbeziehung von Jugendlichen in die kulturelle Arbeit; proaktive Erfassung der Bedürfnisse von Jugendlichen, etwa auch durch Projekte im Bereich Social Media (»SchülerInnen als KulturkritikerInnen«, s. Gruppe 4 unten), Einbindung in die Programmplanung.

Ziele

Es muss mehr **Sichtbarkeit** erzeugt werden. Zentral sind hier **Pilotprojekte**, die einen »Lenkraketen-Effekt« haben. Das heißt, sie sind so konzipiert, dass sie ein intrinsisches Interesse der beteiligten Akteure berühren. Hier soll es einerseits um **konkrete Handlungsschritte** gehen, andererseits um einen **Prozess des Sich-Bewusstwerdens** aller Akteure, dass kooperative Projekte keinen rein solidarischen Zweck erfüllen, sondern für jeden Beteiligten langfristig Vorteile bringen. Zentrales **Ziel** neben der Sichtbarkeit ist die **Funktionsfähigkeit von Kooperationen in der Region** auf Basis eines gemeinsamen Handlungsinstrumentes wie dem **Kooperationszirkel**. Hier zeigte sich bereits, dass trotz Skepsis die WorkshopteilnehmerInnen das Potenzial solcher »ungleichgewichtiger« Kooperationen erkannt haben. Ziel soll daher auch eine **Wahrnehmung der gesamten Region als Kulturraum** werden – und nicht nur einzelner Theater, Museen oder soziokultureller Zentren. Erst in einem solchen Kontext können etwa auch vom demografischen Wandel bedrohte Vereine wieder **Handlungsspielraum** gewinnen, ohne ständig auf Hilfe von außen zu warten. Dazu gehört aber auch als Ziel eine **kontinuierliche Fortbildung und Qualifizierung** der Handelnden (etwa der jetzigen Koordinatoren) sowie eine stärkere Sichtbarkeit der politischen Ansprechpartner im Land und in den Städten.

Maßnahmen

Die folgenden Maßnahmen sollen einen Beitrag leisten, die vorgenannten und weiteren Ziele zu erreichen:

- **Kooperative Ideenentwicklung** auf Basis des Anspruches eine innovative Modellregion zu sein. Also keine Neuerfindung von Strukturen, sondern Durchführung kooperativer Projekte mit dem Ziel, die vorhandenen Ressourcen besser zu nutzen und Strukturen entsprechend anzupassen. Hierfür ist eine starke Einbindung **kulturpolitischer Entscheider als Prozessbegleiter** notwendig.
- Finden eines geeigneten Themas für kulturelle Angebote unterschiedlicher Sparten. Zum Beispiel: **Kirchenmusik**. Hier wäre es möglich, leer stehende Immobilien mit kirchenmusikalischen Veranstaltungen zu beleben. Aber auch neue Kooperationen einzugehen zwischen Chören, Musikschulen, Theatern und Museen in Bezug auf die besondere Kraft der alten Kirchen. Hier kann eine Verknüpfung zum Kulturtourismus erfolgen (s. Gruppe 3 unten). Zugleich würde das Thema Zentralität versus Dezentralität bearbeitet, denn Kirchen befinden sich auch in den vielen kleineren Dörfern und Gemeinden.
- Initiierung eines **»Kooperationszirkels«**. Im Rotationsprinzip ist jedes Mitglied des Zirkels für einen festgelegten Zeitpunkt verantwortlich für den Fortbestand des Zirkels und für das Informationsmanagement. Vorteil: Der immense Zeitaufwand für die Netzwerkpflge wird auf viele Schultern verteilt. In der Workshopgruppe wurde von Vertretern der Verwaltung und aus Institutionen bereits die Bereitschaft für eine solche Form der Zusammenarbeit signalisiert. Bereitschaft zeigten die Teilnehmer auch zur aktiven Gestaltung – und damit weg vom »Wir müssten mal mehr eingebunden werden.«
- **Vernetzung von Websites und Erstellung einer gemeinsamen Informationsplattform**. Dies erhöht die Erreichbarkeit von Informationen und die gegenseitige Kenntnis der Akteure. Hierzu gibt es bereits konkrete Vorstellungen in der Südregion, dieses Projekt mit dem dortigen LEADER-Verein anzugehen. Da LEADER in der gesamten Modellregion Nord und Süd tätig ist, könnten hier Synergien genutzt werden.
- Schaffung eines **»Symbolischen Icon«** für die kulturelle Vielfalt in der Modellregion. Dieses Symbol (wie etwa eine Skulptur, eine Hör-Station/Säule/ ein Kunstwerk/Designement, das an Kunstschulen in der Region entwickelt wird) könnte von Veranstaltung zu Veranstaltung wandern. Vorteil: mediale Aufmerksamkeit erhöhen, Identifikation der Menschen mit ihrer Region und hoher Wiedererkennungseffekt, dient der Standortentwicklung in den Dörfern,

fungiert als Mittler der zu entwickelnden Sichtbarkeit der Kulturregion als Ganzem (kann mit dem regionalen Kulturmarketing in Gruppe 3 vernetzt werden, s. unten).

- Um kulturelle Angebote für jeden zugänglich zu machen, könnte ein **Kulturbus** zu besonderen Höhepunktveranstaltungen etabliert werden. Viele Angebote werden regional bisher wenig genutzt. Die Ursache dafür könnte zum einen sein, dass Menschen, die die Angebote nutzen lieber mit dem eigenen Fahrzeug unterwegs sind, andererseits ist wegen der Abgeschiedenheit zahlreicher Orte eine sehr lange Busfahrzeit einzuplanen. Das Thema »Mobilität« soll hier in einem breiten Sinn sichtbar werden – also auch wie vernetzt man besser (auch virtuell) zentrale und dezentrale Orte in der Region.
- Um **Vereine** in ihrer Arbeit zu stärken, sind mehr Kooperationen nötig. Oft bremsen auch starre Vereinsstrukturen die Umsetzung kreativer Ideen. Gewinnung von Vereinsmitgliedern, Finanzierung von Vorhaben sowie die Erarbeitung von Projektanträgen stellen die ehrenamtlich tätigen Mitglieder vor große Herausforderungen, die oft weder personell noch zeitlich bewältigt werden können. Ein tragfähiges Netzwerk mit der Wirtschaft, Verwaltung und anderen Kulturakteuren könnte ein zukunftsfähiges Vereinsleben fördern.
- **Jugendliche** aus den Vereinen sollten stärker in die **Vorstandsarbeit** eingebunden werden. Lernen durch Handeln ist hier der zentrale Gedanke. Verantwortungsbewusstsein entsteht häufig durch übertragene Verantwortung. Wie viele junge Akteure sind aber wirklich in den Vereinen sowie Beiräten und Institutionen wie Museen, Orchestern, Vereinen, Kommunalpolitik aktiv eingeladen, sich zu beteiligen?

2.3 Ausblick

Bis zum nächsten Kulturworkshop am 11. November 2014 werden auf Grundlage der bisherigen Kulturworkshopergebnisse und Untersuchungen die dargestellten – und weitere – Themen seitens des Instituts für Kulturpolitik und durch seine Partner weiterentwickelt. Zusätzlich werden Gespräche geführt, Beiratssitzungen abgehalten und z. B. Best-Practice-Ansätze analysiert. Schon jetzt zeichnet sich allerdings ab, dass insbesondere folgende Maßnahmenbereiche im Hinblick auf entsprechende Ziele, Präzisierungen, Verantwortlichkeiten, Zeit- und Ressourcenstrukturen im Mittelpunkt stehen werden:

- Wahl des ersten Sprechers und Verantwortlichen des Kooperationszirkels
- Etablierung von Kulturpatenschaften zwischen diversen Akteuren in der Region (zentral und dezentral; Wirtschaft und Kultur); möglicher Name »Kulturtandem Nordthüringen« – Patenschaften als Modellprojekt durch spezifische Kooperationsstruktur
- Entwicklung eines »Symbolischen Icons« (kein Logo, sondern ein »wanderndes Zeichen« wie etwa die Rote Couch) für die Modellregion
- Etablierung einer gemeinsamen Informationsplattform (mit LEADER) – insbesondere für Kulturvereine
- Entwicklung von Maßnahmen zur Stärkung der Vereinslandschaft insbesondere zu den Themen Nachwuchsarbeit, Vorstandsarbeit, Vernetzung (auch themen- und spartenübergreifend) und Qualifizierung
- Initiierung eines Programms »Lernen durch Handeln« – Jugendliche in die Vereinsvorstände in der Region integrieren – Suche nach einem Partner aus der Wirtschaft
- Etablierung eines Netzwerks »Versteckte Kirchen, versteckte Musik« (oder anderer Netzwerke) – ein Verbund von leerstehenden Kirchen als neuen dezentralen Orten für Kirchenmusik – auch hier Einbindung von Jugendlichen
- Erstellung von Evaluationskriterien des Kooperationszirkels, was ihre Ansprüche an erfolgreiche Projektformate sind
- Mobilität zwischen zentralen und dezentralen Kulturorten erhöhen, etwa durch den Kulturbus (finanzierbar durch Sponsoring), auch hier wäre über Extras wie »Musik im Bus« nachzudenken; Musikschulen begleiten die Fahrten zu Kulturveranstaltungen durch ein kleines Vorkonzert etc.
- Runder Tisch kommunalpolitischer Entscheider aus einzelnen Dörfern und Gemeinden, die das Thema Kultur neu auf die Agenda setzen – in Verknüpfung mit dem Kooperationszirkel
- Diskussion notwendiger Ermöglichungsstrukturen zur Umsetzung der o.g. Ansätze (z. B. Fortbestand der regionalen Koordinationsstellen über den Kulturentwicklungsprozess hinaus).

3 Gruppe 2: »Kulturelle Bildung und Partizipation«

Moderator: Marc Grandmontagne, Kulturpolitische Gesellschaft e.V., Bonn

Teilnehmer: Martina Degenhart, Andrea Geldmacher, Christina Hirschler, Johanna Kerwitz, Michael Kriese, Herr Lasserre, Marion Minkus, Ekkehard Müller, Carsten Pettig, Holger Häßler, Kathleen Hahnemann, Kristin Anhut, Berit Scholwin, Nadine Rall, Prof. Dr. Eckehart Lange

Protokoll: Anika Pöttsch / Ausarbeitung des Protokolls: Marc Grandmontagne

3.1 Ausgangssituation

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde aller Teilnehmer wurde auf Grundlage des Ergebnisprotokolls aus dem ersten Kulturworkshop auf zentrale Fragen aufmerksam gemacht. Dazu gehören folgende Punkte:

- **Defizit an Vermittlungskompetenz** und damit einhergehender **Bedarf an Qualifizierung** und Ausstattung (vor allem im Museumsbereich großer Bedarf an Museumspädagogen und Vermittlern).
- Stärkere **Integration von Inhalten Kultureller Bildung in die schulischen Lehrpläne** bzw. Funktionsabläufe (Fortführung des Kulturagentenprogramms, ggf. in der gesamten Modellregion).
- Dringender **Bedarf an regionaler Koordination und Verzahnung** mit der kulturellen Infrastruktur (auch hier Verweis auf das Kulturagentenprogramm).
- Schaffung einer **»Verantwortungsgemeinschaft« für Kulturelle Bildung** einschl. der Wirtschaft, keine Fokussierung allein auf Kinder und Jugendliche (Demografie), Einbinden bestehender Netzwerke, wie etwa der Volkshochschulen.
- Identifikation von **Institutionen mit Ankerfunktion** und Auflegen eines **Patenschaftenprogramms**.

In der anschließenden Diskussion wurde vor allem die Frage erörtert, was eine Ankerfunktion auszeichnet und ob alleine fachliche Kompetenzen darüber bestimmen. Es wurde auch vorgetragen, die örtliche Lage bzw. den räumlichen Wirkungsbereich und die Frage der Interdisziplinarität zu berücksichtigen. Grundsätzlich bestünden bereits übergreifende Institutionen, deren Kompetenz und Reichweite sie zu potentiellen Ankerinstitutionen machten (z. B. die Landesmusikakademie in Sondershausen, Jugendkunstschule in Nordhausen). Allerdings, so wurde übereinstimmend geäußert, fehle es an Personal, um bedarfsgerecht arbeiten zu können.

Wichtig war den TeilnehmerInnen die Abgrenzung bzw. Verbindung zur Koordinatorenfunktion: Es dürfe nicht nur darum gehen, die Aufgaben umzuschichten und neu zu verteilen. Die Ausübung einer Lotsenfunktion für spartenübergreifende Themen müsste finanzielle und personelle Ressourcen für eine solche Funktion bedingen bzw. müssten bestehende Aufgabenprofile gemeinsam mit den Trägern neu gewichtet werden.

Die Erarbeitung einer Kooperationsstruktur wurde von allen TeilnehmerInnen für notwendig gehalten. Zusammengehörige Institutionen sollten prüfen, ob sich ihre Kooperationen auch unter einem abgestimmten Narrativ in einen größeren Kontext – evtl. auch kulturtouristisch – einordnen lassen.

3.2 Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen

Im Rahmen eines flankierenden Gutachtens werden die Situation und die Perspektiven der Kulturellen Bildung in der Modellregion durch Thomas Wodzicki untersucht. Die beiden im Projekt tätigen Kolleginnen Kristin Anhut und Berit Scholwin stellten – nach der Anfangsdiskussion – im Rahmen des Workshops drei Grundthesen vor, die die Maßnahmenabstimmung zukünftig erleichtern sollen. Diese Thesen wurden im Workshop diskutiert. Nach der jeweiligen These wurden Leitfragen zur Überwindung des Defizits gestellt und Maßnahmenvorschläge kurz-, mittel- und langfristiger Natur gemacht.

These 1: Es fehlt an synergetischen Kooperationen

Es besteht zwischen den kulturellen Akteuren der Wunsch nach Kooperationen vor allem spartenübergreifender Natur. Bestehende Kooperationen erschöpften sich allzu oft in administrativ-technischer (dienstrechtlicher) Dimension und sind zudem meist spartenintern.

Maßnahmenvorschläge

- Kurzfristig: Etablieren von **Patenschaften** zwischen Kulturakteuren und Bildungseinrichtungen, Einrichtungen mit **Ankerfunktionen** versehen.
- Mittelfristig: Das **Verantwortungsbewusstsein** von Politik und Wirtschaft in der Region schärfen, **spartenübergreifende synergetische Kooperationen** etablieren.
- Langfristig: Für die Kulturelle Bildung soll eine **eigenständige Gesamtkonzeption** in der Region erarbeitet und umgesetzt werden. Diese kann Modellcharakter für andere Regionen in Thüringen aufweisen.

In der Diskussion über die These wurde deutlich, dass eines der größten Hindernisse das Fehlen eines kulturpolitisch kohärenten Gesamtkonzeptes »Kulturelle Bildung« ist, so dass Neukonzeptionen mit der entsprechenden Konsequenz auch in personeller und finanzieller Hinsicht umgesetzt bzw. notwendige Transformationsprozesse planvoll sowie praxisnah angestoßen werden könnten. Konkret wurden Verlustängste bei den Akteuren deutlich, die die unbefriedigende Förderpraxis für langfristige Projektvorhaben kritisierten. Es komme, so wurde geäußert, selten zu echten »Win-win-Situationen« für alle Beteiligten, zu häufig würde immer mehr Arbeit auf immer weniger Köpfe verteilt. Strukturell seien verlässlichere Rahmenbedingungen für langfristige Kooperationen notwendig. Dazu gehöre perspektivisch auch eine landesweite Gesamtkonzeption, die die Neujustierung im Akteursfeld der Kulturellen Bildung stimmig einordne.

These 2: Es besteht ein Verbesserungspotential aller Konzeptionen zur Kulturellen Bildung

Insgesamt wird nicht ausreichend zwischen Nutzern und Besuchern unterschieden, die Öffentlichkeitsarbeit stellt eine große Herausforderung dar, es fehlt an Vermittlungskompetenz und an individuell auf eine Zielgruppe angepasste Formate. Des Weiteren existiert nur begrenztes Wissen über die Multikomplexität gesellschaftlicher Wandlungsprozesse und es fehlen Ansatzpunkte zum Umgang mit diesen.

Maßnahmenvorschläge

- Kurzfristig: Konkrete Inhalte einer Konzeption innerhalb der Institutionen müssen auf Machbarkeit, Aktualität und Zielgruppenorientierung überprüft werden, **Qualitätskriterien** für Konzeptionen sind notwendig.
- Mittelfristig: Dem Personal sollten **Qualifizierungsmaßnahmen** ermöglicht werden, um Konzeptionen strategisch zu entwickeln. Entwicklung von profilbildenden Maßnahmen auch in Abgrenzung zu anderen Akteuren.
- Langfristig: Jede Organisation hat **strategische Ziele** entwickelt und implementiert entsprechende Maßnahmen. Besonders zentral ist das Wissen über und die Festlegung auf spezifische Zielgruppen innerhalb der Kulturellen Bildung und die entsprechend adäquate Ansprache.

These 3: Mobile Angebote zur Erschließung des ländlichen Raumes sind notwendig

Hier stand die Frage im Raum, welche mobilen Angebote es für wen faktisch bereits gibt, wie sie kontinuierlich in die Breite entwickelt werden können und wie sie kommuniziert/vermarktet werden.

Maßnahmenvorschläge

- Kurzfristig: Eine **Mobilitätslandkarte** kann Auskünfte erteilen und »weiße Flecken« sichtbar machen.
- Langfristig: Ziel wäre die Erreichung einer einigermaßen dichten Abdeckung mit **Mobilitätsangeboten**. Die **Koordinierung und Kommunikation** aller Angebote in der Kulturellen Bildung könnten von einer zentralen Koordinierungsstelle vermittelt werden. Zu klären wäre dann, welche genauen Aufgaben diese Stelle sowohl für die Institutionen als auch für die Bildungseinrichtungen übernehmen kann (ggf. Weiterführung der regionalen Koordinationsstellen für den Kulturentwicklungsprozess oder Anbindung an andere Einrichtungen der Regionalentwicklung). Außerdem muss ein geeigneter Standort für diese Stelle gefunden werden.

Die Gruppe wird sich am 27. Oktober 2014 außerplanmäßig ein weiteres mal treffen, um ihre Ideen und Maßnahmen im Vorfeld des 3. Kulturworkshop weiter zu schärfen.

3.3 Ausblick

Bis zu den nächsten Kulturworkshopterminen am 27. Oktober und 11. November 2014 werden auf Grundlage der bisherigen Kulturworkshopergebnisse und Untersuchungen die dargestellten – und weitere – Themen seitens des Instituts für Kulturpolitik und durch seine Partner weiterentwickelt. Zusätzlich werden Gespräche geführt, Beiratssitzungen abgehalten und z. B. Best-Practice-Ansätze analysiert. Schon jetzt zeichnet sich allerdings ab, dass insbesondere folgende Maßnahmenbereiche im Hinblick auf entsprechende Ziele, Präzisionen, Verantwortlichkeiten, Zeit- und Ressourcenstrukturen im Mittelpunkt stehen werden:

- Erstellung einer »Shortlist« als Auftrag an das Land Thüringen mit wesentlichen Rahmenpunkten für ein kohärentes Gesamtkonzept Kulturelle Bildung
- Definition der genauen Voraussetzungen des Begriffs »Ankerfunktion« für die Region
- Auf dieser Grundlage Erarbeitung einer Vorschlagsliste möglicherweise geeigneter Institutionen einschließlich eines genauen Verortung in der Akteurslandschaft; dazu gehören:
 - Profil/Kompetenz/Qualifizierungsmöglichkeiten
 - Dimension der Ankerfunktion im Hinblick auf die eigene Spartenkompetenz, eine mögliche Rolle im Hinblick auf Qualifizierungen und die Rolle als räumlich-fachlicher »Kordinator«
 - Aufschlüsselung von strukturellem Mehrbedarf
- Konkretisierung eines Patenschaftsprogramms (klein/groß, zentral/dezentral, Kultureinrichtung/ Bildungseinrichtung usw.)
- Identifikation regionaler Koordinierungsstellen bzw. -personen (Stichworte Regionalkoordinatoren und Kulturagenten [ggf. regionale Ausweitung])
- Rahmenpunkte für eine regionale Konzeption zur Kulturellen Bildung

4 Gruppe 3: »Kulturtourismus und regionales Kulturmarketing«

Moderation: Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold, Stuttgart

Teilnehmer: Birgit Adam, Angela Böhme, Dagmar Dittmer, Ursula Heinemann, Marion Kapps, Joachim Kreyer, Monika Lamprecht, Hannelore Müller, Sabine Randel, Olaf Schulze, Matthias Strejc, Lars Tietje, Uwe Vogt, Katrin Weißkopf, Matthias Deichstetter, Jessica Piper, Dirk Erfurt

Protokoll: Alexander Grüner / Ausarbeitung des Protokolls: Dr. Yvonne Pröbstle

4.1 Ausgangssituation

Zum Einstieg wurden die im Rahmen des ersten Workshops gemeinsam definierten **Zielvorstellungen** und perspektivische **Handlungsfelder** rekapituliert und wie folgt zusammengefasst:

Positionierung – Angebote – Zielgruppen

- Kulturtouristische Positionierungsmöglichkeiten für die Region erarbeiten
- Vorhandene Angebote bündeln und zielgruppenspezifisch weiterentwickeln
- Ungenutzte Potenziale zugänglich und in ihrer Attraktivität sichtbar machen
- Bewohner aus der Region für Kulturangebote interessieren und mobilisieren

Kooperation – Koordination – Professionalisierung

- Austausch zwischen Kultur und Tourismus fördern und Kooperationsmöglichkeiten strategisch und operativ nutzen
- Zentrale Verantwortlichkeit und koordinierende Instanz für (Kultur-)Tourismus schaffen
- Touristische Infrastruktur ausbauen und Akteure professionalisieren

Diese Zielvorstellungen und perspektivischen Handlungsfelder decken sich mehrfach mit jenen, die im Rahmen der Landestourismuskonzeption Thüringen 2015 im Spezialkonzept Kulturtourismus² verankert

2 Fr. Weißkopf stellte von beiden Papieren gedruckte Exemplare für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops zur Verfügung. Die Landestourismuskonzeption ist darüber hinaus online unter <http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tmwta/tourismus/landestourismuskonzeption.pdf> (letzter Zugriff: 18.09.2014) und das Spezialkonzept unter (vgl. http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tmwta/tourismus/spezialkonzept_kulturtourismus_th_ringen_2015.pdf (letzter Zugriff: 18.09.2014) verfügbar.

sind und von der Leitprojektgruppe »Kultur & Städte«³ bearbeitet werden. Ein Informationsaustausch Landes- und Regionsebene wird als sinnvoll erachtet, um Parallelstrukturen zu vermeiden und mögliche Synergien zu schaffen. Es wird deshalb vorgeschlagen, VertreterInnen der Thüringer Tourismus GmbH (TTG) zum dritten Kulturworkshop einzuladen, welche die Arbeit in der Leitprojektgruppe begleiten. Ein solcher Austausch ist auch im Hinblick auf die Etablierung eines Themenmarketings zu empfehlen, da auf Landesebene in der nationalen und internationalen Vermarktung bereits Profilierungsthemen (vgl. Spezialkonzept Kulturtourismus, S. 36) gesetzt sind und die Landkreise Nordhausen und Kyffhäuser in der Vermarktung ihrer kulturtouristischen Angebote thematisch anknüpfen können (insbesondere im Bereich der sog. Wachstums- und Aufbauthemen).

Darüber gilt es das regionspezifische Profil zu schärfen. Wenngleich die Region sich international und bedingt auch national über Leuchttürme und Tophemen profilieren kann, bestehen Potenziale, mittelfristig den Tages- und Kurzurlaubsreisetourismus zu stärken. Das Segment des Tagestourismus setzt sich aus primären Tagesausflüglern aus der Region und den angrenzenden Landkreisen sowie aus sekundären Tagesausflüglern zusammen, die sich in den umliegenden Destinationen aufhalten und dort auf das Angebot in der Region aufmerksam gemacht werden können. Auch Kurzurlaubsreisende, die primär des Naturangebotes wegen anreisen, können perspektivisch für das Kulturangebot interessiert werden. Um allerdings die Aufenthaltsdauer zu steigern, ist eine Verbesserung der touristischen Infrastruktur (insbesondere Übernachtungsmöglichkeiten⁴) in der Region erforderlich.

Als möglicher Profilierungsansatz für die Region wird der Gedanke einer Zeitreise durch die Geschichte weitergeführt (vgl. dazu auch Protokoll zum ersten Workshop). Die Region stellt sich für TeilnehmerInnen des Workshops als ein Spiegel der Geschichte dar; in der Region bilden sich die verschiedenen Phasen der Menschheitsgeschichte exemplarisch ab. Zwei alternative Arbeitstitel liegen aktuell vor:

- A: »Von der Steinzeit zur Rakete. Eine Zeitreise durch die Geschichte«
- B: »Von der Steinzeit bis ins Weltall – 30.000 Jahre Urlaub«

Dieser Ansatz bietet die Möglichkeit, neben den Zeugnissen der Kulturgeschichte auch die Naturgeschichte und somit die umliegenden naturräumlichen Attraktivitätsfaktoren einzubinden und soll in der Produktgestaltung entsprechend berücksichtigt werden. Die Umsetzung der erarbeiteten Positionierungsstrategie impliziert die Beantwortung einer Reihe von Fragen, die im Folgenden aufgeführt sind:

3 Zur personellen Zusammensetzung der Leitprojektgruppe vgl. http://fachpublikum.thueringen-tourismus.de/files/Media/PDF/Leitprojekt_4_Kultur_Staedte.pdf (letzter Zugriff: 18.09.2014).

4 Vgl. dazu auch die Ergebnisse der »Strukturanalyse im Rahmen des KEK-Prozess für die Modellregion Kyffhäuserkreis / Landkreis Nordhausen«, S. 20 f.

- Welche konkreten Angebote bestehen bereits?
- Wer sind die relevanten Akteure?
- Welche Kooperationsmöglichkeiten ergeben sich?
- Gibt es ungenutzte Potenziale, die aufbereitet und für touristische Besucher sichtbar gemacht werden können?
- Lassen sich die genannten Angebote und Potenziale wiederum zu Themen bündeln?
- Können aus der Bestandsaufnahme konkrete Arbeitsaufträge abgeleitet werden?

Die Bearbeitung dieser Fragen erfolgte im Workshop auf der Grundlage einer Gruppenarbeit. Jede Gruppe befasste sich für jeweils 10 Minuten mit einer Epoche (Frühgeschichte – Mittelalter – Frühe Neuzeit – Moderne – Gegenwart) und suchte nach Antworten auf die o.g. Fragen bzw. ergänzte und kommentierte die Antworten der jeweiligen Vorgängergruppe. Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse dargestellt.⁵

4.2 Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen

Frühgeschichte

Sichtbarkeit durch Themen- und Kooperationsstrategie »Wege in die Steinzeit« herstellen; Vermittlungsangebote entwickeln, die individuell von Touristen genutzt werden können

- Die Region verfügt über eine Reihe ungenutzter Potenziale, die Zeugnis von der Frühgeschichte geben, aber in für Touristen bisher teilweise weder zugänglich noch sichtbar sind (z. B. Frauenberg Sondershausen, bronze- und jungsteinzeitliche Grabhügel Auleben, Grabung Bielen-Urbach, Römerlager Hachelbich). Es ist im Einzelfall zu klären, welche dieser Potenziale kultur-touristisch genutzt werden können bzw. sich thematisch bündeln lassen (Akteure: Kommunen und Städte mit Grabungsfunden, Heimat- und Geschichtsvereine, Landesamt für Archäologie und Denkmalpflege).
- Zur Frage der Zugänglichkeit werden erste Ideen diskutiert, z. B. Audioguides, QR-Codes (Good-Practice-Beispiel: »Kyffhäuser-Weg mit QR-Codes erleben«) in Kombination mit Wander- und Radwegen (»Weg in die Steinzeit«). Auf diese Weise wäre auch eine Kombination von Kultur- und Naturangeboten (z. B. Naturpark Südharz, Naturpark und Geopark Kyffhäuser) möglich. Al-

5 Eine vollständige Darstellung der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen wird im Rahmen des flankierenden Gutachtens zu »Kulturtourismus und regionales Kulturmarketing« in die Analysearbeit einfließen.

lerdings bedarf es zur Realisierung Finanzierungsmöglichkeiten, die eruiert werden und auf ihre Anwendbarkeit (z. B. Landesprogramm Tourismus) geprüft werden müssen.

Kooperation mit themennahen Akteuren in den Nachbarlandkreisen initiieren

- In den umliegenden Landkreisen existieren ebenfalls Zeugnisse der Frühgeschichte, die als Angebote für Besucher bereits zugänglich sind (z. B. Ausgrabungsstätte Steinrinne Bilzingsleben, Aussichtsturm Mittelberg – Fundstelle der Himmelscheibe von Nebra, Funkenburg Westgreußen). Diese sollten in der Produktgestaltung berücksichtigt werden, da durch Bündelung die touristische Attraktivität erhöht werden und gleichzeitig im Verbund ressourceneffiziente Marketingstrategien und -maßnahmen initiiert werden können. Die Modellregion Nord sollte sich deshalb nicht als in sich geschlossene Destination begreifen, sondern die umliegenden Potenziale nutzen um die eigene Position stärken.

Mittelalter

Professionellen Betrieb der Burgruinen gewährleisten

- In der Region finden sich zahlreiche Burgruinen (u. a. Straußberg, Ebersburg, Honstein, Lohra), die kulturtouristische Potenziale darstellen, aber nicht professionell betrieben werden. Vereine und ehrenamtliche Gästeführer können eine permanente Zugänglichkeit mit ihren begrenzten Ressourcen nicht leisten. Es sind deshalb Überlegungen zu einer Verstetigung des Angebots anzustellen, z. B. durch die geförderte Ausbildung zusätzlicher Gästeführer oder alternative Vermittlungsangebote (z. B. Informationstafeln, Audioguides). Ferner sollen regelmäßige Veranstaltungen (z. B. Mittelaltermarkt) Besuchsanreize schaffen. Neben den Heimat- und Geschichtsvereinen, Gästeführergilden, Kommunen und Städten mit entsprechenden Denkmälern wird das Landesamt für Archäologie und Denkmalpflege Thüringen als zentraler Partner einer touristischen Nutzung angesehen (wg. Bestandwahrung des touristischen Potenzials und gleichzeitiger Definition der Auflagen einer touristischen Nutzung).

Natur- und Kulturangebote durch Themenwanderwege bündeln

- Da die Burgruinen in eine reizvolle Naturlandschaft eingebettet sind, lassen sich Kultur- und Naturangebote erneut bündeln. Es sollen Themenwanderwege ausgearbeitet bzw. bestehende Angebote in der künftigen Vermarktung stärker gewichtet und eingebunden werden.

Personalisierungsstrategie: Barbarossa

- Die historische Gestalt des Königs Barbarossa kann als Leuchtturm der Region betrachtet werden, die im Themenmarketing stärker in den Vordergrund gestellt werden soll (= Personalisierungsstrategie) und Potenzial für neu zu schaffende Kulturangebote bereithält (z. B. Theateraufführung Barbarossa Sage, kostümierte bzw. szenische Führung mit König Barbarossa).

Touristische Aufbereitung weiterer Potenziale prüfen

- Als weitere bisher nicht zugängliche und sichtbare Potenziale werden genannt u. a. alter Postweg, Wasserbauwerke. Auch in diesen Fällen wäre zu prüfen, ob und auf welche Weise eine touristische Aufbereitung erfolgen kann.

Frühe Neuzeit

Bestehende Themenschwerpunkte weiter etablieren

- Als zentrale Themen werden neben der Barocken Baukultur die musikalische Tradition sowie die Reformation eruiert, die – in unterschiedlicher Ausprägung – bereits in der Region zugänglich und sichtbar sind. Für die weitere Akzentuierung dieser Themen werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

Personalisierungsstrategie: Persönlichkeiten der Musikgeschichte akzentuieren

- Die musikalische Tradition geht mit zentralen Persönlichkeiten der Musikgeschichte einher, die in der Region gewirkt haben und in der Außendarstellung hervorgehoben werden sollten (z. B. Franz Liszt, Max Bruch, Eduard Stein).

Schlösserroute einrichten und zusätzliche Besuchsanreize schaffen

- Eine regionsspezifische Schlösserroute (inkl. Garten- und Parkanlagen) kann eingerichtet werden, mit Konzertreihen oder einzelnen Musikveranstaltungen können zusätzliche Besuchsanreize geschaffen werden.

Personalisierungsstrategie: »Die Gefährten Luthers« als Thema zugänglich und sichtbar machen

- Die Reformation und die historische Person Luther werden auf Landesebene sowie in den benachbarten Bundesländern als Leuchttürme betrachtet. Die Region kann auf diese Themen aufsatteln, indem nicht Luther selbst, sondern seine Gefährten (z. B. Melanchthon, Müntzer) in der Angebotsgestaltung Berücksichtigung finden. Allerdings ist zu prüfen, inwieweit bereits zugängliche und sichtbare Angebote vorliegen oder Potenziale touristisch aufbereitet werden müssen.

Moderne

Angebote unter den Themen »Industrierbe« und »Erinnerungskultur« bündeln und touristische Aufbereitung ungenutzter Potenziale prüfen

- Die bestehenden Angebote lassen sich unter den Themen »Industrierbe« (z. B. Museum Tabakspeicher, Traditionsbrennerei, Zuckerfabrik Oldisleben, Erlebnisbergwerk) und »Erinnerungskultur« (z. B. KZ-Gedenkstätte Mittelbau Dora, Grenzweg) bündeln und kooperativ vermarkten. Darüber hinaus gibt es ungenutzte Potenziale, die ebenfalls in die genannten Themen fallen (z. B. Architektur von Untermervillen, Förderturm Schacht II bzw. Jubiläum 25 Jahre Wiedervereinigung) und diese um weitere Perspektiven anreichern können. In diesen Fällen gilt es Möglichkeiten der touristischen Aufbereitung zu prüfen.

Arbeitsgruppenübergreifende Ergebnisse

Dienstleistungen und Erwartungen zwischen zukünftigem Tourismusverband und Akteuren offen legen; Verhältnis von Innen- und Außenmarketing klären

- Unabhängig von den einzelnen Epochen bzw. Themen sind sich die Akteure einig, dass eine gemeinsame Marketingstrategie entwickelt werden muss (inkl. eines einheitlichen Erscheinungsbildes) und kooperative Marketingmaßnahmen implementiert werden sollen. Die Voraussetzung zur Realisierung dieser Vorhaben ist die Einrichtung einer zentralen Verantwortungs- und Koordinierungsstelle. Mit der aktuellen Arbeit an einem landkreisübergreifenden Tourismusverband für die Modellregion Nord ist ein erster Schritt in diese Richtung getan. Der Verband will sich primär für Marketingaufgaben verantwortlich zeichnen. Um die Zusammenarbeit zwischen Verband und einzelnen Akteuren auf einem tragfähigen Fundament aufzubauen, ist es erforderlich, dass Dienstleistungen aber ebenso Erwartungen an den jeweiligen Partner offen kommuniziert werden (z. B. durch die Erarbeitung von Kooperationsrichtlinien bzw. Kooperati-

onsvereinbarungen). Darüber hinaus ist das Verhältnis von Innen- und Außenmarketing zu klären, d.h. welche Leistungen werden für das innerregionale (Zielgruppe = BewohnerInnen der Region) bzw. überregionale (Zielgruppe = Touristen) Marketing von Kulturangeboten erbracht?

4.3 Ausblick

Bis zum nächsten Kulturworkshop am 11. November 2014 werden auf Grundlage der bisherigen Kulturworkshopergebnisse und Untersuchungen die dargestellten – und weitere – Themen seitens des Instituts für Kulturpolitik und durch seine Partner weiterentwickelt. Zusätzlich werden Gespräche geführt, Beiratssitzungen abgehalten und z. B. Best-Practice-Ansätze analysiert.

Das Ergebnis wird ein Ziel- und Maßnahmenkatalog sein (siehe Schwerpunkte oben). Die TeilnehmerInnen werden gebeten, das ihnen im Vorfeld des letzten Workshops zugehende Dokument in den einzelnen Punkten nach Wichtigkeit zu priorisieren, Verantwortlichkeiten, Zeit- und Ressourcenstrukturen zu reflektieren sowie ggf. Ziele und Maßnahmen zu ergänzen.

5 Gruppe 4: »Jugendkultur«/»Kulturangebote für Jugendliche«

Moderation: Dr. Patrick S. Föhl, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Berlin

Teilnehmer: Alena-Sofie Hielscher, Antje Jakob, Max Kais, Cornelia Kraffzick, Julius Külbel, Anna Lehmann, Michelle Puls, Jonas Schieke, Sabine Seemann, Danny Seyfahrt, Anna Weinkauff, Arne Wiegand

Protokoll: Jennifer Mucke / Ausarbeitung des Protokolls: Dr. Patrick S. Föhl

5.1 Ausgangssituation

Das Zustande kommen der Workshop-Gruppe »Jugendkultur«/»Kulturangebot für Jugendliche« war ein Ergebnis des »Open Space« im Rahmen des 1. Kulturworkshop im Mai 2014. Hier standen – neben anderen Themengebieten – Fragen »Wie werden Jugendliche von Kulturangeboten erreicht?«, »Welche Kulturangebote werden von Jugendlichen besucht?« und »Können Jugendliche Kultur in der Region mitgestalten?« im Fokus. Um Antworten auf diese und andere Fragen zu finden, wurde diese Gruppe im Rahmen des 2. Kulturworkshop eingerichtet. Zur Teilnahme eingeladen wurden Schüler, Studenten und junge Erwachsene aus der Modellregion sowie Mitarbeiter von Einrichtungen, die sich mit ihren kulturellen Angeboten an Jugendliche richten.

Der Workshop begann mit der Frage, welches Stichwort die jugendlichen Teilnehmer zuallererst mit ihrer Region assoziieren. Es kamen u. a. folgende Nennungen: ausgestorben, langweilig, Natur, Heimat, Erinnerung, Durchlauferhitzer und Kreativität. Ausgestorben wirke die Region auf die jungen Menschen, weil die Gesamtbevölkerung überaltert sei; in Nordhausen gebe aus Sicht eines Teilnehmers keine wirkliche Jugendkultur. Wegen fehlender bzw. bekannter oder ansprechender Freizeitangebote fühlten sich einige der Teilnehmer in der Region nicht gut versorgt. Die zahlreichen Grünflächen und die naturnahen Wohnlagen wurden hingegen positiv bewertet, negativ wurde allerdings der Umstand bewertet, dass kaum ein Stadtleben vorhanden sei. Obwohl die Jugendlichen die Region als ihr Zuhause wahrnehmen und sie sich positive Erinnerung an den Ort ihrer Kindheit bewahren, gilt dieses Zuhause bei vielen als Durchlaufstation auf ihrem Weg ins Leben, da sie keine Perspektive vor Ort sehen. Von Erwachsenen würden zwar durchaus kreative Angebote gemacht, Jugendliche seien aber lieber mit anderen Jugendlichen aktiv bzw. möchten stärker in die Gestaltung kultureller Angebote einbezogen werden oder gar selbst an diesen mitwirken.

Hier sei darauf verwiesen, dass diese und die folgenden Aussagen individuelle Sichtweisen der Teilnehmer widerspiegeln, sie aber durchaus Darstellungen auch immer wieder auf gleichaltrige Freunde oder Bekannte bezogen.

Nach der Nutzung kultureller Angebote befragt, gaben die jugendlichen Teilnehmer an, dass sie z. B. Theater und Museen eher selten bis gar nicht besuchen. Ihnen fehle das grundsätzliche Interesse an diesen Angeboten, da diese sie nicht bei »ihren Themen« abholen. Außerdem haben sie den Eindruck, dass sie hier tendenziell bevormundet werden. Sie räumten aber auch ein, dass dies mitunter durchaus Vorurteile seien, da sie zahlreiche Einrichtungen gar nicht oder nur mit der Schule besucht haben. Darüber hinaus kannten viele Teilnehmer auch explizite Kulturangebote für Jugendliche gar nicht wie z. B. das Kinder- und Jugendtheater-Festival »Wildwechsel« im Theater Nordhausen. Es ist folglich nicht nur eine Frage des Angebots, sondern vor allem auch der Sichtbarkeit von Angeboten und wie diese attraktiv an jugendliche Zielgruppen vermittelt werden.

Um überhaupt von kulturellen Angeboten oder anderen Aktivitäten zu erfahren, nutzen die Teilnehmer Empfehlungen von Freunden und Bekannten oder soziale Netzwerke wie Facebook. Im Mittelpunkt stehen hier persönliche Empfehlungen von Gleichaltrigen. Eine Facebook-Seite einer Kultureinrichtung, die ausschließlich von deren Marketingabteilung ohne die Einbeziehung von Jugendlichen betrieben wird, läuft deswegen eher ins Leere bzw. wird als künstlich empfunden. Hier zeigte sich, dass es nicht ausreichend, zeitgemäße Marketing- bzw. Vermittlungsinstrumente zu nutzen, sondern dass diese auch authentisch und möglichst partizipativ – unter Einbezug der jeweiligen Zielgruppen – genutzt werden müssen. So wurde auch die – in anderen Kontexten vielfach diskutierte (s. u. a. Ergebnisprotokoll des 1. Kulturworkshop) – Kulturkarte für Kinder und Jugendliche als wenig zielführend erachtet, es sei denn, dass sie einen echten Mehrwert bietet. D.h., neben rabattierten Eintrittspreisen z. B. eine spezifische Website, mit ihr verbundene Aktionen für Kinder und Jugendliche u.v.m.

Darüber hinaus wurde sehr deutlich, dass die Teilnehmer nicht das Gefühl haben wollen, dass »Erwachsene« Kulturangebote für sie entwickeln und kommunizieren, ohne sie einzubeziehen. Gleichfalls wünschten sie sich mehr Mitmach-Möglichkeiten oder offene Angebote zum selber gestalten. Z. B. wurden die Angebote auf dem Skaterplatz im Rahmen des Nordhäuser Rolandsfestes oder die Jugendveranstaltung zum Residenzfest in Sondershausen gut angenommen. Besonders positiv wurde die »Kulturkonditorei« in der Nordhäuser Altstadt bewertet. Hier konnten Jugendliche für ein Zwischennutzungskonzept in einem leer stehenden Haus aktiviert werden. Sie organisierten eigenständig Foto-, Kunsthandwerk- oder Objektkunstaustellungen, Konzerte, Street-Art-Contests und vieles mehr. Solche Angebote fördern die Kreativität, lassen Netzwerke entstehen und helfen, öffentliche Räume zu gestalten. Dies wäre auch interessant für die vielen leeren Innenstädte in der Modellregion.

Spannend wurden darüber hinaus auch Ansätze bewertet, die klassische Formate (z. B. ein Konzert des Loh-Orchesters) an ungewöhnliche Orte bringen und/oder deren Narrative aus den bekannten Mustern ausbrechen.

5.2 Handlungsansätze

Wenngleich der Workshop zuvorderst einer Bestandsaufnahme dienen und zur Partizipation anregen sollte, konnten auf Grundlage der gemeinsamen Diskussionen (s. oben) einige Maßnahmenansätze perspektiviert werden:

- Einrichtung eines »**Kritiker-Teams**« mit zwei bis drei Jugendlichen aus der Region, welches für einen bestimmten Zeitraum (Kultur-)Angebote in der Region kostenlos besuchen kann und anschließend darüber auf Facebook berichtet. Dieser Ansatz birgt verschiedene Potenziale. Einerseits werden Jugendliche als Kritiker einbezogen und ernstgenommen. Zugleich trägt dieser Ansatz zur Sichtbarkeit der besuchten Angebote bei Gleichaltrigen und ggf. auch anderen Altersgruppen bei. Bestenfalls entstehen andere Narrative über die Region, die vielfältig Interesse erzeugen können und einen frischen Blick auf die Modellregion und ihre Akteure ermöglichen (wäre auch auf andere Einrichtungen/Akteure außerhalb der Kultur erweiterbar). Ein ähnliches Beispiel ist »Tom auf Sylt«. ⁶ Dieser Ansatz ist sehr erfolgreich und hat für große Aufmerksamkeit gesorgt.
- Gleichfalls kann die proaktive **Einbeziehung der Bedürfnisse** von Kindern und Jugendlichen auch durch die Einbindung in Beiräte oder bspw. regelmäßige Gruppendiskussionen in den Kultureinrichtungen und -verwaltungen stattfinden.
- Des Weiteren sind **offene Partizipationsmöglichkeiten** für Kinder und Jugendliche in Kultureinrichtungen anzudenken (s. z. B. das Jugendtheaterbüro ⁷).
- Die positive Entwicklung der – inzwischen nicht mehr existierenden – »Kulturbäckerei« sollten ggf. auf andere **leerstehende Gebäude** in der Modellregion angewendet werden. ⁸ Möglicherweise finden sich hier Partner wie z. B. Immobilien-Verwaltungen, die Jugendkunstschule in Nordhausen und die diversen Jugendclubs.

6 S. <https://www.facebook.com/tomaufsynt> und <http://www.sylt.de/tom-auf-sylt.html>. (letzter Zugriff: 20.09.2014).

7 S. <http://www.grenzen-los.eu/jugendtheaterbuero/>. (letzter Zugriff: 20.09.2014).

8 S. hierzu u. a. http://www.nachhaltigwirtschaften.net/scripts/basics/eco-world/wirtschaft/basics.prg?a_no=5397 und <http://vororthaus.wordpress.com> sowie generell zum Thema »Zwischennutzung« http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Sonderveroeffentlichungen/2005undaelter/DownloadZwischennutzung/einzelkapitel7.pdf?__blob=publicationFile&v=2. (letzter Zugriff: 20.09.2014).

- Gleichfalls sind ggf. vermehrt **für Kinder und Jugendliche relevante Themen** in den klassischen Kulturinstitutionen konzeptionell einzubeziehen und offensiv zu kommunizieren.
- Die **Verbindung von Kultur und Schule** ist ohne Frage weitergehend zu forcieren (z. B. mittels der Hilfe durch das Kulturagenten-Programm), allerdings sind hier – folgt man den Aussagen der Teilnehmer – bedürfnisnahe Angebote, durch Einbeziehung der entsprechenden Zielgruppen, zu forcieren.
- Empfehlung aus der Gruppe 1: **Jugendliche** aus den Vereinen sollten stärker in die **Vorstandsarbeit** eingebunden werden. Lernen durch Handeln ist hier der zentrale Gedanke. Verantwortungsbewusstsein entsteht häufig durch übertragene Verantwortung. Wie viele junge Akteure sind aber wirklich in den Vereinen sowie Beiräten und Institutionen wie Museen, Orchestern, Vereinen, Kommunalpolitik aktiv eingeladen, sich zu beteiligen?

5.3 Ausblick

Bis zum nächsten Kulturworkshop am 11. November 2014 werden auf Grundlage der bisherigen Kulturworkshopergebnisse und Untersuchungen die dargestellten – und weitere – Themen seitens des Instituts für Kulturpolitik und durch seine Partner weiterentwickelt. Zusätzlich werden Gespräche geführt, Beiratssitzungen abgehalten und z. B. Best-Practice-Ansätze analysiert. Ob es noch einen weiteren Workshop zu diesem Thema geben oder ein anderes Format gewählt wird, ist noch zu entscheiden.

6 Ideenspeicher

Weitere Themen, die im Rahmen des Kulturworkshop offenbar wurden, sollen in folgendem Ideenspeicher festgehalten werden:

- Mit der Theater Nordhausen/LOH-Orchester Sondershausen GmbH existiert bereits ein **nachhaltiger interkommunaler und innovativer Zusammenschluss** kultureller Einrichtungen in der Region. Ggf. gibt es weitere mögliche Synergien im Hinblick auf die Zusammenlegungen von Kultureinrichtungen in anderen Sparten- und Themenfeldern (z. B. in Form eines **Zweckverbandes**). Dies gilt es weitergehend zu prüfen.
- Die **Bundesland übergreifende Zusammenarbeit** sollte nicht aus dem Auge verloren werden, insbesondere den angrenzenden Landkreisen in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt.
- **Capacity Building and Audience Development-Ansätze** sollten in allen oben genannten Feldern noch stärker mitgedacht werden. Dies betrifft insbesondere auch die »Nachwuchsarbeit« (s. dazu Kap. 5). Dies gilt auch für die Südregion (s. www.kulturkonzept-hbn-son.de), ggf. sind hier auch gemeinsame Ansätze denkbar.
- Der große Bedarf an **Qualifizierungs- und Weiterbildungsbedarf im Bereich Kulturmanagement** zeigt sich in allen Themenbereichen. Hier ist ggf. ein übergreifender Ansatz zu entwickeln. Dies gilt auch für die Südregion (s. www.kulturkonzept-hbn-son.de), ggf. sind hier auch gemeinsame Modellprojekte denkbar.
- Das Thema **Social Media** – insb. Web 2.0 und 3.0 – spielt zum großen Teil keine Rolle, da Marketing-Aktivitäten aus Sicht der Institutionen und nicht aus Sicht der (potenziellen) (jungen) Nutzer gestaltet werden. Hier liegen noch große unausgeschöpfte Potenziale (z. B. Augmented Reality-Angebote). Dies gilt auch für die Südregion (s. www.kulturkonzept-hbn-son.de), ggf. sind hier auch gemeinsame Modellprojekte denkbar.
- Ein offensiverer Umgang als **Region des Wandels** birgt viele Kooperations- (z. B. Hochschulen) und Förderpotenziale (z. B. EU und Kulturstiftung des Bundes).
- Der Blick auf andere **Modellprojekte** zur Entwicklung von Kultur in ländlichen Räumen wird noch intensiviert. Es kann bereits eine erste Fallsammlung auf der Projektwebsite www.kulturkonzept-kyf-ndh.de heruntergeladen werden.