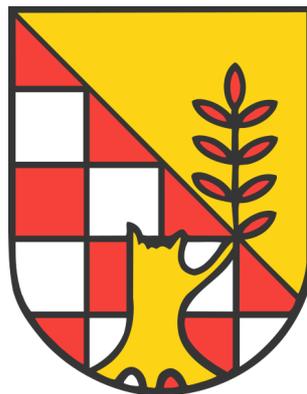

Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen

Ergebnisprotokoll 1. Kulturworkshop,
21. Mai 2014, Bleicherode

Im Auftrag von



Gefördert durch

Freistaat
Thüringen



Ministerium
für Bildung, Wissenschaft
und Kultur

Juni 2014

Projektleitung:

Dr. Patrick S. Föhl und Dr. Norbert Sievers

Institut für Kulturpolitik der
Kulturpolitischen Gesellschaft

Weberstr. 59a

53113 Bonn

Internet: 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 erste Kulturworkshop in Bleicherode.....	4
1.1	Konzept	4
1.2	Ablauf	5
1.3	Ergebnisprotokoll und weitere Schritte	5
2	Gruppe 1: »Regionales Kulturmarketing und kooperative Projekte/Netzwerke«	6
2.1	Ausgangssituation / Einstiegsdiskussionen	6
2.2	Erste Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen	8
3	Gruppe 2: »Kulturelle Bildung und Partizipation«	10
3.1	Ausgangssituation / Einstiegsdiskussionen	10
3.2	Erste Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen	11
4	Gruppe 3: »Kulturtourismus im ländlichen Raum«	12
4.1	Ausgangssituation / Einstiegsdiskussionen	12
4.2	Erste Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen	14
5	Gruppe 4: »Open Space«	15

1 Der erste Kulturworkshop in Bleicherode

1.1 Konzept

Workshops bzw. Strategiewerkstätten sind wichtige Beteiligungsmöglichkeiten bei kulturellen Planungsprozessen. Durch Mitgestaltung und Partizipation kann die Akzeptanz sowie die 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 wesentlich dazu beiträgt, praxisnahe Empfehlungen formulieren zu können.

Am 21. Mai 2014 fand der erste Kulturworkshop im Rahmen des Kulturentwicklungsprozesses für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen im Kulturhaus Bleicherode statt. Mehr als 60 Akteure folgten der Einladung der beiden Landkreise.

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

Der erste von drei Kulturworkshops bildet den Startpunkt eines intensiven kooperativen Austauschprozesses im Hinblick auf die kulturelle Entwicklung der Modellregion und wird weitergehend durch zusätzliche externe Gutachten, intensive Austauschverfahren in den Beiräten sowie weiteren Maßnahmen ergänzt. Die Themenschwerpunkte des ersten Kulturworkshops bildeten:

1. »Regionales Kulturmarketing und kooperative Projekte/Netzwerke« (Moderation: Prof. Dr. Gernot Wolfram, MHMK, Berlin)
2. »Kulturelle Bildung und Partizipation« (Moderation: Marc Grandmontagne, Kulturpolitische Gesellschaft, Bonn)
3. »Kulturtourismus im ländlichen Raum« (Moderation: Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold, Stuttgart)
4. »Open Space« (Dr. Patrick S. Föhl, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Berlin/Bonn)

Diese Themen 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 3,5 Stunden und beinhaltete folgende Programmpunkte:

- 14:00 Begrüßung
- 14:05 Einführung und Vorstellung der Arbeitsgruppen und Moderatoren durch den Projektleiter Dr. Patrick S. Föhl
- 14:30 Arbeit in den vier einzelnen Gruppen
- 16:45 Kaffeepause / Sammlung der Ergebnisse
- 17:00 Präsentation der Ergebnisse durch die Moderatoren
- 17:25 Zusammenfassung und Ausblick
- 17:30 Abschluss des 1. Workshops.

1.3 Ergebnisprotokoll und weitere Schritte

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der einzelnen Arbeitsgruppen dokumentiert.

Die Ergebnisse werden im regionalen Beirat (18. Juni 2014) und im Landesbeirat (19. Juni 2014) diskutiert. Sie bilden den Ausgangspunkt für weitergehende Überlegungen und Diskussionen im Rahmen des Kulturworkshop-Prozesses und sollen schlussendlich in einen konzisen Ziel- und Maßnahmenkatalog münden. Zusätzlich ist intendiert, bereits erste Leitprojekte während des Kulturentwicklungsprozesses auf den Weg zu bringen.

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

2 Gruppe 1: »Regionales Kulturmarketing und kooperative Projekte/Netzwerke«

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

Teilnehmer: Matthias Deichstetter, Peter Schwarz, Sybille Köhler-Beckmann, Konrad Stromiedel, Uwe Landes, Jürgen Rennebach, Jochen Einenckel, Dr. Ekkehard Müller, Marcel Sievers, Dr. Philipp Adlung, Prof. Dr. Bernhard Hoppe, Ilona Scharff, Sabine Randel, Hannelore Haase, Julia Lonkwitz, Tom Landsiedel

Protokoll: Sylvia Spehr

2.1 Ausgangssituation / Einstiegsdiskussionen

Allgemeine Rahmenbedingungen von Kulturentwicklungsprozessen

Die Gruppe 1 befasste sich eingangs mit allgemeinen Rahmenbedingungen von Kulturentwicklungsprozessen in Bezug auf regionales Kulturmarketing und kooperative Projekte/Netzwerke. Hierzu gehörten u.a. folgende Aspekte:

- Umfragen ergeben, dass sich fast alle Menschen allgemein zur Kultur bekennen. Das lässt aber noch lange nicht auf die Intensität der Nutzung kultureller Angebote schließen. Kultur muss sich folglich als gesellschaftliche Kraft positionieren und dies auch mit guten Argumenten untermauern.
- Kulturelle Infrastruktur und kulturelle Angebote korrespondieren mit den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen: Demografischer Wandel, Erreichbarkeit und Mobilität, monetäre Belange etc. Dies gilt es zentral zu berücksichtigen.
- Oft herrscht Angst vor Veränderungen in Kultureinrichtungen. Diese werden selten als Chance für die Gestaltung der neuen Herausforderungen gesehen. Der KEK-Prozess möchte aber genau das erreichen.
- Die kulturellen Angebote müssen stärker in der Region sichtbar sein. Dabei muss eine Marketing-Strategie allerdings zur Region passen wie ein »gutes Kleid« – überdimensionierte oder altmodische Strategien erreichen die Menschen nicht.

Ausgangssituation

Darauf aufbauend wurde das Thema in Bezug auf die Modellregion vertieft. Zunächst erfolgte die Benennung zahlreicher Herausforderungen:

- Es muss sehr viel Zeit investiert werden, um Geld für Projekte zu organisieren. Die Vereine mit den oft ehrenamtlichen Strukturen sind damit ebenso überlastet wie Einrichtungen in kommunaler Trägerschaft.
- Das Vereinsleben geht stark zurück (Überalterung, Nachwuchsmangel u.a.). In vielen kleinen Kommunen gibt es kaum noch Hoffnung, die Vereinsstruktur am Leben erhalten zu können.
- Es gibt ein Gros kultureller Angebote (vor allem in den zahlreichen Kulturvereinen), was aber nicht genügend kommuniziert wird und somit häufig kaum Außenwirkung erzielen kann.
- Es wurden bereits zahlreiche Konzepte mit hohem finanziellen Aufwand und personellem Einsatz entwickelt, die aber nicht den gewünschten Erfolg erzielten. Jedes Konzept benötigt Personen, die sich für die Umsetzung verantwortlich zeichnen. Dies ist zentral im KEK-Prozess zu berücksichtigen.
- Ein bisheriges Manko im regionalen Marketing wird in einem zu engen Zielgruppendenken gesehen.

Des Weiteren wurden folgende Feststellungen gemacht:

- Das Image (auch das kulturelle Image) einer Region ist wichtig für die Wirtschaft, um z.B. Arbeitskräfte zu rekrutieren. Deswegen sollten die regionalen Firmen in den KEK-Prozess involviert werden, zumal sie auch als Sponsoren oder gar als Kulturakteure eine Rolle spielen (können). Beispiele hierfür sind:
 - WAGO Sondershausen ist mit seinen Produkten heute Weltmarktführer und bestrebt, Fachkräfte zu gewinnen. Das Unternehmen rief zudem das Programm »Wir sind Musik!« ins Leben.
 - Die Echter Nordhäuser Traditionsbrennerei zählt jährlich 28.000 Museums- und Veranstaltungsbesucher.
- Gute Vernetzung führt immer zu Veränderungen in der Wahrnehmung der beteiligten Einrichtungen. Das ist messbar und belegt und sollte deswegen als Entwicklungschance begriffen werden.

2.2 Erste Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen

Aufbauend auf den oben genannten Herausforderungen und weiteren Anmerkungen wurden Ideen sowie Anknüpfungspunkte für die folgenden Kulturworkshops formuliert:

- Menschen suchen außergewöhnliche Orte. Z.B. könnten Räume durch ungewöhnliche Symbiosen neu entdeckt bzw. bespielt werden (z.B. Bergwerk – Konzert; Jazz – Wasserwerk). Mit diesem Ansatz könnten Projekte zur stärkeren Sichtbarmachung des regionalen kulturellen Potenzials entwickelt werden.
- Darüber hinaus wird der gestiegene Bedarf diskutiert, kulturelle Angebote anders zu vermitteln bzw. zu kontextualisieren. Als Beispiel wird die »Lange Nacht der Museen« angesprochen, die gut angenommen wird: Die Menschen nutzen das, was sie als anders, nicht alltäglich empfinden.
- Es wird der Bedarf für einen gemeinsamen, überregionalen Veranstaltungskalender artikuliert (ähnlich dem Zuständigkeitsfinder Thüringen). Ggf. kann diesbezüglich auch eine Lösung für das gesamte Bundesland Thüringen angestrebt werden, da dies ein Thema in allen Regionen und Städten darstellt (s. auch Diskussionen in den anderen Gruppen und in der Modellregion Landkreis Hildburghausen/Landkreis Sonneberg).
- Um die bevorstehenden Herausforderungen im Kulturbereich bewältigen zu können, werden grundsätzlich auf längerfristige Zusammenarbeit angelegte Netzwerke als notwendig erachtet. Hierfür ist eine dauerhafte Koordination und Kommunikation notwendig – wie sie jetzt durch den KEK-Prozess angestoßen worden ist.
- Zudem wurde die etwaige Notwendigkeit von Zusammenlegungen von Einrichtungen thematisiert.
- Wiederkehrend wird auch die Frage diskutiert, wie Vereine und Kultureinrichtungen Jugendliche besser erreichen können? Als ein Ansatz wird ein intensiveres sparten- und themenübergreifendes Arbeiten benannt.

Im nächsten Schritt wurde erörtert, welche Maßnahmen für ein optimiertes Kulturmarketing und neue kooperative Angebote direkt angegangen werden könnten:

- Es sollte ein »Vernetzungskernteam« aufgebaut werden, das sich bereits im KEK-Prozess regelmäßig trifft und die Koordination sowie Kooperation in der Region vorantreibt.
- Die Nordthüringer Kulturnacht könnte jährlich durchgeführt werden, dafür aber immer in einer anderen Stadt (Rotation). Effekte könnten sein: Mehr Besucher und sinkende finanzielle Belastungen für die einzelnen Städte.
- Es sollte ein »Pool« außergewöhnlicher Orte zusammengestellt werden, um diese für innovative Projektformate u.ä. zu nutzen. Das gilt auch für die Entwicklung neuer Bilder, neuer Narrative über die Region.
- Bei allen Angeboten sollte in erster Linie der Besucher aus der Region im Fokus stehen. Dabei ist z.B. die eingeschränkte Mobilität im Alter zu beachten (z.B. Theatervorstellungen am Nachmittag).
- Um die Qualität der Angebote prüfen zu können, sind Evaluationsverfahren einzuführen.
- Die zahlreichen Kulturakteure sind sichtbar zu machen (z.B. über Datenbank im Internet). Teilweise geschieht dies bereits durch den KEK-Prozess. In diesem Zusammenhang wird nochmals der Bedarf für eine adäquate Veranstaltungs-/Informationsplattform im Internet bzw. insgesamt für eine neue Digitalstrategie zur Stärkung der kulturellen Sichtbarkeit in der Modellregion – und ggf. darüber hinaus – angesprochen.
- Die Stärkung von sog. »Local Heroes«-Ansätzen sollte forciert werden (zusätzliche Frage: Wer kann am besten Personen aus der Region zusammenführen?).
- Abschließend wird noch ein konkretes Kooperationsprojekt zwischen der Zuckerfabrik Oldisleben und der Kali-Stadt Bleicherode (Zucker und Salz) avisiert.

3 Gruppe 2: »Kulturelle Bildung und Partizipation«

Moderation: Marc Grandmontagne, Kulturpolitische Gesellschaft, Bonn

Teilnehmer: Reiner Ende, Martina Degenhart, Christina Hirschler, Ullrich Hahnemann, Patricia König-Verges, Nicole Aweh, Christian v. Witzleben, Gisela Hartmann, Gerhard Tölle, Marion Minkus, Dr. Christoph Werth, Dr. Andrea Geldmacher, Kathleen Hahnemann, Prof. Dr. Eckart Lange, Ute Dietrich, Dunja Gallus

Protokoll: Marcel Junker

3.1 Ausgangssituation / Einstiegsdiskussionen

Eingangs wurde ausführlich über die Situation der Kulturellen Bildung in der Modellregion diskutiert. Grundsätzlich wurde konstatiert, dass es sehr viele aktive Akteure in diesem Feld gibt (z.B. die Musikschulen, die Volkshochschulen, die Jugendkunstschule in Nordhausen, das Theater). Auch das laufende Kulturagenten-Projekt in Nordhausen wurde positiv diskutiert, insb. im Hinblick auf die Aktivierung kultureller Bildungsaktivitäten in Schulen bzw. zwischen Schule und Kultur.

Indes wurde aber auch festgestellt, dass viele Einrichtungen mit dieser – mitunter zusätzlichen bzw. wachsenden – Aufgabe überfordert sind. Folgende Herausforderungen wurden benannt:

- Es fehlt an Vermittlungskompetenz (Qualifizierungsbedarf) und technischen Mitteln in zahlreichen Einrichtungen.
- Die Qualifizierung von Mitarbeitern im Bereich der Kulturellen Bildung findet zu wenig statt.
- Die Integration kultureller Angebote bzw. von Angeboten der Kulturellen Bildung in Kultureinrichtungen in die schulischen Lehrpläne bleibt häufig aus (Zeitproblem, keine Kooperation u.ä.).
- Insbesondere im Bereich der Museen ist der Bereich der Kulturellen Bildung noch unterentwickelt. Es fehlt i.d.R. an Museumspädagogen.
- Insgesamt fehlt es an Koordinationsangeboten und städtischen bzw. regionalen Konzeptionen für die Entwicklung der Kulturellen Bildung. Dabei dürfen auch die freien Künstler und private Einrichtungen der Kulturellen Bildung nicht übersehen werden.
- Bislang sind potenzielle Leiteinrichtungen (mit Ankerfunktionen für die Kulturelle Bildung für die gesamte Region) noch nicht klar benannt worden (evtl. bieten sich hier neben dem Theater auch die VHS oder andere dezentrale Einrichtungen der Kulturellen Bildung an). Auch fehlen regionale Ansprechpartner nach dem Vorbild der »Kulturagenten«.

3.2 Erste Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen

Auf Grundlage der benannten Herausforderungen wurden im nächsten Schritt Ziele sowie Maßnahmen und weitergehende Bedarfe abgeleitet:

Ziele

- Kulturkoordinationsstelle für den Bereich Kulturelle Bildung und ggf. andere Felder einrichten, auch durch Institutionalisierung des spartenübergreifenden Austauschs sowie der Benennung regionaler Ansprechpartner.
- Kulturelle Bildung für alle ermöglichen (Kinder, Jugendliche, Familien, Senioren, Touristen ...).
- Schaffung einer Verantwortungsgemeinschaft einschließlich der regionalen Wirtschaft für ästhetische Bildung.
- Erreichbarkeit von Angeboten prüfen (Mobilität/Infrastruktur).
- Ggf. Entwicklung einer eigenständigen Konzeption für die Kulturelle Bildung in der Modellregion.
- Diskussion über die Nutzung vorhandener Ressourcen und ggf. zusätzlicher Finanzierungsbedarfe für den Bereich der Kulturellen Bildung vorantreiben.

Maßnahmen / Bedarfe

- Ankerfunktionen für eine einzelne Einrichtung und/oder einen Verbund von Einrichtungen definieren (z.B. Ansiedlung einer Koordinierungsstelle, Nutzung vorhandener Ressourcen).
- Themen und Altersgruppen für die Kulturelle Bildung bestimmen.
- Die LKJ ist bereit, die Kulturqualifizierung an den Schulen landesweit zu entwickeln.
- Die Koordination und Kooperation zwischen Schulen und Kultureinrichtungen ist eine fundamentale Grundvoraussetzung erfolgreicher kultureller Bildungsarbeit (ggf. Fortführung des Kulturagentenprogramms, angesiedelt an einer Einrichtung mit Ankerfunktion o.ä., s. oben).
- Einführung einer bedarfsgerechten Ansprache anderer Nutzergruppen (Familien, Jugendliche oder Senioren). Hierfür könnten z.B. auch die Volkshochschulen in den Landkreisen mit ins Boot geholt werden.
- Der ausschließliche Blick auf die klassischen Institutionen der Kulturellen Bildung ist zu weiten. Es ist der Frage nachzugehen: Wer besitzt in welchem Bereich die besten Kompetenzen?
- Dem Mangel an Vermittlungskompetenz mit Qualifizierungsmaßnahmen begegnen.

4 Gruppe 3: »Kulturtourismus im ländlichen Raum«

Moderation: Dr. Yvonne Pröbstle, Agentur Kulturgold, Stuttgart

Teilnehmer: Jessica Piper, Renate Preinsberger, Lars Tietje, Wilhelm Willomitzer, Olaf Schulze, Dr. Franz Thost, Dr. Uwe Landsiedel, Hannelore Müller, Angela Böhme, Marion Kaps, Dunja Gallus, Klemens Niemann, Katrin Weißkopf, Antje Jacob, Ursula Heinemann, Klaus Moser, Folker Dietsch, Anja Uthleb, Herr Nonnen, Frau Hoffmann, Antje Schänke

Protokoll: Alexander Grüner

4.1 Ausgangssituation / Einstiegsdiskussionen

Zu Beginn des Workshops wurde eine Sammlung von perspektivischen Handlungsfeldern und Zielvorstellungen vorgenommen, die das Thema aus Sicht der Teilnehmer und in seiner Relevanz für die Region beschreiben, um eine gemeinsame Diskussions- und Arbeitsbasis zu schaffen:

Perspektivische Handlungsfelder und Zielvorstellungen

- Kulturtouristische Entwicklungsperspektiven für die Region erarbeiten
- Kooperation zwischen Kultur und Tourismus stärken
- Touristische Infrastruktur schaffen
- Vorhandene Angebote bündeln und zielgruppenspezifisch weiterentwickeln
- Angebote zugänglich und in ihrer Attraktivität sichtbar machen
- Mobilisierung von Bewohnern aus der Region (vor allem älterer Personen)
- Zentrale Verantwortlichkeit und koordinierende Instanz für Tourismus schaffen (Unzufriedenheit mit den derzeitigen Organisationsstrukturen)
- Austausch zwischen Akteuren fördern
- Professionalisierung im Tourismus fördern

Die Teilnehmer waren sich einig, dass die Region ausreichend Potenzial für einen erfolgreichen Kulturtourismus bereithält. Dieses Potenzial gilt es systematisch zu erfassen, um die Frage beantwortet zu können, für was die Region aus kulturtouristischer Sicht steht und welche möglichen Themen sich daraus für die Marketing- und Vermittlungsarbeit ergeben, denn Kulturtouristen entscheiden in der Regel themenorientiert (die Ausnahme stellen ggf. vorhandene Leuchtturm-Angebote dar, die einen Reisean-

lass schaffen können). Themen bergen außerdem den Vorteil, dass sie kooperativ angelegt sind und somit die Zusammenarbeit mehrerer Akteure und die Bündelung ihrer Ressourcen begünstigen.

Auf diesen Überlegungen aufbauend wurde ein Austausch über mögliche Leitthemen und das eigene Selbstverständnis angestoßen, denn ohne ein klares Leitbild ist eine Formulierung einer zeitgemäßen kulturtouristischen Strategie nicht mehr denkbar (kulturelle Vielfalt allein erreicht i.d.R. keine Kulturtouristen).

Leitthemen / Selbstverständnis (Ideenspeicher)

- Die Europäische Geschichte ist in der Region vollumfänglich nachzuvollziehen und bildet eine sehr gute Grundlage für die Entwicklung eines kulturtouristischen Ansatzes: Königspfalz, Schlösser, Burgen (der zeitliche Bogen spannt sich von der Frühgeschichte bis heute). Beispiele:
 - Kaiserweg
 - Kyffhäuser/Barbarossa
 - Kernland der Ottonen
 - Bauernkrieg und Reformation
 - Naturdenkmäler
- Daraus kann sich ergeben, dass Nordthüringen eventuell die älteste Kulturregion Deutschlands darstellt.

Weitere Themen:

- Von der ältesten Besiedelung sind noch Spuren vorhanden
- Erinnerungskultur
- Zeitreise (von der Steinzeit ins Weltall)
- Verbindung von Natur und Kultur
- Musikkultur
- Baukultur
- Vereinsleben
- Residenzkultur

- »Superlative« / »Landmarks« bilden: Modellbahn Wiehe, schiefer Turm in Bad Frankenhausen, am tiefsten gelegener Konzertsaal im Bergwerk Sondershausen
- Bedeutende Persönlichkeiten: Thomas Müntzer, Barbarossa, Otto I., Justus Jonas, Herrmann I u.a.

4.2 Erste Handlungsansätze, Ziele und Maßnahmen

Nächste Schritte und weitergehender Diskussionsbedarf wurden wie folgt festgehalten:

- Es ist ein Portal zu schaffen, um Angebote zu bündeln (s. auch Ergebnisse der Gruppe 1, dies ist ggf. zusammen zu denken).
- Ein gemeinsamer, landkreisübergreifender (mindestens Landkreis Nordhausen/Kyffhäuserkreis) Tourismusverband ist die Grundbedingung für die Entwicklung kulturtouristischer Strategien und Angebote bzw. Pakete.
- Zur finanziellen Absicherung der Maßnahmen sind Fördermittelanträge auf Landesebene möglich und nötig (dafür ist aber eine klare Strategie notwendig).
- Wichtig ist im Tourismusbereich allerdings nicht nur ein professionelles Marketing, es muss auch Wert auf Vermittlung gelegt werden (Verhältnis Innen- und Außenorientierung; s. auch Gruppe 2). Die Region sollte »eine Geschichte erzählen« (Anlass für Besuche von Touristen schaffen).
- Eine Themenidee wurde ebenfalls nochmals hervorgehoben: »Von der Steinzeit bis zur Rakete – Eine Zeitreise in die Europäische Geschichte«.

Im nächsten Schritt ist besonders zu diskutieren:

- An welchem Thema können die Kulturinstitutionen besonders gut partizipieren und auf welche Art und Weise?
- Welche Kooperationen sollten besonders forciert werden?

5 Gruppe 4: »Open Space«

Moderation: Dr. Patrick S. Föhl

Teilnehmer: Arne Wiegand, Rosemarie Hilger, Michael Flohr, Sabine Seemann, Dr. Sabine Riebel, Cornelia Kraffzik

Protokoll: Jennifer Mucke

Ablauf und Schwerpunktbildung

In der Arbeitsgruppe 4 »Open Space« wurde die Möglichkeit offeriert, weitere Themen einzubringen und/oder gemeinsam Themen zu entwickeln. Im Rahmen einer Vorstellungsrunde wurden die Beteiligten befragt, welche Inhalte sie im Rahmen des »Open Space« vorstellen/diskutieren wollen. Genannt wurden:

- Kulturangebote für Jugendliche und junge Menschen (11–35 Jahre) stärken bzw. die Vermittlung von bestehenden Angeboten an diese Zielgruppe verbessern.
- Ein breiteres bzw. sichtbareres Kulturangebot im ländlichen Raum könnte dem Abwanderungstrend entgegengesetzt werden.
- Verbindung mit den europäischen Partnerstädten sollte intensiviert werden.
- Das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung als Grundlage für den KEK-Prozess.

Angebote für Jugendliche / Vermittlung bestehender Angebote an Jugendliche

Im Rahmen des Projektes »Lernen vor Ort« wurde in einer Umfrage festgehalten, dass Jugendliche eher in ihrer Heimat bleiben würden, wenn das Kultur- und Freizeitangebot ausgeweitet würde. Es gäbe zudem zu wenig Kneipen und Bars in Sondershausen. Während letztgenannter Punkt nur schwerlich durch den KEK-Prozess zu beeinflussen ist, zeigt der erste Punkt auf, dass es offensichtlich ein Vermittlungsproblem gibt. Denn das Kulturangebot in der Modellregion ist bereits sehr umfangreich, scheinbar ist es in den Jugend-Szenen nicht bekannt. So gibt es zwar spezifische Werbemaßnahmen (Flyer etc.), aber scheinbar greifen diese zu kurz oder sind nicht zeitgemäß.

Insgesamt sollten folgende Ansätze geprüft bzw. entwickelt werden:

- Bestehende Kulturangebote an anderen Orten neu (für die Jugendlichen) inszenieren (häufig treffen nicht die Kunst bzw. die Kulturangebote auf Desinteresse, sondern die bestehenden Aufführungsorte/-kulturen). In Sondershausen läuft »Rock am Teich« seit Jahren z.B. sehr erfolgreich.
- Es gibt zahlreiche Ermäßigungsmodelle für die Jugend in anderen Regionen Deutschlands und im Ausland (es wurde u.a. die elsässische »Cartes culture« als Best-Practice vorgestellt). Denkbar ist eine modellhafte Erprobung in Thüringen. Allerdings ist zu bedenken, dass der Thüringer Kulturpass landesweit nur als mäßiger Erfolg gilt. Ein neuer Ansatz müsste sich folglich deutlich unterscheiden und vor allem auf eine zeitgemäße digitale Strategie setzen.
- Die Abwanderung von Jugendlichen hat auch etwas mit dem Image einer Region zu tun. An entsprechenden neuen Narrativen für die Modellregion ist ebenfalls zu arbeiten.

Zur weiteren Auseinandersetzung mit den genannten Themen wurde die Einrichtung eines »Jugendbeirates« für den KEK-Prozess in Form einer eigenständigen Arbeitsgruppe diskutiert, die aus ihrer Sicht den KEK-Prozess kommentiert und die avisierten Maßnahmen kritisch beleuchtet bzw. bedarfsgerecht zuspitzt. Es könnten z.B. Musikschüler, Studenten/Studentenrat und Jugendliche allgemein/aus anderen Interessensfeldern eingeladen werden.

Weitere Themen

- Die Verbindung mit den europäischen Partnerstädten sollte hinsichtlich der möglichen Steigerung der Sichtbarkeit der kulturellen Angebote in der Modellregion geprüft werden.
- Aus dem Städtenetzwerk SEHN sollten die Potenziale auf der touristischen Ebene genutzt werden.
- Das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung könnte als Grundlage für den KEK-Prozess fungieren. Allerdings müsste dies konkret übersetzt werden, und z.T. sind Nachhaltigkeitsansätze bereits in den KEK-Prozess integriert.