

Anhang 14:

## Vorschläge für konkrete Maßnahmen

### Rahmenbedingungen

#### **Maßnahme 1:**

Mindestens einmal im Jahr sollte ein reiner Kulturausschuss tagen, in dem sowohl die Kulturpolitischen Entwicklungen auf der Agenda stehen als auch die Zukunft der städtischen Kulturlandschaft untersucht wird. Zudem ist es sinnvoll, Förderprinzipien im Hinblick auf das Kulturpublikum anzupassen.

#### **Maßnahme 2:**

Einführung eines Kulturbeirats

Als fachliches Gremium hat ein von den Kultursparten vorgeschlagener und von der Stadt ernannter Kulturbeirat die Aufgabe, die Kulturschaffenden zu vernetzen, konzeptionell die Kultur mit neuen Ideen zu befruchten, den zuständigen Ratsausschuss zu beraten und die Interessen der Kultur gegenüber der Stadt zu vertreten. Die Mitglieder haben eine begrenzte Amtszeit und werden nicht alle gleichzeitig neu ernannt, damit der Wissenstransfer gewährleistet ist.

#### **Maßnahme 3:**

Da qualifiziertes Kulturpersonal oft fehlt und für Projekte und Ereignisse eingekauft werden muss, wäre es sinnvoll, Unterkünfte (Kulturresidenzen) einzurichten, in denen die Fachleute für Projektzeiträume leben und arbeiten können. Voraussichtlich lässt sich so kostengünstiger professionelles Personal einbinden.

### Zielgruppe

#### **Maßnahme 4:**

Die Auseinandersetzung mit der Zielgruppenthematik ist konstantes Prinzip einer erfolgreichen Kulturvermarktung und -vermittlung. In regelmäßigen Abständen sollten Praxiswerkstätten abgehalten werden, in denen unter qualifizierter Begleitung die Kulturakteure ihr eigenes Profil mit der Ausrichtung auf die Wunschzielgruppe bearbeiten können.

### Qualifizierung

#### **Maßnahme 5:**

Kultur im ländlichen Raum ist Angelegenheit vieler - Tourismus, Kirchen, unterschiedliche Bereiche der Stadtverwaltung, Wirtschaft/Einzelhandel und der Kulturakteure. Viele Veranstaltungen werden Hand in Hand geplant ohne Zuständigkeiten in Frage zu stellen. Dieser Schulterschluss ist eine geeignete Ausgangslage um eine breit aufgestellte und langfristige Trägerstruktur für die Unterstützung ländlichen Kulturengagements zu gründen. Eine Trägerstruktur könnte als Verein, Kulturgenossenschaft oder als gemeinnützige GmbH angelegt werden.

Die Kulturentwicklungsplanung hat gezeigt, dass die Kulturlandschaft vornehmlich Unterstützung in Form von Beratung, professioneller Kompetenzen und Qualifizierung in Form von direk-

tem Coaching benötigt. Ressourcen in Form von Räumen und Geldmitteln sind nur sehr bedingt von Interesse.

Um die hauptsächlich ehrenamtliche Kulturlandschaft zu unterstützen bedarf es zeitlicher Kapazitäten und professioneller Kompetenzen, die bestenfalls im Gespräch oder der Zusammenarbeit an die Kulturakteure vermittelt werden können. Auch Vernetzung und Kooperationen gelingen meist, wenn sie von zentraler Stelle organisiert und begleitet werden.

Als städtische Maßnahme ist es sinnvoll, eine Person mit entsprechend fachlichem Hintergrund einzusetzen, die sowohl in der Lage ist, Beratungsangebot direkt bei den Vereinen vor Ort anzubieten als auch einen festen Ort und Zeiten hat, an dem sie aufgesucht werden kann. Darüber hinaus bedarf es eines Budgets, über das Fachpersonal für verschiedene Sparten eingesetzt werden oder Equipment zur Verfügung gestellt werden kann.

Als Maßnahme im regionalen Kontext könnte die Maßnahme von einem Beirat begleitet werden, der aus allen beteiligten Kommunen und Bereichen Vertreter entsendet und so einen Informationsaustausch gewährleistet und eine Steuerungsfunktion besitzt.

## **Zusammenarbeit / Kommunikation**

### **Maßnahme 6:**

Die Zusammenarbeit von Kultur und Tourismus sollte verstärkt werden, um dem wachsenden Markt der Kulturtouristen begegnen zu können. Hilfreich wäre eine Untersuchung, welche und wie viele Touristen zu einem kulturaffinen Publikum gehören und welcher Typ Kulturtourist diese sind. In einem weiteren Schritt könnten Kulturakteure gezielt angesprochen werden, ihr Angebot hinsichtlich der Bedürfnisse der Kulturtouristen zu bearbeiten. In einem ersten Schritt sollten die vorhandenen touristisch wirksamen Kulturangebote vernetzt und u.a. durch entsprechendes Marketing seitens der Tourismusorganisationen gestärkt werden.

### **Maßnahme 7:**

Viele Veranstaltungskalender existieren parallel, über die Stadtgebiete hinaus gibt es kaum einen Austausch von Terminen. Eine gemeinsame Datenbank kann dieses Dilemma lösen und eröffnet zudem die Möglichkeit der Vernetzung über die Stadtgebiete hinaus. Mit einer entsprechenden Filterfunktion könnten zudem zentrale Stellen auch Printversionen für ein weniger Internet-affines Publikum auslegen.

### **Maßnahme 8:**

Für den Hochsauerlandkreis wäre es hilfreich, eine Datenbank mit allen Kulturschaffenden anzulegen.

Aktuelle Datenbanken mit allen Kulturschaffenden und zusätzlichen Servicesparten sind eine wichtige Hilfestellung für Kulturarbeit und Vernetzung. Sie sollten daher für alle innerlich zusammenhängenden Bereiche zur Verfügung stehen.

### **Maßnahme 9:**

Für Kinder gibt es eine große Anzahl an kulturellen Angeboten. Um Kindern die Möglichkeit zu geben, dieses Angebot entsprechend ihrer Wünsche und Talente zu nutzen, wäre es sinnvoll eine Übersicht aller Angebote anzulegen. Diese Übersicht sollte vor allem für Eltern und Großeltern zugänglich sein. Zudem sollten mobile Angebote, die auch die Ortschaften mit Versorgungsfunktion einbeziehen, besonders gestärkt werden.

Die Angebotsvielfalt für Jugendliche ist weitaus unübersichtlicher und beinhaltet die Schwierigkeit der adäquaten Aufbereitung bzw. die adäquate Nutzung von Ansprachekanälen.

Um Angebote für Jugendliche zu kommunizieren und die kulturellen Interessen der Jugendlichen zu erforschen, sollten Dialogveranstaltungen mit Jugendlichen und Kulturvereinen angesetzt werden. Die Vereine könnten so direkter Adressat der Wünsche von Jugendlichen werden und ggf. in ihrem Verein Angebote mit Jugendlichen für Jugendliche entwickeln.

**Maßnahme 10:**

Um dem eher schlechten Image ländlicher Kultur entgegenzuwirken und einen höheren Wiedererkennungswert für Kultur zu schaffen, sollte ein Corporate Design für Kultur eingeführt werden. Über die Erstellung von Vorlagen für Flyer, Plakate und andere Printprodukte könnte so auch den weniger computer- und grafikaffinen Vereinen eine Möglichkeit für die Verbesserung ihrer Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung gestellt werden.