

---

# Kulturentwicklungskonzeptionen für die Modellregionen Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen (Nord) sowie Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg (Süd)

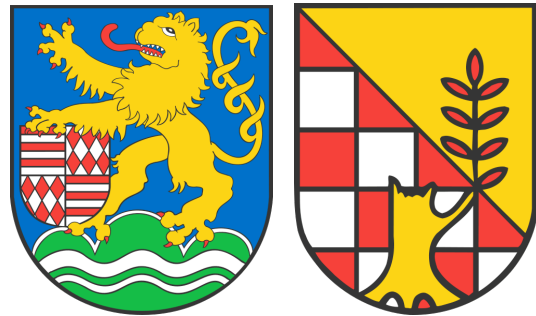
Exposé zum Thema »Kommunikations- und  
Internetplattform Kultur für den ländlichen Raum«

---

Im Auftrag von



Modellregion Süd



Modellregion Nord

Gefördert durch

Freistaat  
**Thüringen**



Staatskanzlei

Dezember 2014

**Projektleitung:**

Dr. Patrick S. Föhl und Dr. Norbert Sievers

Institut für Kulturpolitik der  
Kulturpolitischen Gesellschaft

Weberstr. 59a

53113 Bonn

[www.kupoge.de](http://www.kupoge.de)



**Autorin des Exposés:**

Lara Buschmann M.A.

projekt2508 GmbH

Geschäftsstelle Berlin

Prinzessinnenstr. 16

10969 Berlin

Internet: [www.projekt2508.de](http://www.projekt2508.de)

projekt2508

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Vorbemerkungen.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Bedarfe in den Modellregionen.....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Die Kommunikationsplattform Kultur .....</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>Kosten und Vertrag.....</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Mögliche nächste Schritte.....</b>	<b>13</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>14</b>
	<b>Anhang.....</b>	<b>16</b>

# 1 Vorbemerkungen

Die zentralen Zukunftsthemen im Kulturentwicklungsprozess in den Modellregionen Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen (Nord) sowie Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg (Süd) waren und sind die Schaffung tragfähiger und effizienter Strukturen, die klare Positionierung der Regionen und ihrer Angebote, die zeit- und zielgruppengerechte Kommunikation und – themenübergreifend – kooperatives und vernetztes Handeln. Zur Schaffung tragfähiger Strukturen wurden in der Nordregion u. a. die Gründung eines regionalen Tourismusverbandes und in der Südregion die Gründung einer Museumsregion – ggf. in Form eines Zweckverbandes – (und zukünftig ergänzt um weitere Kultursparten) sowie die Einrichtung von kultur-touristischen Knotenpunkten als zentrale Handlungsansätze formuliert. Die Aufgaben der neuen Organisationen sollen unter anderem auch die weiteren Themen, darunter die Profilierung der Einrichtungen und Positionierung der Region, die Verbesserung des Marketings und die Vertiefung bestehender Kooperationen und Initiierung neuer Partnerschaften sein.

Um die kulturellen Angebote professionell zu vermarkten und die Arbeit der Akteure transparenter zu machen, um dadurch Kooperationen zu ermöglichen, Mehrfacharbeit zu vermeiden und Beteiligung und Unterstützung zu erleichtern, ist die übersichtliche und zeitgemäße Darstellung in Printmedien, vor allem aber auch im Internet unabdingbar. Da in den Kulturworkshops und in Einzelgesprächen mit Akteuren wiederholt das Fehlen einer gemeinsamen Kommunikationsplattform, die sowohl zur Darstellung der Angebote als auch zur internen Abstimmung dienen soll, bemängelt wurde und neben Besuchern von außerhalb auch die Bewohner der Region mobilisiert werden sollen, scheint eine gemeinsame Internetpräsenz sinnvoll.

In vielen ländlichen Gebieten existieren bereits Kultur- oder Tourismusplattformen, nach aktuellem Wissensstand richten sich diese jedoch meist entweder an die Region oder an Touristen oder decken nur eines mehrerer Themen in einer Region an. Im Oktober 2014 erreichte die Kulturpolitische Gesellschaft eine Kurzinformation und eine Einladung zur Präsentation der sogenannten »Kommunikationsplattform Kultur«, eine Software, die von der Agentur *culture.diction – Knispel Beratungs- und Projekt GmbH* in Kooperation mit der Beratungsagentur *Richter Beratung*, die ebenfalls im Themenfeld Kulturkonzeptionen tätig ist, entwickelt wird. Nach der Vorstellung der Plattform durch den Softwarekonzepter Benjamin Knispel und eine nähere Prüfung der Basisangebote und Erweiterungsmöglichkeiten stand fest, dass sich das Produkt in Aussehen, Benutzerfreundlichkeit und Funktionen wesentlich von anderen, bisherigen Marktangeboten unterscheidet und – durch Sonderkonditionen für Pilotanwender – vergleichsweise kostengünstig ist.

Im Folgenden soll die Plattform daher kurz vorgestellt werden, indem zunächst die Bedarfe aus den Modellregionen zusammengefasst werden, daraufhin geprüft wird, welche Bedarfe die Plattform auf welche Weise decken kann, und schließlich die Konditionen sowie mögliche Umsetzungsschritte vorgestellt werden.

## 2 Bedarfe in den Modellregionen

Die **Vereine, »Local Heroes« und aktiven Bürger** formulierten bereits im ersten Workshop den Wunsch einer Vernetzung von vorhandenen Websites und den Bedarf einer gemeinsamen Informationsplattform für Kulturangebote, die es ihnen ermöglicht, nach Kooperationspartnern zu suchen und Netzwerke durch einfachen und ständigen Informationsaustausch zu pflegen (vgl. Institut für Kulturpolitik 2014g [Netzwerkanalyse]: 53); eine Plattform, auf der man auch Räume und andere Infrastrukturen vorstellen, anbieten und austauschen könne (suche-biete-Funktion), um so zum Beispiel (ungewöhnliche) Orte zur Durchführung von Veranstaltungen oder Kulturprojekten zu finden (Leerstandsanzeiger) (vgl. ebd.: 47). Doch auch die innovative und zeitgemäße Sichtbarmachung der Angebote, Akteure und Anbieter, zum Beispiel durch die Möglichkeit der Erstellung von Profilen von Kulturschaffenden/Künstlern, Dienstleistern, Kulturinteressierten und ehrenamtlichen Helfern, würde die Vernetzung der Akteure in der Region stärken und die Beteiligung aller Akteure ermöglichen (vgl. Institut für Kulturpolitik 2014e [Ergebnisprotokoll 1. Kulturworkshop HBN-SON]: 12 f., Institut für Kulturpolitik 2014d [Gutachten »Gründung einer Museumsregion«]: 57, Institut für Kulturpolitik 2014i [Gutachten »Projektinitiativen/Local Heros«]).

Die **kommunalen Vertreter** wünschten sich ebenso mehr Transparenz über die kulturellen Anbieter und Angebote und konstatierten, dass es an einer soliden Vernetzung und Abstimmung fehle, von der auch die Anbieter und Gemeinden, zum Beispiel hinsichtlich der Terminierung von Veranstaltungen (gemeinsamer Veranstaltungskalender mit interner Planungsfunktion), profitieren würden. Neben der Identifikation, Sichtbarmachung und Unterstützung von Kernakteuren zu spezifischen Themen – ein Vorhaben, das über die Erstellung von Internetprofilen unterstützt werden könnte – war auch die Verbesserung der Erreichbarkeit der kulturellen Angebote (defizitärer öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)) ein Thema (Mitfahrgelegenheit) (vgl. Institut für Kulturpolitik 2014e [Ergebnisprotokoll 1. Kulturworkshop HBN-SON]: 16, Institut für Kulturpolitik 2014a [Vorbereitungspapier 3. Kulturworkshop HBN-SON]: 12 und Institut für Kulturpolitik 2014h [Strukturanalyse HBN-SON]: 8 f.).

Die zeit- und zielgruppengerechte Darstellung der **Kulturangebote** ist eines der zentralen Ziele in beiden Modellregionen. Die Aufgabe steht in engem Zusammenhang mit der Neuprofilierung der Regionen sowie der Intensivierung von Kooperationen und Koordination durch die Konzentration auf gemeinsame Kernthemen und Absprache hinsichtlich Planung und Darstellung. Neben der Aktualisierung vorhande-

ner Webseiten und Vernetzung dieser standen ein gemeinsamer Veranstaltungskalender, der ebenfalls in gedruckter Form erscheint, eine Darstellung der Angebote auf einer Landkarte und die Darstellung der vielen innovativen Kulturprojekte und Angebote aktiver Vereine (insb. für die regionale Bevölkerung und die Zielgruppe der »aufgeschlossenen Entdecker« interessant) im Vordergrund der Diskussion.

Neben der Darstellung der Kulturangebote werden von **Touristen**, aber auch von der regionalen Bevölkerung, weitere Informationen über die Region nachgefragt. Dazu gehören in erster Linie weitere Angebote wie zum Beispiel Natur-, Aktiv- und Kreativangebote, aber auch Serviceleistungen wie Landkarten, Informationen zu Anfahrtsmöglichkeiten (Mitfahrservice/ÖPNV/Fahrrad- und Autoverleih), Übernachtungs- und Gastronomieempfehlungen, Ticketverkauf sowie Reportagen und Bewertungen zu/über die Angebote (vgl. Institut für Kulturpolitik 2014d [Gutachten »Grünung einer Museumsregion«]: 57 und vgl. Institut für Kulturpolitik 2014g [Netzwerkanalyse]: 40).

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Bedarfe und Wünsche aus den Modellregionen, die möglicherweise über eine Internetplattform, wie sie im nächsten Kapitel vorgestellt wird, gedeckt werden können:

*Tabelle 1: Bedarfe, die möglicherweise über eine Internetplattform gedeckt werden können  
(Quelle: eigene Darstellung)*

Handlungsfelder	Bedarfe
Anbindung	Mitfahrgelegenheit suchen/bieten
Anbindung	Standorte anzeigen, ÖPNV-Fahrinfo
Anbindung	Fahrrad- und Autoverleih anzeigen
Kooperation	Mapping von Angeboten zur Bestandsaufnahme
Kooperation	Inhaltlicher Austausch zu spezifischen Themen
Koordination	Koordination aller Aktivitäten
Koordination	Terminplanung/-absprache
Kulturmarketing	Profile Initiativen und Vereine (Kulturvereine, Erzeuger, Heimatkundler, Ateliers u. v. m.)
Kulturmarketing	Motivation zum Kulturbesuch (z. B. durch starke Bilder)
Kulturmarketing	Kulturprofile: Orte und Institutionen (Kultureinrichtungen, Veranstaltungsorte u. v. m.)
Kulturmarketing	Veranstaltungskalender (mit Druck- und Downloadoption)
Kulturmarketing	Bewertungen, Kommentarfunktion
Marketing	Reportagen aus und über die Region
Marketing	Mobile Darstellung der Angebote (App)
Marketing	Verknüpfung vorhandener Webseiten
Marketing	Profilierung der Region (Kognitive Karten, Themenmarketing)
Marketing	Tourismusprofile: Informationsstandorte, Restaurants/Gasthöfe, Hotellerie u. v. m.)
Marketing	Ticketing: ThüringenCard, Veranstaltungstickets u. v. m.
Partizipation	Themen- und Ideenpool (Ideen Gehör verschaffen)
Partizipation	Profile Einzelpersonen (Selbstrepräsentation für Nutzer, Ehrenamtler, Künstler usw.)
Partizipation	Aktivierung des Ehrenamtes
Ressourcen	Vermeidung von Mehrfachpflege von Homepages/Kalendern
Ressourcen	Einfache Bedienung
Ressourcen	Leerstandsanzeiger
Ressourcen	Suche-biete-Funktion (Räume, Fähigkeiten, Zeitressourcen, Ideen, Weiterbildung, Material)
Ressourcen	Gruppendiskussion, Runde Tische

### 3 Die Kommunikationsplattform Kultur

»Mit der »Kommunikationsplattform Kultur« werden Kulturinteressierte schnell und unkompliziert darüber informiert, welche Kulturveranstaltungen in ihrer Umgebung stattfinden, welche Künstler zu sehen oder zu hören sind. Auf der »anderen Seite« bekommen Künstler die Möglichkeit, sich zu präsentieren, Kulturanbieter können Veranstaltungen veröffentlichen und Kulturakteure können sich für gemeinsame Planungen austauschen und Kooperationspartner finden. So macht die »Kommunikationsplattform Kultur« die Vielfalt der Kultur einer Region »sichtbar« und verbindet Kulturschaffende mit Kulturinteressierten.« (Anhang 1 [Konzept]: 1)

Die zentralen Funktionalitäten der »Kommunikationsplattform Kultur« sind:

#### Der Veranstaltungskalender

- Ein Kalender, in den alle **Veranstaltungen einer Region** eingepflegt werden können und dessen **Suchkategorien und Rubriken** (Orte, Veranstaltungshäuser, Termine, Sparten, Preise) nach den Bedürfnissen der Region definiert werden können.
- Es können **Schnittstellen** zu anderen Seiten erstellt werden, sodass alle Veranstaltungen z. B. auf Facebook erscheinen oder Veranstaltungen automatisch aus anderen Veranstaltungskalendern eingespielt werden und dadurch Mehrfacharbeit vermieden wird.
- Der Veranstaltungskalender kann durch einen **Planungskalender** ergänzt werden, der eine interne, nach außen nicht sichtbare, Planung und Absprache von Veranstaltungen ermöglicht, indem Veranstaltungstermine vorgemerkt werden können oder z. B. hinsichtlich der Planung von Jahresthemen wichtige Jubiläen und Daten zur Orientierung eingetragen werden können.
- Unter einer Veranstaltung können **Mitwirkende** (Beleuchtung, Konzept, ehrenamtliche Helfer, Musiker usw.), **Kooperationspartner** (Vereine, Einrichtungen) und auch **Förderer/Sponsoren** vorgestellt und ihre Profile verlinkt werden. So findet Empfehlungsmarketing für die Mitwirkenden statt.
- Angemeldete Seitennutzer können sich für Veranstaltungen **anmelden**. Eine Exportfunktion von Anwesenheitslisten kann eingerichtet werden. Für Teilnehmer der Veranstaltung wird die Option, Mitfahrgelegenheiten zu suchen/anzubieten (**Funktion Mitfahrservice**) sichtbar.
- Die Einrichtung einer **Exportfunktion**, durch die z.B. halbjährlich alle/ausgewählte Veranstaltungen in ein **druckfähiges Dokument** in vordefiniertem Layout exportiert werden können, ist ebenfalls möglich und würde die aufwendige Erstellung von gedruckten Veranstaltungskalendern erleichtern.

## Die Landkarte

- Der Veranstaltungskalender und die Profile sind mit einer **Landkarte** verknüpft, sodass Events/Kulturveranstaltungen, Kultureinrichtungen, Sehenswürdigkeiten, Freizeitangebote, Knotenpunkte/Tourist Informationen und die Standorte aktiver Akteure/Initiativen auf einmal oder über entsprechende Suchkategorien angezeigt werden können.

## Die Profile

- Die Profile ermöglichen die **Partizipation** aller Akteursgruppen an der Plattform und sind dadurch neben dem Veranstaltungskalender ein weiterer zentraler Bestandteil. Es gibt die Möglichkeit der Anlage von Profilen für Personen und Institutionen wie z. B. für Kultureinrichtungen und Kulturschaffende (Künstler usw.), Dienstleister und andere regionale Akteure (»Local Heroes«, Heimatkundler, Ehrenamtler, Kulturinteressierte). Für Kulturinteressierte besteht nach der Anmeldung die Möglichkeit, direkt und automatisch über ausgewählte Kulturangebote oder Neuigkeiten **informiert zu werden**, sich zu einer Veranstaltung anzumelden und entweder selbst eine **Fahrmöglichkeit** anzubieten oder mit einer vorhandenen Mitfahrmöglichkeit Kontakt aufzunehmen. Kulturanbieter können nach ihrer Anmeldung **Veranstaltungen in den Kalender eintragen**, eingetragene Künstler einer Veranstaltung zuordnen und einsehen, wie viele Personen sich zu einer Veranstaltung angemeldet haben. Das Profil gibt einen kurzen **Überblick über die Einrichtung** und kann durch Fotos und Videos ergänzt werden, außerdem kann das Profil mit einer **Webseite** (systemintern oder extern) verknüpft werden. Kulturakteure können sich über eine Anmeldung zeitgemäß präsentieren und Dienstleister können auf ihre Angebote aufmerksam machen und sich als Sponsor vorstellen.

## »Nachrichten aus der Region« und »Kulturreportagen«

- Die Funktionen »Nachrichten aus der Region« und »Kulturreportagen« stellen zwei unterschiedliche Blogs dar, in denen **redaktionell über die Region und die Angebote berichtet** werden kann. Sie dienen den Betreibern der Plattform als Möglichkeit, Neuigkeiten über Künstler, Projekte und Orte redaktionell aufzubereiten, um auch weniger bekannten Projekten ein »Portal« zu bieten. Die Betreiber der Plattform können **individuell und immer wieder neu entscheiden**, wem die Verfassung von Texten ermöglicht wird. So könnten mal professionelle Blogger, mal jugendliche Kulturscouts, mal die regionale Presse Beiträge schreiben und die jeweilige Sicht in den Vordergrund rücken.
- Die Blogbeiträge können auch als RSS Feed oder als E-Mail Newsletter abonniert werden.



## Die Kulturbörse

- Die Kulturbörse steht für die Möglichkeit, Foren/Gruppen einzurichten und darin offene oder geschlossene, das heißt **auf bestimmte Teilnehmer begrenzte Diskussionen** mit Nutzern der Plattform zu führen. Die Foren werden mit einer Suchfunktion über die »Verschlagwortung« der Inhalte versehen. Die Foren können zum Beispiel die Bürger bei der **Ideenfindung** für Sonderveranstaltungen, Werbekampagnen oder Feste einbinden oder genutzt werden, um die Ergebnisse von Arbeitsgruppen intern weiterzudenken oder mit weiteren Nutzern zu diskutieren. Gleichfalls können **Tauschbörsen** für Gegenstände und/oder Arbeitszeit u. ä. eingerichtet werden.

## Werbung schalten

- Die Möglichkeit, Werbung zu schalten, ist besonders hinsichtlich der **Präsentation von Sponsoren und Förderern**, aber auch als zusätzliche Einnahmequelle durch allgemeine Anzeigenschaltung oder kostenpflichtige Hervorhebung von Veranstaltungen als **»Kulturhighlight«** relevant. Die Werbung wird auf der Plattform gut sichtbar, jedoch nicht störend platziert und kann mit Nutzerprofilen und Veranstaltungen verknüpft werden.

## Die Benutzerrollen

- Über Benutzerrollen lässt sich die gesamte Plattform im Administrationsbereich in seinen Rechten verwalten, sodass verschiedene Rollen mit verschiedenen Teilzugängen versehen werden und z. B. der Zugang zur Eintragung von Veranstaltungen, zur Verfassung von Blogbeiträgen, zur Schaltung von Werbung oder zum Austausch in Foren und Verabreden zu Veranstaltungen ermöglicht wird.

## Die Software

- Die Plattform ist so programmiert, dass sie auf *Tablets/Smartphones* genutzt werden kann.
- Über die Software der Plattform können beliebig viele weitere Seiten erstellt werden, die dann optimal mit der Plattform verknüpft sind. So wäre es z. B. möglich, das Portal für die Museen sowie die einzelnen Webseiten jeder Einrichtung über die Software zu erstellen.
- Die Plattform lässt sich im Corporate Design individuell anpassen (Farben, Logos, Name usw.).
- Die gesamte Plattform oder einzelne, für Touristen relevante Rubriken können in mehreren Sprachen ausgegeben werden.
- Es können Email-Adressen angelegt werden und es gibt die Möglichkeit, automatische Newsletter zu versenden (z. B. eine Monatsvorschau zu den Veranstaltungen oder Hinweis auf ein neues Profil).
- Die Erweiterung durch einen Onlineshop ist möglich.

Tabelle 1: Bedarfe, die möglicherweise über eine Internetplattform gedeckt werden können  
(Quelle: eigene Darstellung)

Funktionen	Bedarfe	Erläuterungen
Mitfahrservice	Mitfahrgelegenheit suchen/bieten	Es bestünde für die Bewohner der Region die Möglichkeit, Fahrgemeinschaften zu ausgewählten Veranstaltungen zu bilden.
Landkarte	Standorte anzeigen, ÖPNV-Fahrinfo	Über die Karte werden alle Veranstaltungen und Standorte, darunter auch temporäre Veranstaltungen, angezeigt. Die Fahrtroute kann dann selbstständig geplant werden.
Landkarte	Fahrrad- und Autoverleih anzeigen	Die Standorte können ebenfalls in der Karte angezeigt werden.
Landkarte	Mapping zur Bestandsaufnahme und Darstellung von Angeboten	Akteure können über ein Formular auf der Plattform eingeladen werden, sich oder ihre Einrichtung oder Veranstaltung einzutragen. Alle bereits eingetragenen Orte/Akteure werden in der Eingabemaske hinzugefügt, sodass eine doppelte Eintragung verhindert wird.
Kulturbörse	Inhaltlicher Austausch zu spezifischen Themen	Die Akteure der Arbeitsgruppen könnten sich über einen passwortgeschützten Mitgliederbereich organisieren und austauschen.
Kalender	Terminplanung/-absprache	Der interne Planungskalender erlaubt eine Absprache und Planung von Veranstaltungen vor der Veröffentlichung. Auch interne Termine, die nur für bestimmte Nutzergruppen sichtbar sind, können hier eingegeben werden.
Profile	Profile: Initiativen und Vereine (Kulturvereine, Erzeuger, Heimatkundler, Ateliers u. v. m.)	Gerade ehrenamtlichen Initiativen und kleinen Einrichtungen, welche die erforderlichen Ressourcen für die Einrichtung und Pflege eines zeitgemäßen Internetauftritts nicht aufbringen können, wäre mit einem kostenlosen Profil auf der Plattform geholfen.
Individualisierung	Motivation zum Kulturbesuch (z. B. durch starke Bilder)	Die Plattform hat ein modernes Design mit großen Bildflächen und auch Videos können problemlos eingebaut werden. Die Betreiber der Plattform sollten die Qualität der Bilder stets überprüfen, um das hochwertige Erscheinungsbild nicht zu stören.
Profile	Kulturprofile: Orte und Institutionen (Kultureinrichtungen, Veranstaltungsorte u. v. m.)	Veranstalter und Einrichtungen können sich auf der Plattform eigene Profile anlegen, wodurch eine Übersicht möglichst vieler Einrichtungen und Orte erzielt werden kann. Ausführliche Webseiten können an die Plattform angebunden werden (beispielsweise über einen »Button Kulturregion XY«) oder direkt über dasselbe System auf dem gleichen Server erstellt werden.
Kalender	Veranstaltungskalender (mit Druck- und Downloadoption)	Der Veranstaltungskalender könnte von den Kulturakteuren eigenständig oder über zentrale Abteilungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit befüllt werden. Die Exportmöglichkeit eines druckfähigen PDFs würde den Aufwand eines stets aktuellen Kalenders in gedruckter Form nach einmaliger Einrichtung erheblich mindern. Die Einrichtung von Schnittstellen zu bestehenden Veranstaltungskalendern würde einen zusätzlichen Aufwand durch Mehrfachbefüllung verhindern.

Funktionen	Bedarfe	Erläuterungen
Profile	Bewertungen, Kommentarfunktion	Die Kommentarmöglichkeit ist unter allen Veranstaltungen gegeben. Langfristig kann über eine Kooperation (Einrichtung einer Schnittstelle) mit Bewertungsportalen wie <a href="http://www.livekritik.de">www.livekritik.de</a> nachgedacht werden.
Nachrichten/ Reportagen	Aktuelle Neuigkeiten, Blog	Reportagen aus und über die Region können über die Funktionen »Nachrichten aus der Region« und »Kulturreportagen« publiziert und als RSS Feed und Newsletter abonniert werden.
Software	Mobile Darstellung der Angebote (App)	Die Plattform ist für alle Endgeräte, darunter auch Tablets und Smartphones, konzipiert. Eine Erweiterung als App mit weiteren oder anderen Funktionen ist möglich.
Software	Verknüpfung vorhandener Webseiten	Externe Webseiten können mit der Plattform verlinkt werden, Schnittstellen können den automatischen Import von Inhalten (Blogbeiträge, Veranstaltungen) regeln oder Inhalte der Plattform auf den externen Seiten spiegeln.
Individualisierung	Profilierung der Region (Kognitive Karten, Themenmarketing)	Die Kommunikationsplattform lässt sich in jedes beliebige Corporate Design überführen und kann so das Profil und die Themen der Region ohne Einschränkungen darstellen.
Profile	Tourismusprofile: Informationsstandorte, Restaurants/Gasthöfe, Hotellerie u. v. m.)	Durch die flexible Einrichtung von Kategorien und Profilen könnten auch touristische Belange (beispielsweise die Suche nach Übernachtungsmöglichkeiten und Gaststätten) abgedeckt werden.
Software	Ticketing: ThüringenCard, Veranstaltungstickets u. v. m.	Ein Buchungssystem bzw. ein Shop können ebenfalls eingebaut oder programmiert werden. Alternativ könnten entsprechende Menüpunkte erstellt werden, auf denen Preise angezeigt und Verkaufsstellen aufgeführt werden.
Kulturbörse	Themen- und Ideenpool (Ideen Gehör verschaffen)	Über die Kulturbörse können Gruppendiskussionen zu ganz unterschiedlichen Bedarfen initiiert werden und jeder kann Beiträge in offenen Foren verfassen.
Profile	Profile: Einzelpersonen (Selbstrepräsentation für Nutzer, Ehrenamtler, Künstler usw.)	Über die Profilfunktion können sich auch Einzelpersonen darstellen, um entweder als Nutzer zu agieren und/oder um selbst Leistungen anzubieten. So können Menschen ihre Hilfe anbieten und Künstler ihre Fähigkeiten vorstellen etc.
Software	Vermeidung von Mehrfachpflege von Homepages/Kalendern	Siehe Bedarf »Verknüpfung vorhandener Webseiten«
Software	Einfache Bedienung	Die Software ist modern und einfach gestaltet, ist intuitiv zu bedienen und wird stetig weiterentwickelt. Es können Schulungen veranstaltet werden und die Betreuung ist im Service enthalten.
Kulturbörse	Leerstandsanzeiger	Diese Funktion ist technisch schon durch die »Orte« vorhanden und muss nur noch um den Filter »Leerstand« ergänzt werden.
Kulturbörse	Suche-biete-Funktion (Räume, Fähigkeiten, Zeitressourcen, Ideen, Weiterbildung, Material)	Diese Funktion wird über die Foren und die Profile geleistet.
Kulturbörse	Gruppendiskussion, Runde Tische	Die Kulturbörse ermöglicht alle Arten von Gruppenaustausch und könnte beispielsweise auch zur Protokollierung von öffentlichen Sitzungen genutzt werden.

## 4 Kosten und Vertrag

**Die Kosten** untergliedern sich in einmalige und monatliche bzw. fortlaufende Kosten. Zu den einmaligen Kosten gehören die einmaligen Lizenzgebühren für die Software als reduzierter Pauschalbetrag für Pilotanwender sowie in Auftrag gegebene Sonderleistungen wie die Anpassungen und technischen Erweiterungen der Software nach Bedarf und Absprache. Außerdem sind hier Trainings und Beratung für die Standardsoftware enthalten. Die laufenden Kosten – in welchem Rhythmus der Abschlag gezahlt werden soll, kann individuell ausgehandelt werden – beinhalten die Hostinggebühren<sup>1</sup>, Service und Wartung und Schulungen. Zusätzliche Trainings und Beratungen, zum Beispiel für neue Mitarbeiter oder technische Erweiterungen, können nach Absprache und Bedarf hinzugebucht werden. (Details siehe Anhang 3 [Kostenpositionen]). **Der Vertrag** definiert einerseits die Lizenz zur Nutzung der Software und andererseits die Vereinbarungen über einmalige und laufende Kosten (Details siehe Anhang 4 [Musterangebot]).

Hinsichtlich der Finanzierung einer regionalen Plattform gibt es die Überlegung, dieses Projekt mit dem LEADER-Management der *Regionalen Aktionsgruppe LEADER Hildburghausen-Sonneberg e. V.* anzugehen (vgl. Institut für Kulturpolitik 2014b [Vorbereitungspapier 3. Kulturworkshop KYF-NDH]: 9 und Institut für Kulturpolitik 2014a [Vorbereitungspapier 3. Kulturworkshop HBN-SON]). Da LEADER sowohl in der Modellregion Nord als auch Süd tätig ist, könnte die Umsetzung in beiden Regionen parallel durchgeführt und Synergien genutzt werden. Da die Möglichkeit besteht, dass eine einmalige Fördermittelsumme aufgetan werden kann, eine monatliche Zahlung aber Schwierigkeiten bereitet, besteht die Option, die monatlichen Kosten als Vorauszahlung für längere Zeiträume zu zahlen und individuelle, praktikable Lösungen einzurichten.

Die Initiierung eines regelmäßigen Austausches mit den anderen Pilotanwendern der Plattform könnte einerseits zur stetigen Optimierung der Funktionen beitragen, andererseits könnten durch den Austausch mit anderen Anwendern Bedarfe an zusätzlichen Funktionen aufgetan, diskutiert und gegebenenfalls als Sonderleistungen gemeinsam und dadurch kostengünstiger in Auftrag gegeben werden.

---

1 Diese beinhalten u. a. die Domains, Webpace, E-Mail-Postfächer, Content-Management-System usw.

## 5 Mögliche nächste Schritte

Bei Interesse an der Plattform – deren Bedarf auch in den beiden Abschlussgutachten für die Modellregionen dargestellt wird – sollte in einem ersten Schritt der Softwarekonzepter Benjamin Knispel in die Region geladen werden, um die Software vor den zukünftigen Lizenznehmern und Nutzern erneut persönlich vorzustellen und Fragen zur Anwendung, zu Vertrag und Durchführung zu beantworten. Anschließend muss durch die Modellregionen entschieden werden, wer Lizenznehmer der Plattform werden sollte und wie die Finanzierung langfristig gesichert werden kann. Unbedingt eingebunden werden sollten bei diesen Entscheidungen die Beiräte (regional/Land), die regionalen Tourismusorganisationen und die Thüringer Tourismus GmbH (vgl. Institut für Kulturpolitik 2014c [Gutachten »Regionales Kulturmarketing/Kulturtourismus«]: 47). Im Falle einer Beauftragung sollte eine Arbeitsgruppe gegründet werden, die die Verantwortung für die Erstellung, Befüllung und Einführung übernimmt und Ansprechpartner für die zukünftigen Nutzer ist.

In der Modellregion Nord könnte die zu gründende Tourismusorganisation ggf. die Verantwortung übernehmen und die Nutzung der Seite koordinieren. Im Süden könnten dies ggf. die zukünftigen Knotenpunkte in Zusammenarbeit mit dem Zweckverband und dem Regionalverbund Thüringer Wald übernehmen.

## Literaturverzeichnis

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014a): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Vorbereitungspapier zum 3. Kulturworkshop in Schleusingen am 10. November 2014«, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Vorbereitungspapier\\_3\\_Kulturworkshop\\_Modellregion\\_HBN\\_SON\\_10.November2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Vorbereitungspapier_3_Kulturworkshop_Modellregion_HBN_SON_10.November2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 4.12.2014)

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014b): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen. Vorbereitungspapier zum 3. Kulturworkshop auf Schloss Heringen am 11. November 2014«, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/uploads/media/Vorbereitungspapier\\_3\\_Kulturworkshop\\_Modellregion\\_KYF\\_NDH\\_11\\_November2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/uploads/media/Vorbereitungspapier_3_Kulturworkshop_Modellregion_KYF_NDH_11_November2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 14.12.2014)

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014c): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Kyffhäuserkreis und Landkreis Nordhausen. Gutachten zum Handlungsfeld ›Regionales Kulturmarketing / Kulturtourismus‹«. Verfasst von Yvonne Pröbstle, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/uploads/media/Gutachten\\_Kulturtourismus\\_KEK-Modellregion\\_KYF\\_NDH\\_Dez.2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/uploads/media/Gutachten_Kulturtourismus_KEK-Modellregion_KYF_NDH_Dez.2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 27.12.2014)

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014d): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Gutachten zum Handlungsfeld ›Gründung einer Museumsregion‹«. Verfasst von Lara Buschmann, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Gutachten\\_Museumsregion\\_KEK-Modellregion\\_HBN\\_SON\\_Dez.2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Gutachten_Museumsregion_KEK-Modellregion_HBN_SON_Dez.2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 31.12.2014)

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014e): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Ergebnisprotokoll 1. Kulturworkshop, 20. Mai 2014, Hildburghausen«, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Ergebnisprotokoll\\_1\\_Kulturworkshop\\_Modellregion\\_HBN\\_SON\\_20\\_Mai2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Ergebnisprotokoll_1_Kulturworkshop_Modellregion_HBN_SON_20_Mai2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 23.12.2014)

- Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014f): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Ergebnisprotokoll 2. Kulturworkshop, 08. September 2014, Sonneberg«, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Ergebnisprotokoll\\_2\\_Kulturworkshop\\_Modellregion\\_HBN\\_SON\\_08\\_Sep\\_2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Ergebnisprotokoll_2_Kulturworkshop_Modellregion_HBN_SON_08_Sep_2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 19.12.2014)
- Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014g): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Visualisierung der Governance-Strukturen in der Modellregion mittels einer Netzwerkanalyse«. Verfasst von Robert Peper, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Subgutachten\\_Netzwerkanalyse\\_Modellregion\\_HBN\\_SON\\_Okt.2014\\_Endfassung.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Subgutachten_Netzwerkanalyse_Modellregion_HBN_SON_Okt.2014_Endfassung.pdf) (letzter Zugriff: 15.12.2014)
- Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014h): »Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Strukturanalyse für die Modellregion Süd«. Verfasst von Faktor Familie, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Strukturanalyse\\_KEK\\_Modellregion\\_Sued\\_Mai2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Strukturanalyse_KEK_Modellregion_Sued_Mai2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 20.12.2014)
- Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2014i): » Kulturentwicklungskonzeption für die Modellregion Landkreis Hildburghausen und Landkreis Sonneberg. Zusammenfassende Anmerkungen zum Handlungsfeld ›Projektinitiativen zur Stärkung von Vereinen und insbesondere sog. Local Heros««. Verfasst von Gernot Wolfram, Onlineabruf: [http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Zusammenfassende\\_Anmerkungen\\_Vereine\\_Local\\_Heros\\_Modellregion\\_HBN\\_SON\\_Dez.2014\\_final.pdf](http://www.kulturkonzept-hbn-son.de/uploads/media/Zusammenfassende_Anmerkungen_Vereine_Local_Heros_Modellregion_HBN_SON_Dez.2014_final.pdf) (letzter Zugriff: 31.12.2014)

## Anhang

**Anhang 1: Konzept »Kommunikationsplattform Kultur«  
(Quelle: culture.diction)**

**Anhang 2: Kostenpositionen »Kommunikationsplattform Kultur«  
(Quelle: culture.diction)**

**Anhang 3: Musterangebot »Kommunikationsplattform Kultur«  
(Quelle: culture.diction)**



## Produktkatalog: Kommunikationsplattform Kultur

### Der Hintergrund:

In Städten und Regionen besteht für die erfolgreiche Kulturarbeit und kulturtouristische Angebote die Herausforderung, dass Informationen über Kulturereignisse zu wenige Menschen erreichen. Besonders dann, wenn in einer Region mehrere Tageszeitungen mit unterschiedlichen Verbreitungsgebieten erscheinen, ist eine wirkungsvolle Kulturinformation kaum möglich. Mit der *Kommunikationsplattform Kultur* entsteht eine Plattform, die über Kulturereignisse informiert, gemeinsame Kulturerlebnisse durch „verabreden“ ermöglicht, die touristische Attraktivität erhöht und die Kultur „sichtbar“ macht.

Denn zur Erreichung einer hohen regionalen und überregionalen Sichtbarkeit bietet sich ein virtuelles „Zuhause“ in Form einer Online-Plattform geradezu an. Von überall erreichbar können hier Künstler aus der Region Profile anlegen, Kultureinrichtungen Veranstaltungen „sichtbar“ machen und Kulturinteressierte entsprechend ihrer Interessen Informationen bequem abrufen und sich zu gemeinsamen Fahrten zu Veranstaltungen verabreden. Eine solche Plattform bringt Kulturakteure wie Künstler, Theater, Museen und andere Institutionen mit Kulturinteressierten näher zusammen.

## 1. Standartsoftware

### 1.1 Das Produkt:

Mit der *Kommunikationsplattform Kultur* können Kulturinteressierte schnell und unkompliziert herausfinden, welche Kulturveranstaltungen in Ihrer Umgebung stattfinden und sich mit anderen zu einem gemeinsamen Kultur-Event verabreden. Auf der „anderen Seite“ bekommen Künstler die Möglichkeit sich zu präsentieren, Kulturanbieter können Veranstaltungen veröffentlichen und Kulturakteure können sich für gemeinsame Planungen austauschen und Kooperationspartner finden. So macht die *Kommunikationsplattform Kultur* die Kulturvielfalt einer Region „sichtbar“ und verbindet Kulturschaffende mit Kulturinteressierten. Da zu den Kulturinteressierten auch Touristen zählen, ist die Möglichkeit der Darstellung touristischer Infrastruktur ebenfalls gegeben.

Dies geschieht durch die im Folgenden beschriebenen Funktionalitäten:

- Veranstaltungskalender
- Event-Landkarte
- Profile von Kulturschaffenden, Kulturanbietern, Dienstleistern, Kulturinteressierten
- Mitfahrerservice
- Kulturbörse
- „Nachrichten aus der Region“ und „Kulturreportagen“
  
- Werbung schalten
- Benutzerrollen
- Handbuch



## Der Veranstaltungskalender:

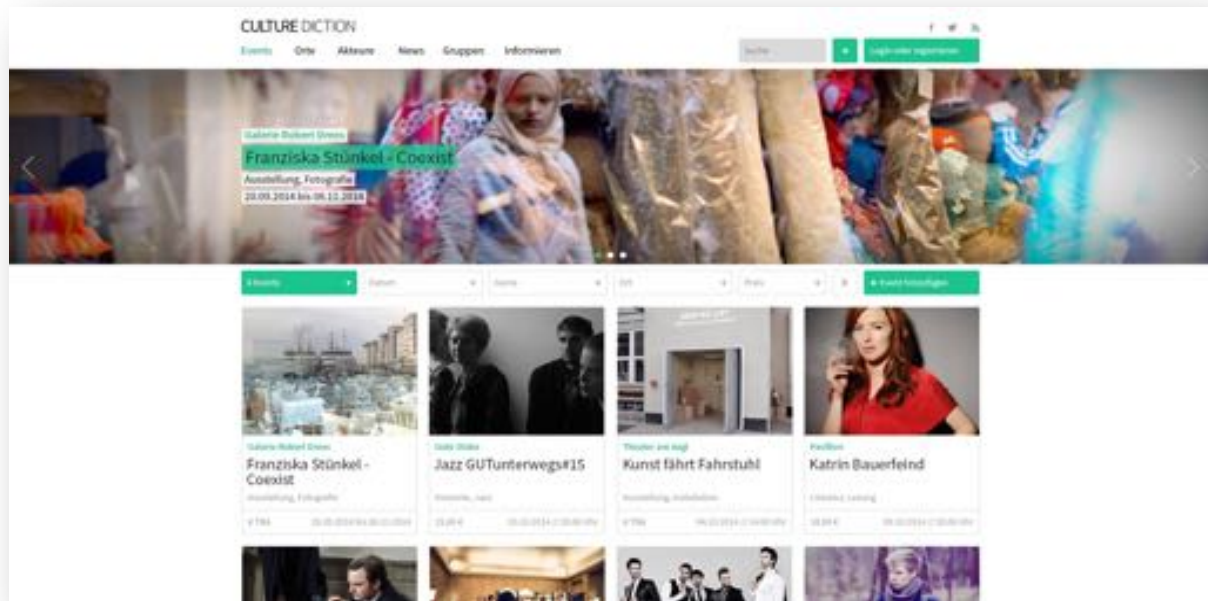
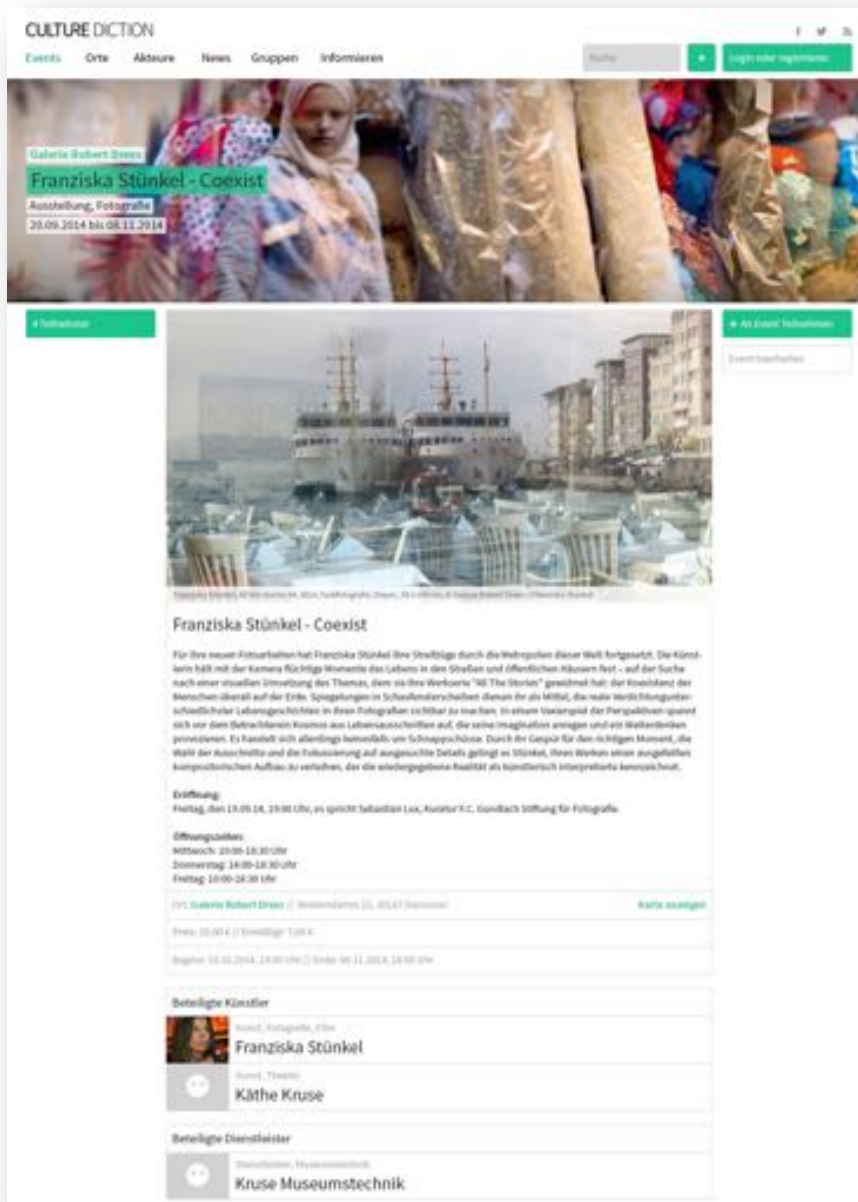


Abb. 1: Übersicht Veranstaltungskalender

Im Zentrum der Plattform steht der Veranstaltungskalender. Hier wird die Vielfalt einer Region für die Interessierten sichtbar. Der Kalender dient sowohl den Kulturakteuren, als auch den Kulturinteressierten und ist das verbindende Element. Er ermöglicht eingetragenen Kulturakteuren, wie z. B. Künstlern, Veranstaltungsorten, Institutionen, Veranstaltern oder Touristeninformationen, ihre Kulturveranstaltungen einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Hierdurch können Veranstaltungen einer ganzen Region gebündelt und immer aktuell und zeitnah Kulturinteressierten zur Verfügung gestellt werden. Gegliedert nach Orten, Terminen, Preisen, Veranstaltungsorten und Kultursparten bekommt der Kulturinteressierte somit auf einer Plattform eine Übersicht über die ihn interessierenden Veranstaltungen und Informationen über die Kulturereignisse. Der Besucher der Plattform kann so z. B. in einer Stadt (Ort) für das nächste Wochenende (Termin) nachschlagen, welche Veranstaltung kostenlos (Preis) ist. Oder er sucht für eine bestimmte Location (Veranstaltungsort) nach einem Konzert (Kultursparte). Alle Filterfunktionen sind untereinander kombinier- und individuell einstellbar. Nachdem der Benutzer sich für eine Veranstaltung entschieden hat, kann er die Veranstaltung aufrufen und weitere Details erfahren. Neben den Basisinformationen, wie Datum, Uhrzeit, Preis, Ort und Sparte kann er nun z. B. sehen, welche Künstler auf der Veranstaltung spielen, sich einen Veranstaltungsflyer ansehen oder sich durch die Profile der Künstler (siehe Profile) inspirieren lassen.





Um Veranstaltungen hervorzuheben, besteht die Möglichkeit diese im Header des Veranstaltungskalenders anzuzeigen. In einer Slideshow (ständig wechselnde Bilder) lassen sich so mehrere Veranstaltungen präsentieren. Dadurch werden sie schneller wahrgenommen als die Veranstaltungen in der Listenansicht. Dieses Modul ist auch für das Schalten von Werbung nutzbar (siehe Werbung schalten). Optional besteht die Möglichkeit, Events sowohl von Facebook zu importieren, als auch direkt in Facebook einzustellen. Somit können automatisch mit einer weiteren Plattform Termine ausgetauscht und veröffentlicht werden.



## Landkarte über Veranstaltungsorte/Events:

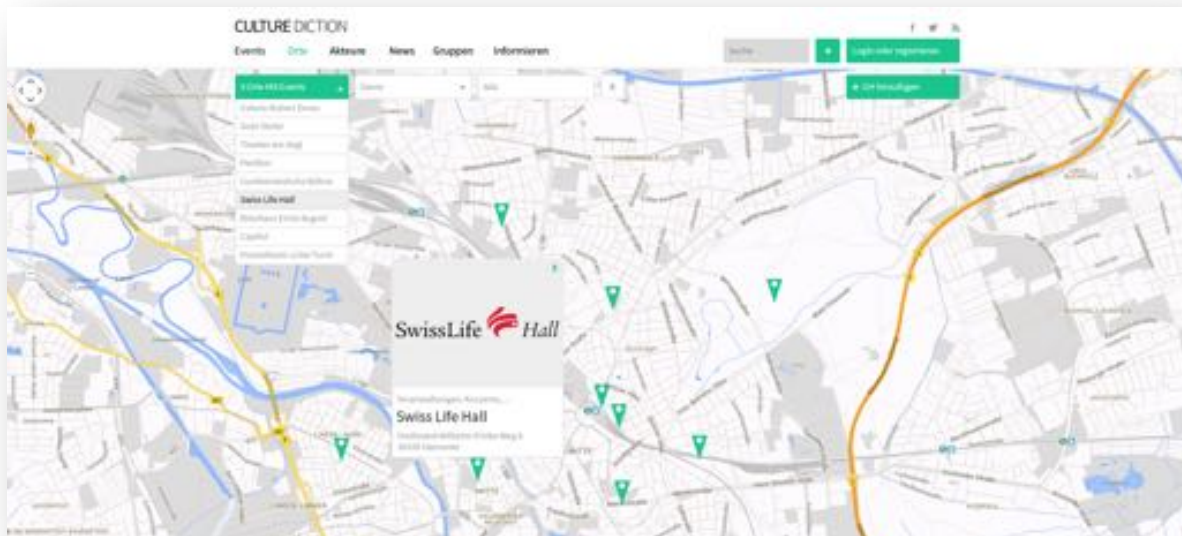


Abb. 3: Ansicht Veranstaltungsorte

Die Event-Landkarte bildet alle eingetragenen (Veranstaltungs-)Orte einer Stadt oder Region auf einer Landkarte ab. So kann der Nutzer sich schnell eine Übersicht über die Angebote schaffen. Durch Filtermöglichkeiten lassen sich Orte gezielt suchen oder beispielsweise „nur Orte mit eingetragenen Events“ darstellen. Weitere Filtermöglichkeiten lassen sich auch im Nachhinein noch hinzufügen, z. B. wenn nur bestimmte Regionen angezeigt werden sollen oder weitere Auswahlkategorien (wie z. B. Unterkünfte, kulinarische Angebote, Tourist Informationen) hinzukommen. Die Basis der Karte ist GoogleMaps.



## Profile:

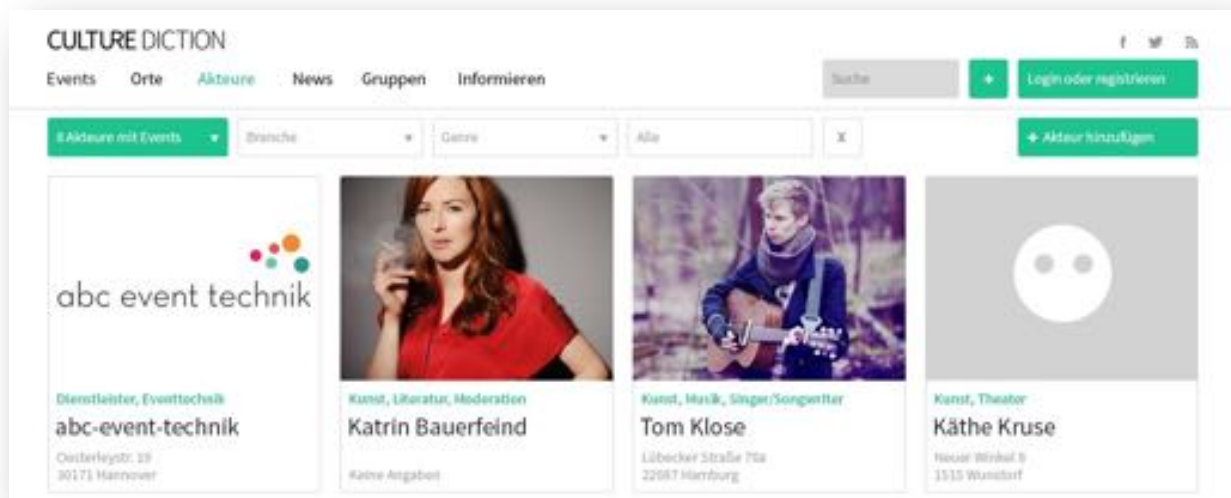


Abb. 4: Übersicht Profile

Die Profile sind das weitere Herzstück der Plattform. Hier können sich sowohl Kulturinteressierte, Kulturanbieter, Kulturakteure und Dienstleister anmelden. Für Kulturinteressierte besteht die Möglichkeit, Angebote oder Profile auszuwählen, über die sie anschließend automatisch per E-Mail informiert zu werden. So können z. B. Neuigkeiten eines Künstlers abonniert werden. Außerdem können Nutzer sich zu einer Veranstaltung anmelden und entweder selbst eine Fahrmöglichkeit anbieten oder mit einer vorhandenen Mitfahrmöglichkeit Kontakt aufnehmen (siehe Mitfahrerservice). Kulturanbieter (Museen, Konzerthäuser, Theater, Musikschulen, Galerien usw.) können durch eine Anmeldung selbst Veranstaltungen in den Kalender eintragen, eingetragene Künstler der Veranstaltung zuordnen und sehen, wie viele Personen sich bereits angemeldet haben. Diese Funktion kann Veranstaltern dabei helfen, einen Überblick über die zu erwartende Personenanzahl zu bekommen. Kulturakteure, wie z. B. Künstler, bekommen durch ihre Anmeldung die Möglichkeit, sich durch die Erstellung eines Profils der Öffentlichkeit zu präsentieren und über Ihre Tätigkeit zu informieren indem sie Videos einbetten, Musik präsentieren und Fotos zeigen. Auch Dienstleister (z. B. Grafiker, Programmierer, Kulturmanager, Sounddesigner, Bühnentechniker, Kunsthandwerker, regionale Produzenten oder Caterer) können durch eine Anmeldung auf sich aufmerksam machen und mit Veranstalter in Kontakt treten (suche-biete-Funktion).



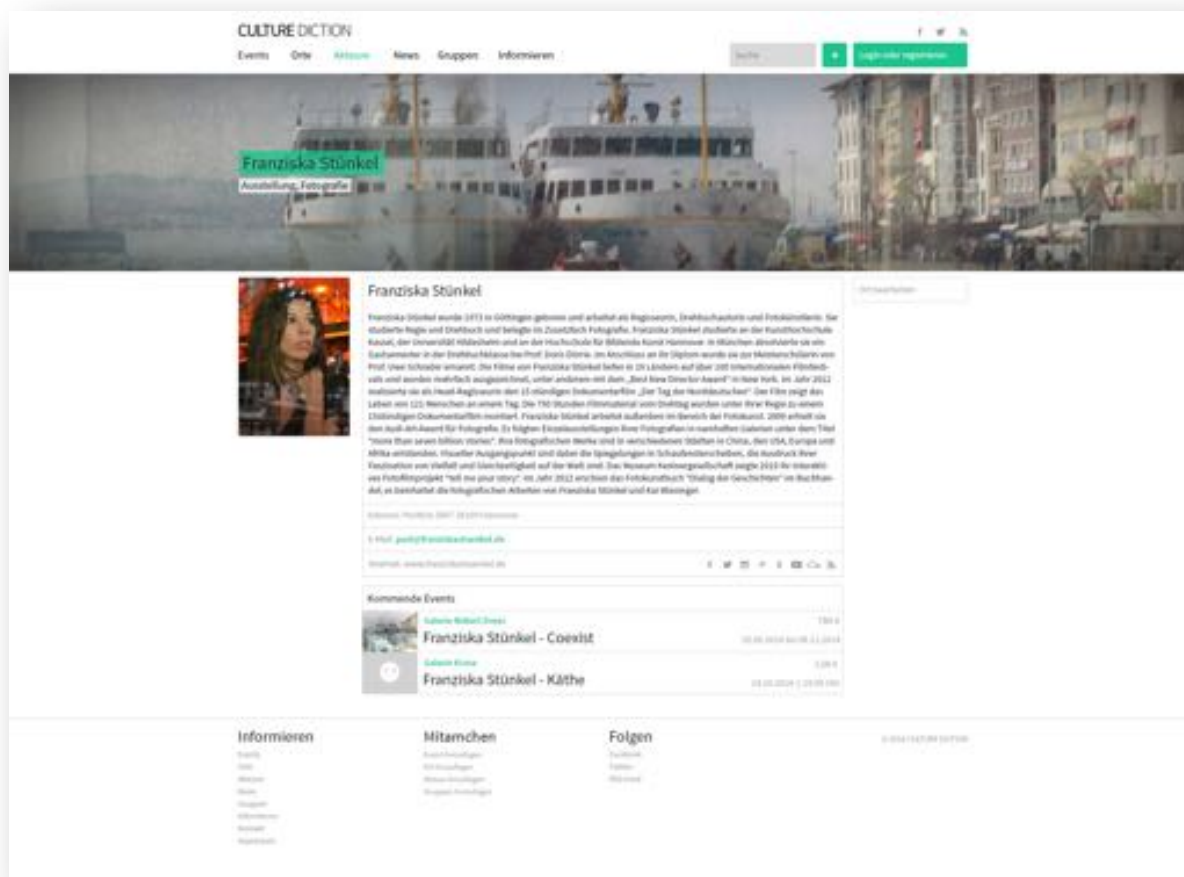


Abb. 5: Detailsicht Profil

## Mitfahrservice:

Unter jeder eingetragenen Veranstaltung können sich interessierte Besucher zur Teilnahme anmelden. Durch diese Anmeldung kann der Veranstalter in Echtzeit mitverfolgen, wie viele Besucher seine Veranstaltung voraussichtlich besuchen werden.

Für den potentiellen Besucher bewirkt die Anmeldung zu einer Veranstaltung die Möglichkeit, den Mitfahrservice in Anspruch zu nehmen. Als Fahrer kann er selbst eine Mitfahrgelegenheit anbieten, als Mitfahrer ein Gesuch aufgeben oder einen Fahrer kontaktieren. Ziel dieser Funktion ist es, bei weiten Wegen die Kosten für einen Kulturbesuch durch eine gemeinsame Fahrt zu teilen oder überhaupt eine Erreichbarkeit zu schaffen, wenn der öffentliche Nahverkehr (ÖPNV) keine geeignete Verbindung bietet. Eine gemeinsame Fahrt wird darüber hinaus zu einem gemeinsamen Kulturerlebnis und neuen Kontakten führen.

Der Mitfahrservice funktioniert ganz einfach. Benutzer können jederzeit für eine Veranstaltung eine Fahrt anbieten indem sie Abfahrtsort oder Fahrziel sowie Uhrzeiten und Kontaktdaten eintragen. Diese Funktion entspricht im Wesentlichen den klassischen Mitfahrgelegenheitsangeboten aus an-



deren Portalen, der Vorteil ist, dass kein zusätzliches Portal besucht werden muss und die Fahrgelegenheiten direkt auf konkrete Veranstaltungen abgestimmt sind.

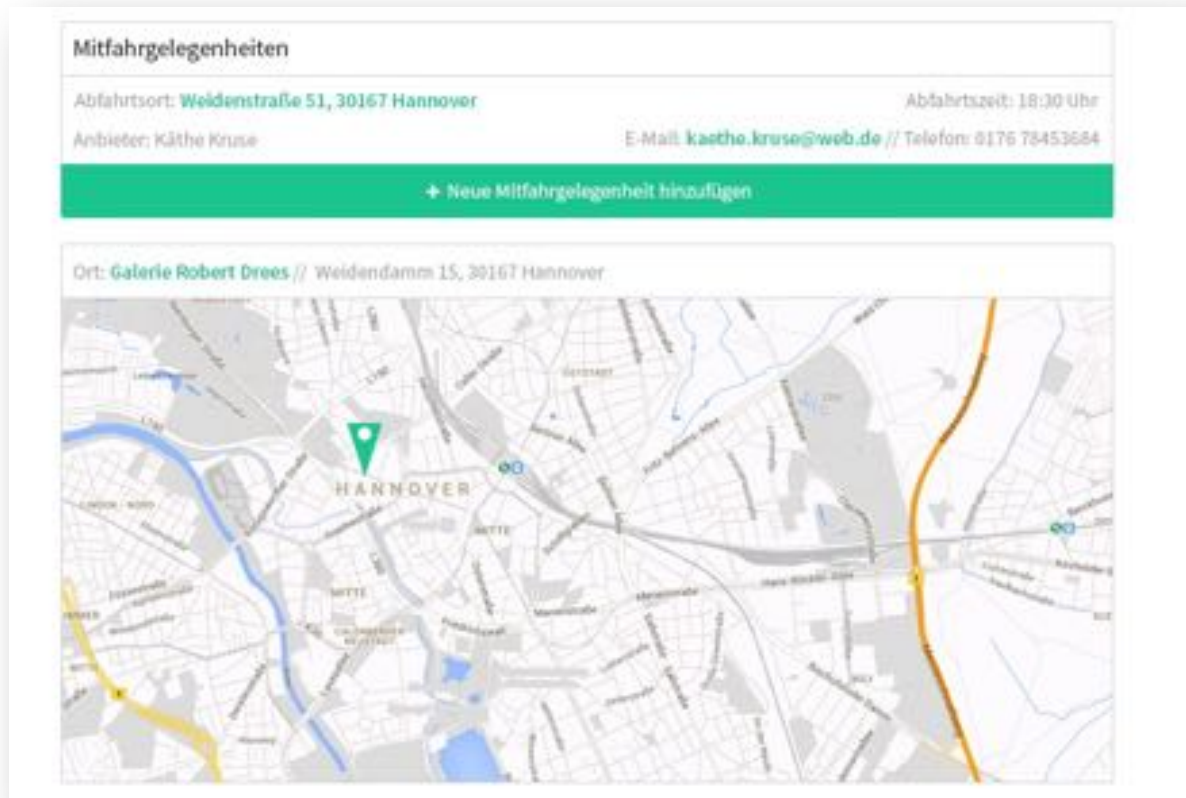


Abb. 6: Ansicht Mitfahrservice

## Kulturbörse:

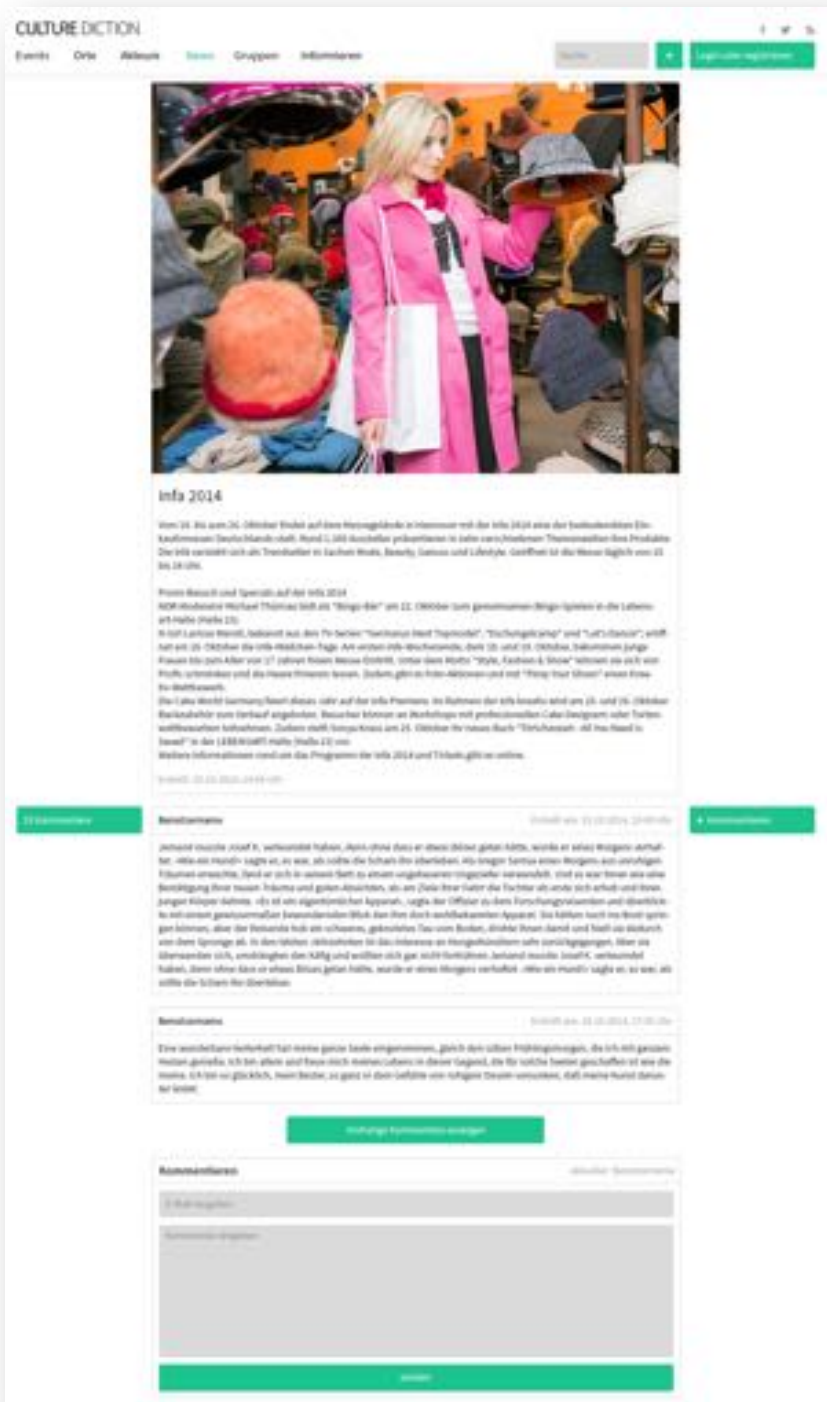
Die Kulturbörse ist für alle Interessierten offen. Sie dient der gemeinsamen Planung von Veranstaltungen oder Kulturprojekten und zur Suche von Kooperationspartnern. Die Börse ist für jeden angemeldeten Nutzer zugänglich und nutzbar. Die Kulturbörse ist in Form von Gruppen organisiert. Gründer einer Kulturbörsen-Gruppe bekommen besondere Rechte (Benutzerrolle Moderator). Sie können eine gegründete Gruppe entweder für alle angemeldeten Benutzer öffnen oder sie nur für eine bestimmte Auswahl von Benutzern zugänglich machen. Der Moderator kann die Gruppe zu dem steuern und veraltete oder fehlerhafte Beiträge löschen.



## „Nachrichten aus der Region“ und „Kulturreportagen“:

Diese Funktion entspricht im Wesentlichen einem Blog. Sie dient den Betreibern der *Kommunikationsplattform Kultur* als Möglichkeit, redaktionellen Beiträge über Künstler, Kulturprojekte und -institutionen sowie andere regionale Themen zu publizieren. Kulturinteressierte bekommen über diese Funktion spannende kulturelle Neuigkeiten sowie die Möglichkeit diese zu kommentieren

oder ein Feedback abzugeben. Dadurch kann eine unzureichende Kulturbereichterstattung in den Medien ergänzt werden und die Interaktion zwischen Kulturanbietern und Kulturinteressierten wird gestärkt. Die Nachrichten lassen sich auch als RSS Feed oder E-Mail-Newsletter abonnieren.





## Werbung schalten:

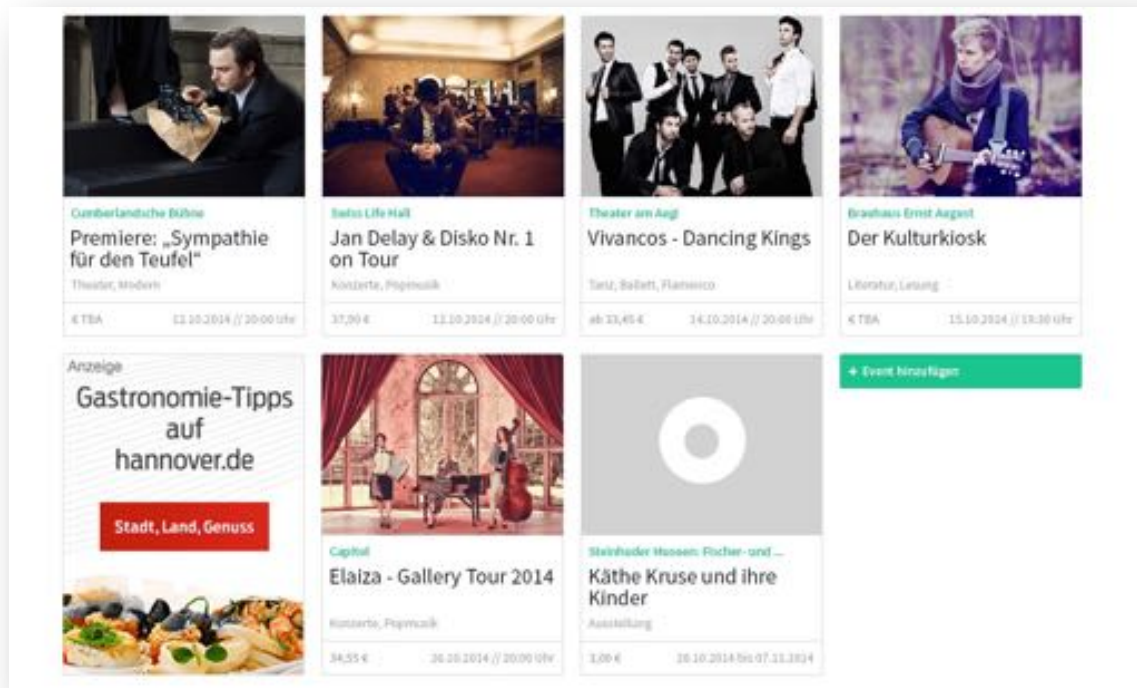


Abb. 6: Ansicht Mitfahrerservice

Der Kultur-Event-Kalender lässt sich nach Wunsch auch mit Werbung bestücken. Zum Einen lassen sich so weitere Kultur-„Highlight“ setzen (Veranstaltungen werden hervorgehoben), zum Anderen kann die Plattform so Werbeeinnahmen generieren. Werbung kann je nach Wunsch an verschiedenen „Freistellen“ der Plattform platziert werden.

Durch Rollenprofile lässt sich ein Zugang für externe Dienstleister einrichten, der die Verwaltung der Werbung ermöglicht, ohne Zugang zu anderen Inhalten der Plattform zu bekommen.

## Benutzerrollen:

Die gesamte Plattform lässt sich im Administrationsbereich in seinen Rechten verwalten. Das heißt, es gibt verschiedene Rollen, die nur einen Teilzugang zu bestimmten Inhalten ermöglichen. Somit können externe Personen z. B. mit der Verwaltung der Werbung beauftragt werden, mit dem Verfassen von Blogbeiträgen oder Einstellen von Veranstaltungen, ohne weitere Inhalte der Plattform verändern zu können. Für folgende Bereiche ist die Rechteverwaltung möglich:

- Global Admin
- Event-Admin
- Benutzer-Admin
- Börsen-Admin
- Blog-Admin
- Werbe-Admin



## Benutzerhandbuch:

Die Software wird mit einem Benutzerhandbuch im PDF-Format geliefert.

## 2. Benutzerspezifische Anpassungen:

### 2.1 Infoseiten:

Um Benutzern Informationen über den Hintergründe zur Plattform zu liefern, werden sogenannte Infoseiten erstellt. Beispiele hierfür können z. B. Seiten wie „Über“, „Team/Kontakt“, „Netzwerk, Projekte“ und/oder „Links“ sein. Unter „Über“ werden beispielweise Hintergrundinformationen zur Plattform eingestellt, unter „Team/Kontakt“ können Personen mit Fotos und Funktion sowie das „Netzwerk“ und „weiterführende Links“ vorgestellt werden. Info- und Serviceseiten sind statische Seiten, die in Absprache mit dem Auftraggeber geplant und umgesetzt werden. Diese Seiten dienen dem Besucher der Plattform als reine Informationsseiten und bieten keine Interaktionsmöglichkeiten. Neben Texten können hier auch Links, Videos und Bilder eingebunden und Dokumente zum Download zur Verfügung gestellt werden.

### 2.2 Anpassungen Design:

Die Plattform lässt sich optisch an ein gewünschtes Design anpassen. Das kann z. B. die Corporate Identity des Auftraggebers sein. Die Anpassungen beinhalten u. a. Farben und Schriften, das Einfügen gewünschter Logos und Hintergrundbilder. Selbstverständlich kann auch ein eigenes Corporate Design für die Plattform erstellt werden, d. h. der Auftragnehmer erstellt gemeinsam mit dem Auftraggeber ein eigenständiges Aussehen, individuell auf die Bedürfnisse angepasst. Die Erstellung eines neuen Corporate Designs oder strukturelle Anpassungen der Oberflächen werden gesondert berechnet.

### 2.3 Technische Konzeption und Umsetzung inkl. Workshop:

In einem eintägigen Workshop – der Ort wird vom Auftraggeber festgelegt – werden die technischen Anforderungen wie z. B. die Auswahl der Genres und Untergenres (für Kultursparten, Orte und Akteure), Definition und Aufbau des Forums, Anbindungen von Social-Media-Kanälen wie (Facebook, Twitter, etc.) sowie das Einpflegen von Inhalten erläutert und spezifiziert. Im Rahmen des Workshops werden ebenfalls die gewünschten Erweiterungen aus Punkt 1.2.2 geplant. Auf der Grundlage der Workshopergebnisse (Protokoll) werden die Anforderungen anschließend umgesetzt. Sollten weitere Pakete aus 1.2.2 hinzukommen, kann sich der Aufwand für die nötige Detailplanung (weitere Workshops oder Besprechungen) erhöhen. Dieser wird ebenfalls separat berechnet.



## 2.4 Responsive Design:

Das Layout der Plattform ist so flexibel gestaltet, dass Nutzer auf allen gängigen Geräten – darunter Computer/Laptop, Tablet und Smartphone – trotz unterschiedlicher Größen und Bildschirmauflösungen von der gleichen Qualität und Benutzerfreundlichkeit profitieren und der Inhalt gänzlich und schnell vom Besucher aufgenommen werden kann.

## 2.5 Barrierefreiheit nach BITV:

Das Portal kann grundsätzlich nach der Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung - BITV 2.0) barrierefrei gestaltet werden. In komplexen Menüs wie beispielsweise im Forum ist eine Barrierefreiheit jedoch niemals zu 100 Prozent zu gewährleisten.

## 3. Zusatzpakete:

Die Zusatzpakete stellen optionale Erweiterungsmöglichkeiten dar. Sie müssen jeweils vor der Beauftragung und Durchführung mit dem Auftraggeber geprüft und hinsichtlich der jeweiligen Bedürfnisse konkretisiert werden.

### 3.1 Planungskalender:

Der Planungskalender dient Veranstaltern und Betreibern der Plattform als Planungstool für ihre Events. Hier können einerseits überregionale Termine wie Großveranstaltungen (Fußballspiele, TV-Events etc.) und Landesveranstaltungen (Lutherjubiläum, Tourismusmesse etc.) eingetragen werden. Andererseits zeigt der Planungskalender die Veranstaltungsdichte (Anzahl der Events) an einem Tag oder in einem Zeitraum über ein Farbschema (z. B. rot = sehr viele Veranstaltungen oder grün = noch sehr wenige Veranstaltungen) an. Der Planungskalender übernimmt automatisch die freigegebenen Veranstaltungsdaten des öffentlichen Veranstaltungskalenders und ermöglicht das Eintragen von Veranstaltungen zu Planungszwecken, d. h. Veranstaltungen sind nur für einen internen Kreis sichtbar. Diese können dann mit der „veröffentlichen“ Funktion im öffentlichen Kalender freigeschaltet werden.

### 3.2 Automatisierte Druckfunktion:

Über diese Funktion lassen sich per Knopfdruck die Veranstaltungsdaten für einen bestimmten Zeitraum als Druckdaten (PDF) ausgeben. Dies kann z. B. für den Druck von Flyern, Programmheften und Printkalendern genutzt werden. Für die Darstellung der Druckdaten muss in Absprache mit dem Auftraggeber ein druckfähiges Layout erstellt werden.



### 3.3 Mehrsprachigkeit:

Die *Kommunikationsplattform Kultur* lässt sich optional mehrsprachig ausgeben. Für fremdsprachige Besucher können von der Redaktion relevante Inhalte in verschiedenen Sprachen veröffentlicht sowie auch verwaltet werden. Ausgehend von der jeweiligen Basissprache können mit Hilfe eines Plug-Ins beliebige Sprachen für die Plattform hinterlegt werden. Im Anschluss werden dann die textlichen Inhalte der Basissprache in die gewünschten Zielsprachen übersetzt.

### 3.4 Shopsystem:

Um Produzenten aus der Kreativ- und regionalen Landwirtschaft eine Plattform zu geben, bietet die *Kommunikationsplattform Kultur* die Erweiterung eines „Webshops“ an. So können beispielsweise Handwerksprodukte, Kunst, Mode und regionale Kulinarik vorstellen und über die Plattform vertreiben. Der Webshop erweitert das Content Management System um vielseitige Shopfunktionen. Der Webshop erfüllt alle Anforderungen, die an eine moderne E-Commerce Lösung gestellt werden. So können Produktbeschreibungen, Bilder oder PDF-Dokumente sowohl in der Artikelansicht des Onlineshops, als auch auf einer CMS-basierten Informationsseite verwendet werden. Über ein Rechtesystem kann so jeder angemeldete Benutzer seinen eigenen Webshop betreiben.

### 3.5 Einbindung von externen Diensten:

In das System der Plattform können bei Bedarf jederzeit externe Dienste eingebunden werden. So kann beispielweise eine Schnittstelle zu Facebook integriert werden, die automatisch auf der Plattform eingetragene Veranstaltungen auf Facebook veröffentlicht und umgekehrt (auf Facebook eingestellte Veranstaltungen werden auf die Kommunikationsplattform importiert.) Außerdem könnte eine Schnittstelle zu Youtube, Instagram und/oder Soundcloud Künstlern ermöglichen, Songs/Audiomittschnitte, Bilder und/oder Videos auf Ihrem Profil einzubinden. So kann ein Kulturinteressent den Künstler direkt „hören“ und „sehen“.

Auch die Einbindung von Crowdfunding-Kampagnen zur Vorstellung von Projekten und Finden von Unterstützern ist möglich.

### 3.6 E-Mail Newsletter und „Künstler abonnieren“:

Die Plattform bietet optional die Möglichkeit, Neuigkeiten eines Künstlers zu „abonnieren“. Wenn der Kulturinteressierte einen Künstler „abonniert“ bekommt er eine E-Mail zugeschickt, wann z. B. ein neues Konzert des abonnierten Künstlers stattfindet. Ebenfalls wenn dieser beispielsweise ein neues Video hochgeladen hat. Über die Abo-Funktion wird die Kommunikation zwischen Kulturproduzent und Konsument direkter.



## Kosten

Leistungen (einmalige Kosten)		Preise	Einheit /Tage
<b>1.</b>	<b>Lizenzkosten</b>		
	Softwarelizenz Kommunikationsplattform Kultur	6.722,00 €	pauschal
<b>2.</b>	<b>Kosten für Anpassungen</b>		
a.	Designanpassungen	640,00 €	1
b.	Technische Konzeption und Umsetzung inkl. Workshop*	1.920,00 €	3
c.	Individuelle Infoseiten (optional)	1.280,00 €	2
d.	Zusatzservices wie Job- und Ehrenamtsbörsen	1.280,00 €	2
e.	Responsive Design	640,00 €	1
f.	Barrierefreiheit nach BITV (optional)	2.560,00 €	4
Leistungen (monatliche Kosten)		Preise	Einheit /Tage
	Hostingkosten	80,00 €	pauschal
	Service und Wartung	240,00 €	pauschal

\*ggf. zzgl. Fahrtkosten zum Auftraggeber



## Vergütungen und Zahlungsbedingungen

Die Knispel Beratungs- und Projekt GmbH wird anhand des oben genannten Angebots entsprechende Rechnungen stellen.

Rechnungen sind zahlbar innerhalb von 10 Tagen.

Die unter *Kosten* beschriebenen Leistungen werden fällig wie folgt:

- 50 % bei Auftragsbestätigung
- 50 % bei Lieferung

**Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.**



## **Musterangebot für die Softwarelizenz und Anpassung der *Kommunikationsplattform Kultur***

---

zwischen

**Musterstadt**  
Fachbereich Kultur  
Musterstraße 12  
D-00000 Musterstadt

- nachfolgend „Auftraggeber“ oder „AG“ -

und

**Knispel Beratungs- und Projekt GmbH**  
Kienitzer Straße 107  
D-12049 Berlin

- nachfolgend „Knispel GmbH“, „Auftragnehmer“ oder „AN“ -

- Knispel Beratungs- und Projekt GmbH und der Auftraggeber,  
nachfolgend einzeln oder gemeinsam  
„die Vertragspartner“ -

Projekt:	<b>Kommunikationsplattform Kultur</b>
Verantwortlich (Auftraggeber):	Frau Mustermann
Verantwortlich (Auftragnehmer):	Herr Benjamin Knispel
Tel.:	+49 30 91520333
Mobil:	+49 151 54765153
E-Mail:	bk@cultureduction.de
Angebotsnummer:	141016
Datum:	29.11.2014



# 1 Vertragsgegenstand

## 1.1 Hintergrund

Der AG wünscht die Nutzung der Software *Kommunikationsplattform Kultur* sowie regionalspezifische Anpassungen. Das Angebot basiert auf dem beiliegenden Konzept (s. Produktkatalog\_Kommunikationsplattform\_Kultur\_Komplettpaket.pdf). Im Folgenden werden die Leistungen des AN beschrieben.

## 1.2 Leistungsangebot

Angeboten wird ein Komplettservice, der sich aus folgenden Leistungspositionen zusammensetzt.

### 1.2.1 Lizenz *Kommunikationsplattform Kultur*

Gegenstand der Lizenz ist die Überlassung der Software *Kommunikationsplattform Kultur*. Die Programmspezifikationen sind im beigefügten Produktkatalog\_Kommunikationsplattform\_Kultur\_Komplettpaket.pdf. beschrieben. Bei den Lizenzkosten handelt es sich um einmalige Kosten, die zum Betreiben der Software für die Musterstadt gelten.

### 1.2.2 Anpassungen Design

Das Design der Oberflächen wird auf die (CI) Corporate Identity des Kreises Höxter angepasst. Dies beinhaltet Farbanpassungen, das Einfügen gewünschter Logos und möglicher Hintergrundbilder. Sollten strukturelle Anpassungen der Oberflächen gewünscht sein, werden diese gesondert berechnet.

### 1.2.3 Technische Konzeption und Umsetzung inkl. Workshop

In einem Workshop vor Ort beim AG werden die technischen Anforderungen, wie z.B. die Auswahl der Genres und Untergenres (für Kultursparten, Orte und Akteure), Definition und Aufbau des Forums, Anbindungen von Social Media Kanälen wie Facebook, Twitter, etc. sowie das Einpflegen von Inhalten erarbeitet und spezifiziert. An dem Workshop-Tag werden ebenfalls die gewünschten Erweiterungen aus Punkt 1.2.4 geplant. Auf Basis der Ergebnisse werden die Anforderungen umgesetzt.

### 1.2.4 Gewünschte Erweiterungen: Service und Infoseiten

Folgende Menüerweiterungen werden umgesetzt:

- Infoseiten
  - o Über
  - o Team/Kontakt
  - o Netzwerk
  - o Projekte





- Service/Infoseiten, mit diversen Unterpunkten, z.B.:
  - o Förderung/Finanzierung
  - o Börse für Kultur- und Ehrenamtsinteressierte
  - o Jobbörse
  - o Links

### 1.2.5 Responsive Design

Hierbei wird das Layout der Plattform so flexibel gestaltet, dass dieses auf dem PC, Tablet und Smartphone trotz unterschiedlicher Auflösungen eine gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit bietet und der Inhalt gänzlich und schnell vom Besucher aufgenommen werden kann.

### 1.2.6 Barrierefreiheit nach BITV

Das Portal wird grundsätzlich barrierefrei zugänglich sein. Hierbei werden die Regeln der Barrierefreien Informationstechnik-Verordnung weitestgehend eingehalten. In komplexen Menüs, wie beispielsweise im Forum ist dies nicht zu 100% zu gewährleisten.

### 1.2.7 Monatlicher Service und Wartung

Der AN übernimmt die Pflege aller die Plattform betreffenden Anwendungen und Services. Dies beinhaltet insbesondere Softwarewartung inklusive Updates und Upgrades, sowie den persönlichen Support (via E-Mail oder Telefon) bei Fragen rund um die Anwendung. Erweiterungen der Anwendung sind nicht Bestandteil des Servicevertrags sondern werden gesondert berechnet. Dies beinhaltet z.B. die Entwicklung neuer Funktionalitäten.

### 1.2.8 Hosting

Der AN bietet die Bereitstellung der kompletten Infrastruktur inklusive Hosting an. Dies wird in einer monatlichen Pauschale abgegolten. Hierbei handelt es sich um einen Vertrag, der auf unbestimmte Zeit geschlossen wird. Er verlängert sich automatisch von Jahr zu Jahr und kann mit einer Frist von 3 Monaten zum Enddatum einer Periode von beiden Parteien gekündigt werden.

## 1.3 Lieferzeit

Die Lieferzeit wird nach Beauftragung zusammen mit dem AG abgestimmt.

