

Nadine Rousseau | Christoph Haupt

Kulturentwicklungsplanung im **ländlichen** Raum

Ein interkommunales Modellprojekt der
Städte Schmallebenberg und Bad Berleburg

**Miteinander
die Zukunft der Kultur
gestalten**

Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum

Ein interkommunales Modellprojekt der Städte Schmallingenberg und Bad Berleburg

Autoren:

Nadine Rousseau
Christoph Haupt

Stadt Schmallingenberg
Unterm Werth 1
57392 Schmallingenberg
www.schmallingenberg.de



Satz und Layout:

embe consult gmbh
Im Gunzetal 16
57319 Bad Berleburg
www.embe-consult.de

Stadt Bad Berleburg
Poststraße 42
57319 Bad Berleburg
www.bad.berleburg.de



Fotos:

Ron Allen Photography
Poststraße 2
57319 Bad Berleburg
www.ronallen-fotos.com

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen



Inhaltsverzeichnis

Vorworte	4	4 Praxis und Reflexion	68
Einleitung	7	4.1 Website www.kultur-ausblick.de	72
1 Kontext	8	4.2 Impulsworkshop	73
1.1 Genese des Modellprojekts	8	4.3 Qualifizierung Zielgruppe: Einführung und Praxiswerkstatt	75
1.2 Profile der Städte Schmallingenberg und Bad Berleburg	9	4.4 Entwicklung von Museumskonzepten und Qualifikation von Museumsführern	76
1.3 Kulturpolitischer Rahmen der Kulturentwicklungsplanung	10	4.5 Chorpräsentation: Form und Inhalt neu denken	80
1.4 Entwicklungsleitbilder der Städte	12	4.6 Jugendbeteiligung: Jugendforum und Jugendpilortreise nach Wimereux	80
2 Bestandsaufnahme	16	4.7 Theater vernetzt?!	82
2.1 Vorgehen	16	4.8 Bundesfreiwilligendienst Kultur und Bildung	83
2.2 Potenzielle Kulturnutzer	20	4.9 Kooperationen zwischen Kulturvereinen und Schule – außerschulische Lernorte, Heimatkunde im Unterricht	84
2.3 Kulturlandschaft	24	5 Empfehlungen / Strategische Ziele	86
2.4 Qualitative Beschreibung: Ergebnisse der Befragung	48	6 Zusammenfassung	90
3 Analyse der erhobenen Problemlagen	53	Literaturverzeichnis	92
3.1 Rahmenbedingungen	53	Abbildungsverzeichnis	95
3.2 Operative Akteure	56	Anhang (auf www.kultur-ausblick.de)	96
3.3 Zielgruppe: kulturelles Angebot vs. Zielgruppen	58	Autoren	97
3.4 Ressourcen	62		

Miteinander **die Zukunft der Kultur** gestalten

Grußwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

Bad Berleburg und Schmallenberg gehören zu den fünf flächengrößten Städten in Nordrhein-Westfalen. Wie viele andere deutsche Städte befinden sie sich in einem tiefgreifenden demographischen Veränderungsprozess. Das bedeutet auch eine Herausforderung für ein bedarfsgerechtes Angebot im Bereich der kulturellen Bildung. Ich freue mich deshalb sehr über die Bereitschaft der Räte und Verwaltungen der beiden Nachbarstädte, diesen Veränderungsprozess gemeinsam mit den überwiegend ehrenamtlichen lokalen Akteuren aus Kunst und Kultur gestalten zu wollen.

Dieses Modellprojekt einer gemeinsamen Kulturentwicklung hat für Kunst und Kultur im ländlichen Raum zwei Dinge verdeutlicht: Es kann hier ein beachtliches, spannendes Kulturangebot geben. Und ein vor Ort entwickeltes Angebot prägt das Lebensumfeld entscheidend mit. Ein gutes Kulturangebot ist ein wichtiger Standortfaktor. Es hält Menschen im Ort, wenn für Alt und Jung Attraktives geboten wird – und es stärkt das Miteinander und den gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Dieses Modellprojekt kann mit seinen Erfahrungen und Vorschlägen dazu beitragen, die kulturelle Infrastruktur für ganz Nordrhein-Westfalen – und besonders über die Großstädte hinaus – attraktiv zu gestalten und weiterzuentwickeln. Das Projekt ist zudem ein Beitrag, das Kinder- und Jugendkulturland Nordrhein-Westfalen überall besser sichtbar werden zu lassen. Ich freue mich, dass nun andere Kommunen dank dieses Abschlussberichts von den gemachten Erfahrungen profitieren können.



Mein Dank gilt den vielen Aktiven, die das Kunst- und Kulturangebot am Rothaarkamm vielfältig gestalten, den Verantwortlichen aus Verwaltung und Politik, besonders aber danke ich den ehrenamtlich Tätigen für ihr Engagement, die Offenheit, den Mut und das Durchhaltevermögen, die Modellprojekte nun einmal erfordern. Die zukunftsweisenden Maßnahmenvorschläge gilt es nun Schritt für Schritt zu realisieren – dafür stehen auch die Kulturförderprogramme des Landes offen.

Ute Schäfer

Ute Schäfer

Ministerin für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen

Vorwort

Die Gesellschaft ist immer in Bewegung und steht heute vor großen Herausforderungen. Demografische Entwicklung, Globalisierung, Finanznot, die Möglichkeiten und Risiken der Neuen Medien, aber auch die Notwendigkeit eines ressourcenschonenden Lebens fordern uns auf, kreativ, verantwortungsvoll und ausgewogen Lösungen anzubieten. Dabei gilt es nicht nur die Weiterentwicklung der Wirtschafts-, Verkehrs- und Bildungsinfrastruktur abzustimmen, sondern auch die kulturelle Situation nach dem Ist-Zustand und nach den Potentialen zu befragen. Kultur wird somit zu einem Gradmesser von Standortqualitäten einer Stadt oder Region und zu einem wichtigen Kriterium, wenn es darum geht, Lebensbedingungen, überzeugende Infrastrukturen oder auch soziale Qualitäten einer Gesellschaft zu bewerten. Deshalb muss Kultur mit neuen Konzepten und angepassten Zielen, dabei immer aufbauend auf dem Vorhandenen, den Kulturbetrieb sichern und zukunftsfähig machen.

Das Land Nordrhein-Westfalen mit dem Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport ermöglichte durch die finanzielle Förderung im Rahmen der Regionalen Kulturpolitik ein Modellprojekt, das in einer interkommunalen Zusammenarbeit der Städte Bad Berleburg und Schmallenberg die kulturelle Situation in den beiden Kommunen dokumentiert und Perspektiven für die Zukunft schafft. In 18 Monaten haben sich viele Kulturschaffende beider Städte daran beteiligt, ihre Situation in der meist ehrenamtlich getragenen Kulturlandschaft zu beleuchten, Problemlagen und gewünschte Entwicklungen zu benennen und eine große Bereitschaft gezeigt, Neues auszuprobieren. Mit großer Freude und Anerkennung haben wir die Aufbruchsstimmung in weiten Teilen der Kulturlandschaften erlebt – vom ersten Kennenlernen „über den Berg“ ging ein Impuls aus, der seine Sogwirkung bis heute entfaltet. So entstanden Praxisansätze, die der Kulturlandschaft vor Ort eine frische Brise verschaffen und über die Projektlaufzeit hinaus spürbar bleiben.



Schmallenberg



Bad Berleburg

Das Modellprojekt wurde in Bad Berleburg und Schmallenberg von einem professionellen, hauptamtlichen Projektteam, Christoph Haupt und Nadine Rousseau, betreut. Neben der Bestandsanalyse und der Umsetzung erster Maßnahmen oblagen ihnen auch die Veranstaltungsorganisation sowie die Abfassung des vorliegenden Abschlussberichts. An der Ausarbeitung von konkreten Projekten innerhalb der festgestellten Problemlagen und Bedarfe waren und sind zahlreiche Personen aus Kultur, Politik und kommunaler Verwaltung, aber auch kulturinteressierte Bürger beteiligt. Ihnen allen sei für ihre Kreativität und ihr Engagement gedankt.

Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum steht vor der Aufgabe, die drängenden existenziellen Fragen stärker zu fokussieren und nicht in den abstrakten Konsens zu flüchten. Klare Leitbilder und Ziele schaffen für die Vermittlung nach innen und nach außen Orientierungspunkte. Aus unserem interkommunalen Modellprojekt ergeben sich konkrete Handlungsansätze sowie strategische Ziele zur Gestaltung der Kulturarbeit im ländlichen Raum, die die Herausforderungen der Zukunft produktiv annimmt.

B. Halbe

B. Halbe

Bürgermeister Schmallenberg

B. Fuhrmann

B. Fuhrmann

Bürgermeister Bad Berleburg

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

„Der demografische Wandel, insbesondere die Abnahme der Bevölkerung, die bei uns in Regionen wie zum Beispiel dem Sauerland oder Südwestfalen gravierend ausfallen wird, wird nicht nur dazu führen, dass das Kulturpublikum ebenfalls abnimmt, sondern dass auch die Finanzkraft der Gemeinden weiter zurückgeht. Wenn wir die kulturelle Lebensqualität in den ländlich strukturierten Regionen unseres Landes erhalten wollen, dann muss dort – bald! – nicht mehr nur über gute künstlerische Kooperationsprojekte nachgedacht werden, sondern auch über die kulturelle Infrastruktur! [...] Projekte und Maßnahmen, die der Verbesserung der kulturellen Strukturen und der Sicherung durch Kooperation, Koordination, Vernetzung oder Arbeitsteilung in der Region dienen. Es geht, so heißt es da – um flankierende Maßnahmen, die dazu beitragen die kulturellen Strukturen in der Region zu unterstützen und zu festigen.“
(Landmann, 2013:155).

Einleitung

Was Ministerialdirigent Peter Landmann beim 7. Kulturpolitischen Bundeskongress „Kultur nach Plan? Strategien konzeptbasierter Kulturpolitik“ anspricht, beschreibt die Motivation des interkommunalen Modellprojektes „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“ der Städte Bad Berleburg und Schmallebenberg.

Seit 2007 der Bericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages zur „Kultur in Deutschland“ erschienen ist, sind Kulturentwicklungsplanungen als Instrument für die Entwicklung strategischer, kulturpolitischer Zielsetzungen wieder weit verbreitet. Besonders im Kontext demografischer Entwicklungen empfiehlt die Enquete-Kommission den betroffenen Ländern und Kommunen eine „langfristige Kulturentwicklungsplanung zu initiieren“ (Deutscher Bundestag, 2007: 228) und „dabei nicht nur unter der Maßgabe der Mitteleinsparung, sondern korrespondierend mit der Be-

völkerungsentwicklung quantitative und qualitative Weichenstellungen vorzunehmen“ (2007: 222).

Die Städte Schmallebenberg und Bad Berleburg stehen mit ihrer fast ausschließlich ehrenamtlich getragenen Kulturlandschaft exemplarisch für kulturelle Strukturen im ländlichen Raum Westdeutschlands. Die Besonderheiten des ländlichen Raumes und der ehrenamtlichen Kulturstrukturen sind bislang nur in wenigen Kulturentwicklungsplanungen explizit untersucht und einbezogen worden. Zu nennen sind das zu der hier beschriebenen Maßnahme parallel stattfindende Modellprojekt der vier Kommunen „Oben an der Volme“ (Halver, Kierspe, Meinerzhagen, Schalksmühle) und die bereits 2013 abgeschlossene Kulturentwicklungsplanung im Peiner Land der Universität Hildesheim, die jedoch auf Kreis-ebene angesiedelt war.

In Schmallebenberg und Bad Berleburg wurde in einem interkommunalen Verbund modellhaft erprobt, wie unter Beteiligung der Kulturakteure Problemlagen identifiziert, kulturpolitische Ziele formuliert und auf die veränderten gesellschaftlichen und demografischen Voraussetzungen eingegangen werden kann. Das Projekt nahm das bürgerschaftliche, kulturelle Engagement in den Blick, analysierte die Bevölkerung sowie Touristen im Hinblick auf deren Potenzial als Kulturnutzer und dachte Kulturelle Bildung als Ausgangspunkt kultureller Teilhabe mit.

Praxisnah wurden im 18-monatigen Projektzeitraum auf Grundlage einer detaillierten Erhebung konkrete Konzepte zur Kulturarbeit im ländlichen Raum entwickelt und deren Umsetzung beispielhaft begleitet. Daraus ergaben sich konkrete Handlungsansätze sowie strategische Ziele zur Gestaltung eines kulturellen Profils (Kapitel 4 und 5).

I Kontext

I.1 Genese des Modellprojekts

Das Ausgangskonzept des Projektes bezog sich auf die Stadt Schmallenberg und sollte eine Kulturentwicklungsplanung am Beispiel ehrenamtlich geprägter Kultur im ländlichen Raum unter dem Aspekt des demografischen Wandels und damit verbundenen knapper werdenden Ressourcen sein. Konkret sollten Hilfestellungen und Lösungsansätze entwickelt werden, die auf spezifische Problemlagen im ehrenamtlichen Bereich eingehen. Bereits genannt wurde der Mangel an qualifizierten Chor- und Ensembleleitern, Schwierigkeiten in der Jugendarbeit der Vereine, die Mobilität von Jugendlichen und älteren Menschen sowie Erhalt bzw. Qualität und Quantität des Kulturangebotes bei rückläufigen Zahlen der Ehrenamtler.

Aufgrund der interessanten Nachbarschaft zu Bad Berleburg, der nächstgrößten Flächenkommune Nordrhein-Westfalens, die sich seit 2010 mit dem Thema des demografischen Wandels im Rahmen eines Leitbildprozesses beschäftigt und sowohl einem anderen Kreis als auch einer anderen Kulturregion angehört und andere geschichtliche, wirtschaftliche und religiöse Prägnanzen aufweist, wurde die Kulturentwicklungsplanung 2012 als interkommunales

Modellprojekt bewilligt. Die Chancen und Risiken einer interkommunalen Kooperation waren im Vorfeld Gegenstand kritischer Diskussionen. Ein Argument des MFKJKS für die Beteiligung mehrerer Städte war neben den Förderbedingungen die Erwartung, durch eine größere Diversität des Projektraums validere Ergebnisse insbesondere auch hinsichtlich der Übertragbarkeit der gewonnenen Erkenntnisse zu erzielen.

Gemeinsame Grundlage des dann interkommunalen Projekts bildete ein interkommunaler Vertrag, der den Rahmen und grobe Arbeitsaufträge festlegte. Er teilte (siehe Anhang 3) das Projekt in drei Phasen:

- ▶ Phase 1: Erhebung der Basisdaten und Auswertung, 6 Monate
- ▶ Phase 2: Erarbeitung von Modellprojekten, 9 Monate
- ▶ Phase 3: Zusammenführung der Ergebnisse aus beiden Städten, 3 Monate

Für die Durchführung wurde in beiden Städten ein gesplittetes Projektbüro mit jeweils einem Stellenanteil von 30 Wochenstunden eingerichtet und mit wissenschaftlichem Fachpersonal besetzt, das über eine bundesweite Ausschrei-

bung (siehe Anhang 3) und ein mehrstufiges Auswahlverfahren ausgewählt wurde. Die ausgewählten Personen Nadine Rousseau und Christoph Haupt sind die federführenden Autoren dieses Berichts. Sie traten ihre Stellen im Juni 2013 an.

Begleitet wurde das Projekt durch eine Lenkungsgruppe, in der das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (MFKJKS), Vertreter der Bezirksregierung Arnsberg, der Kulturregionen Südwestfalen und Sauerland und der beteiligten Städte zusammentraten. Aus beiden Städten waren dabei alle Hierarchieebenen von der Kulturamts- und Fachbereichsleitung bis zum Bürgermeister vertreten. Die gleichberechtigten Projektleiter berichteten im Turnus von drei Monaten über die Entwicklungen des Projektes und berieten mit der Lenkungsgruppe über das weitere Vorgehen. Im Mai 2014 fand eine Kommunalwahl statt (Wiederwahl beider Bürgermeister).

Der symbolische Start des Projektes erfolgte im Juli 2013 mit einer Auftaktveranstaltung am WaldSkulpturenWeg, der die Städte Schmallenberg und Bad Berleburg miteinander verbindet. Nach Abschluss der darauf folgenden mehrmonatigen Bestandsaufnahme luden die Projekt-

leiter Kulturschaffende aller Sparten beider Städte zur Vorstellung und Diskussion der Erhebungsergebnisse zu einem Impulsworkshop ein. Dem Impulsworkshop folgte eine Phase, in der mit einzelnen Akteuren an Praxisprojekten und Konzepten gearbeitet wurde. Zum Ende des Projektes fand im November 2014 eine Abschlussveranstaltung statt, bei der die Ergebnisse und die Empfehlungen aus der Kulturentwicklungsplanung den Vertretern der Kulturlandschaft beider Städte sowie überregionalen Gästen vorgestellt wurden. Während der gesamten Laufzeit berichteten die Projektleiter regelmäßig über den Stand des Projektes in den jeweiligen Kulturausschüssen. Die Kommunalpolitik wurde zudem zu allen öffentlichen Terminen eingeladen.

I.2 Profile der Städte Schmallenberg und Bad Berleburg

Schmallenberg und Bad Berleburg sind die beiden flächengrößten Kommunen in Nordrhein-Westfalen und sind mit zahlreichen Ortschaften und Dörfern Ausdruck ländlichen Lebens. Im Osten Nordrhein-Westfalens gelegen, gehört Schmallenberg zum Hochsauerlandkreis und zur Kulturregion Sauerland, Bad Berleburg ist

Indikatoren Demografischer Wandel 2012	Schmallenberg	Bad Berleburg
Bevölkerung (Anzahl)	24 955	19 462
Fläche (Quadratkilometer)	303,1	275,5
Einwohner pro Quadratkilometer	84	71
Bevölkerungsentwicklung vergangene 7 Jahre (%)	-4	-5,5
Bevölkerungsentwicklung 2009 bis 2030 (%)	-9,6	-12

Abb.01: Demografische Daten Schmallenberg/Bad Berleburg. Bertelsmann-Stiftung 2012.

Teil des Kreises Siegen-Wittgenstein und der Kulturregion Südwestfalen. Gleichzeitig grenzt Bad Berleburg direkt an Hessen.

Einige Kennzahlen verdeutlichen den ländlichen Charakter und die demografische Situation der beiden Städte (siehe Abb. 01).

Die Mittelgebirgslandschaft am Rothaargebirge ist optisch durch die typische Schiefer- und Fachwerkbauweise geprägt. Das soziale Leben

findet vielfach auf den Dörfern und in Vereinsstrukturen statt. Durch die großen Entfernungen zwischen den Ortsteilen der Stadtgebiete und der geringen ÖPNV-Abdeckung sind Kultur- und Freizeitangebote für bestimmte Bevölkerungsgruppen wie Kinder und Senioren oft nur schwer oder gar nicht zu erreichen.

Wirtschaftlich geprägt sind beide Städte durch kleine und aus Familienbetrieben gewachsene mittelständische Unternehmen, von denen ei-

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

nige zu den Global-Playern ihrer Sparte zählen. Außerdem haben Forstwirtschaft und landwirtschaftliche Nebenerwerbsbetriebe einen hohen Stellenwert. Während in Bad Berleburg mehrere Spezialkliniken Patienten und Begleitpersonen beherbergen, hat Schmallenberg einen deutlich höheren Anteil an Hotels und anderen touristischen Betrieben.

Schmallenbergs ausgeglichene Haushaltslage ermöglicht der Stadt, Mittel für viele vom Engagement der Bürger getragene Einrichtungen zur Verfügung zu stellen, und möchte so zu positiven Entwicklungen des Ehrenamtes beitragen. Die Haushaltswirtschaft der Stadt Bad Berleburg unterlag bis zum Haushaltsjahr 2011 dem Nothaushaltsrecht (Haushalt nicht genehmigungsfähig; jede Ausgabe auf Unabweisbarkeit zu prüfen). Erstmals mit dem Haushalt 2012 konnte ein genehmigungsfähiges Haushaltssicherungskonzept vorgelegt werden. Dies galt auch für die Haushaltssicherungskonzepte 2013 und 2014. Das fortgeschriebene Haushaltssicherungskonzept ist seit 2012 jeweils durch die Kommunalaufsicht mit einem strukturellen Haushaltsausgleich in 2018 genehmigt und verbindlich festgesetzt worden. Grundlage des fortgeschriebenen Haushaltssicherungskonzeptes ist ein durch die Stadtverordnetenversammlung am 05.12.2011 beschlossener Maßnahmenkatalog zur Haushaltskonsolidierung, der alle Produkte des städtischen Haushaltes umfasst

(ganzheitliche Aufgaben- und Produktkritik unter Beteiligung aller interessierten Bürger, Vereine, Unternehmen und sonstiger Institutionen in zahlreichen öffentlichen Workshops).

Die Finanzierung des Eigenanteils der Stadt Bad Berleburg zur Durchführung des interkommunalen Projektes wurde durch entsprechende Bereitstellung im Haushalt durch Beschluss der Stadtverordnetenversammlung und Genehmigung der Aufsichtsbehörde sichergestellt.

1.3 Kulturpolitischer Rahmen der Kulturentwicklungsplanung

Die „Kulturentwicklungsplanung“ der Städte Bad Berleburg und Schmallenberg wurde als Modellprojekt für die Kulturregionen Südwestfalen und Sauerland mit 80 Prozent durch das MFKJKS mit Mitteln der Regionalen Kulturpolitik des Landes gefördert. Die verbleibenden 20 Prozent übernahmen die Städte als Eigenanteil. „Ziel der regionalen Kulturpolitik ist es, die Kulturprofile vor Ort zu schärfen, um mit den Mitteln von Kunst und Kultur einen Beitrag zur Stärkung der Regionen und ihrer Zukunftsfähigkeit zu leisten“ (Deutscher Bundestag, 2007:94). Entsprechend orientieren sich die Kulturregionen an gewachsenen Identitäten und formulieren ihre kulturpolitischen Ziele weitgehend selbst. Mit dem Modell der Kulturentwicklungsplanung

wurde eine Brücke zwischen zwei angrenzenden Kulturregionen sowie Landkreisen geschlagen – Südwestfalen und Sauerland bzw. dem Hochsauerlandkreis und dem Kreis Siegen-Wittgenstein. Die Städte Bad Berleburg und Schmallenberg befinden sich zu beiden Seiten des Rothaarkamms und sind historisch wie konfessionell eher als entfernte Nachbarn zu betrachten. Bereits durch den WaldSkulpturenWeg, der ebenfalls durch die regionale Kulturpolitik gefördert wird, ist 2004 ein interkommunales Kulturprojekt angestoßen worden. Die „Kulturentwicklungsplanung“ griff die Zusammenarbeit der Städte auf, ging aber einen Schritt weiter und betrachtete die Strukturen der Kulturlandschaft beider Städte und stellte neben allen Unterschieden Gemeinsamkeiten und Parallelen fest. Rahmenbedingungen und Problemlagen von Kultur in der Fläche wurden so, trotz möglicher variierender kultureller Identitäten, sichtbar. Kultur in der Fläche oder Kultur im ländlichen Raum zeigten sich als gesellschaftlicher Diskurs vor Ort, der durch eine breite Beteiligung gestützt ist und so Realitäten vor Ort abbilden kann. Das Interesse der Landesregierung als öffentliche Verwaltung im Sinne eines Governance-Ansatzes kulturpolitische Zielsetzungen und kooperative Lösungsstrategien unter Einbeziehung aller Akteure zu entwickeln wurde so auch in der Fläche umgesetzt (vgl. Deutscher Bundestag, 2007: 93).

Mit dieser kulturpolitischen Zielsetzung trat auch der Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) an und initiierte seit 2012 in neun Pilotkommunen und -kreisen Kulturplanungsprozesse (kulturkontakt-westfalen.de, 20.08.2014). So sind Kulturentwicklungsplanungen derzeit insbesondere im westfälischen Landesteil Nordrhein-Westfalens durchaus verbreitet und immer mehr Kommunen und Landkreise machen sich auf Basis der bereits entwickelten Vorbilder auf den Weg, ihre Kulturpolitik konzeptionell auszurichten.

Für die Städte Bad Berleburg und Schmallenberg stellte der Prozess der Kulturentwicklungsplanung eine Möglichkeit dar, einen eingehenden Blick auf ihre Kulturlandschaft zu werfen. Eine ausführliche Bestandsaufnahme ermöglichte Akteure und Ereignisse zusammenzubringen, ins Gespräch mit Einzelnen und Gruppen zu kommen, explizit Probleme zu erfassen, Rahmenbedingungen zu beleuchten, Menschen für das Thema Kultur zu begeistern, die Akteure für die Beteiligung am Diskurs über eine Vision zur Kultur zu aktivieren und letztlich sogar modellhafte Projekte umzusetzen. Eine Kulturentwicklungsplanung stellt Transparenz über die bestehenden kulturpolitischen Verhältnisse, über Förderungen und städtische Unterstützungsmöglichkeiten her, bezieht Zukunftsprognosen ein und zeigt auf, welche Weichen für die Zukunft gestellt werden können. Durch die Initiie-



Auftaktveranstaltung auf dem WaldSkulpturenWeg.

rung eines Diskurses zur Zukunft der kommunalen Kultur wird die Betrachtung der Perspektiven dieser zum Anliegen aller Akteure und verlangt auch die Übernahme von Verantwortung. Die kommunalpolitischen Gremien sind letztlich gefragt, aufgezeigte Entwicklungsfelder zu diskutieren und ggf. politisch zu unterstützen.

Trotz eigenverantwortlichen Handelns, besonders im Kontext einer ehrenamtlichen Kulturlandschaft, sollte das Ziel einer kommunalen Kulturpolitik sein „eine grundsätzlich gemeinsame Verantwortung von Politik, Verwaltung und Kultur[...] für die Sache“ herzustellen (Deutscher Bundestag, 2007: 93).

1.4 Entwicklungsleitbilder der Städte

Schmallenberg und Bad Berleburg haben beide Stadtentwicklungskonzepte mit Zukunftsperspektiven herausgebracht. Maßnahmen aus dem Stadtentwicklungskonzept stehen im direkten Zusammenhang mit dem demografischen Wandel und nehmen auch Einfluss auf die Entwicklung der Kulturlandschaft. Die städtebaulichen Vorhaben müssen daher als Rahmenbedingung in die Kulturentwicklungsplanung einfließen.

Mit dem integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) „Schmallenberg 2013“ legte die Stadt den Grundstein der baulichen, aber auch gesellschaftlichen Entwicklung für die nähere Zukunft.

Mit einem Leitbild möchte Schmallenberg die Außenwahrnehmung, aber auch das Selbstbewusstsein der Bevölkerung stärken. Attribute, die ein Spektrum zwischen ländlich, dörflich und welt-offen, städtisch darstellen, sind Grundlage der fünf Leitziele:

Leitziel 1: „Schmallenberg – dörfliches Leben und städtische Vielfalt“

Leitziel 2: „Schmallenberg – Tradition und Weltoffenheit“

Leitziel 3: „Schmallenberg – Ruhe und Aktivität“

Leitziel 4: „Schmallenberg – Urlaub und Arbeit“

Leitziel 5: „Schmallenberg – Schönheit und Nachhaltigkeit“

Die Lebensqualität auf den Dörfern wird in enger Verbindung mit der Grundversorgung gesehen. „Die kleinteilige und dezentrale Siedlungsstruktur Schmallenbergs erschwert eine wirtschaftliche Grundversorgung in allen Ortsteilen. Die geringen Einwohnerzahlen bieten in den kleinen Ortschaften keine Basis für zentrale Angebote. Die Versorgung wird damit speziell für weniger mobile Bevölkerungsgruppen schwieriger.“ (Stadt Schmallenberg, 2013:19).

Das Stadtentwicklungskonzept sieht eine Stärkung der Kernorte sowie der Ortsteile mit Versorgungsfunktion vor.

FORTSETZUNG SEITE 16

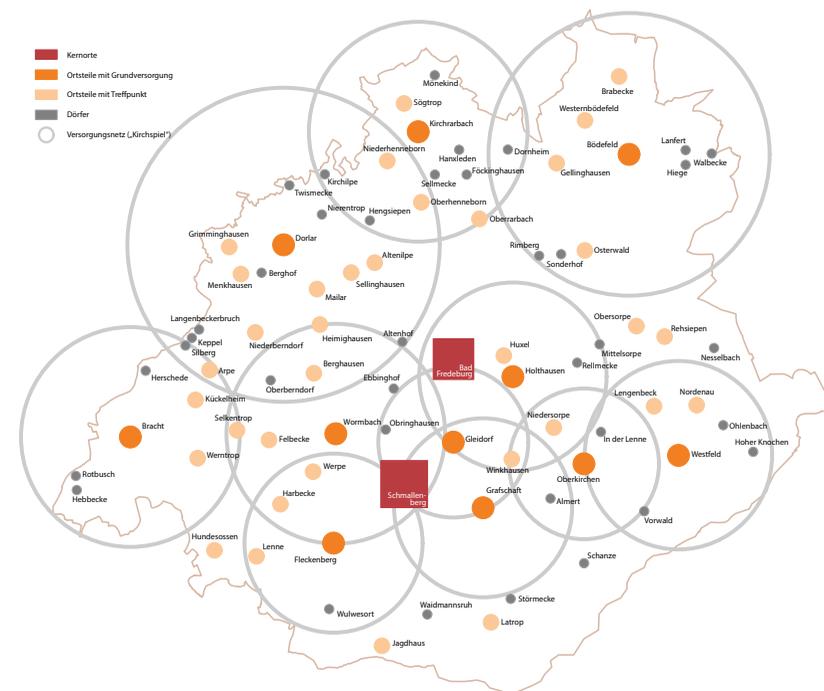


Abb.02: Integriertes Stadtentwicklungskonzept Stadt Schmallenberg.

„Meine Stadt Bad Berleburg 2020“ ist der Titel des 2010 mit großer Bürgerbeteiligung entwickelten Bad Berleburger Leitbildes. Nach einer Vielzahl von Workshops mit Bürgerinnen und Bürgern im Jahr 2010 hat die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Bad Berleburg am 28.02.2011 das künftige Leitbild beschlossen, in dem an verschiedenen Stellen Aussagen zu Themen gemacht werden, die Einflüsse auf das kulturelle Leben und die Kulturentwicklungsplanung haben:

„Als Stadt der Dörfer orientieren wir uns bei der Bewältigung der demografischen Herausforderungen an dem Ziel, Bürgern und Unternehmen auch im Jahr 2020 ein Wohnen und Wirtschaften in den Ortschaften zu ermöglichen. Uns ist aber bewusst, dass die Auswirkungen von Bevölkerungsrückgang und zunehmender Alterung Ortschaften in ihrem Charakter und ihrer Struktur nachhaltig verändern. Die Konzentration von Infrastruktur wird zur Bewältigung dieser Herausforderung einen wesentlichen Beitrag leisten.“

Durch ein attraktives Kinderbetreuungs-, Schul- und Ausbildungsangebot wollen wir Familien als Einwohner halten und möglichst gewinnen, auch wenn nicht alle Schulen zu erhalten sein werden. Unser kulturelles Leben in Bad Berleburg soll auch künftig maßgeblich von Vereinen und privater Initiative getragen werden.

Dennoch werden die Haushaltslage und die zu erwartende Bevölkerungsentwicklung dazu führen, dass wir die städtischen Dienstleistungen einschränken und Standards senken müssen. Wir werden unsere Bürgerinnen und Bürger daher darauf vorbereiten und sie dabei unterstützen, eigene Lösungen für bisher von der Stadt bewältigte Aufgaben zu suchen. Die wachsende Zahl älterer Menschen sehen wir dabei als Aufgabe und Chance zugleich.

Neben dem stärkeren Engagement der Bürgerschaft sehen wir in der Vielzahl der aktiven Vereine und unseren heimischen Unternehmen ein Potenzial für das Gemeinwesen, das wir als Stadt durch Vernetzung und die Förderung von Kooperationen erschließen wollen. Wir nutzen moderne Technologien und arbeiten mit Privaten und insbesondere mit anderen Kommunen zusammen, um unsere Leistungen so effizient wie möglich zu erbringen. [...]“ (Bad Berleburg 2011: Leitbild „Meine Stadt Bad Berleburg 2020“)

Zusätzlich zur Leitbildentwicklung laufen in Bad Berleburg eine Reihe unterschiedlicher Prozesse mit Bürgerbeteiligung. Größten Einfluss auf die Kultur hat dabei die Erstellung eines Tourismuskonzeptes in den Jahren 2013–2014, in dem die Kultur als wertschöpfender Faktor für den Tourismus beispielsweise durch die Museen oder die „Internationale Musikfestwoche auf Schloss Berleburg“ eine bedeutende Rolle spielt (ift Freizeit und Tourismusberatung GmbH, 2014: S. 21). In diesen Prozess war der Bad Berleburger Projektleiter als Mitglied der Lenkungsgruppe mit eingebunden.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Für das Zusammenleben in Schmallenberg werden als wichtige Bestandteile das Dorfleben, das bürgerschaftliche Engagement und die Kultur genannt. Als Ziele für die zukünftige Entwicklung werden aufgeführt:

- ▶ Die kulturelle Attraktivität erhöhen.
- ▶ Treffpunkte und Begegnungsstätten in den Ortschaften wiederbeleben und ausbauen.
- ▶ Das bürgerschaftliche Engagement, das lebendige Gemeinschafts- und Vereinsleben und offene Angebote unterstützen.
- ▶ Verstärkt Kinder und Jugendliche in die Entwicklung einbeziehen.

Das Stadtentwicklungskonzept plant dabei, das kulturelle Angebot zu erweitern, etwa durch den Bau des Südwestfälischen Musikbildungszentrum in Bad Fredeburg, und bestehende Initiativen zu unterstützen und auszubauen. So sollen beispielsweise private Kulturangebote, Aktivitäten und Veranstaltungen von Vereinen, die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen und der Ausbau von Angeboten für diese, sowie der Ausbau von sozialen Treffpunkten gefördert werden.

Die Stadtentwicklung in Schmallenberg steht zwar nicht in direktem Zusammenhang mit der Kulturentwicklungsplanung, dennoch ist es sinnvoll, zukünftige Entwicklungen in der Kultur korrespondierend und nicht konträr zur Stadtentwicklung zu planen. Nur so kann ein sich gegenseitig begünstigender Prozess in Gang gesetzt werden.

»Die ganze Kultur ist eine große, endlose Zusammenarbeit.«

August Strindberg (1849 – 1912)

2 Bestandsaufnahme

2.1 Vorgehen

Viele der Problemlagen, denen die ländlich geprägte Kultur in Zukunft begegnen muss, können aufgrund der anstehenden demografischen Veränderungen antizipiert werden, wie es bereits im Projektantrag formuliert wurde. Dennoch können erst differenzierte Aussagen getroffen und Lösungen erarbeitet werden, wenn sowohl die Rahmenbedingungen als auch die real empfundenen Probleme der Kulturakteure in eine Untersuchung einfließen. Um einen Referenzrahmen für die Ergebnisse herstellen zu können, bedarf es zudem eines detaillierten Blickes in die gesellschaftlichen Realitäten der Region.

Grundlage für die Erhebung der Kulturlandschaft bot daher eine umfassende Datenanalyse mit Blick auf Demografie, Bildungsstand, Milieus, Siedlungsstruktur und Einkommen. Wichtige Quellen waren dabei der «Wegweiser Kommune» der Bertelsmann-Stiftung, Daten aus dem Zensus 2011 sowie die Geo-Milieus® von Microm, die auf Basis der Sinus Milieu Studie arbeiten.

In Übereinstimmung mit der Lenkungsgruppe wurden Akteure aus allen Kunstsparten, der Heimat- und Brauchtumpflege, der Soziokultur und der Kulturellen Bildung angesprochen. Da-

rüber hinaus wurden auch private bzw. privatwirtschaftliche Einrichtungen, sowie Kirchen und Tourismus einbezogen. Sport- und Schützenvereine wurden ausgeklammert, sofern sie nicht als Konzertveranstalter in Erscheinung treten, um einerseits die Anzahl der Akteure überschaubarer zu halten und andererseits den bereits weit gefassten Kulturbegriff nicht zu verwässern. Darüber hinaus definieren beispielsweise Jazztanzgruppen ihre Aktivität als Sport und nicht als Kultur.

Die Zusammenstellung der Kontaktlisten erwies sich als erste Herausforderung. Die der Stadt Schmalleberg vorliegenden Vereinskontakte waren zu großen Teilen veraltet, Kontakte zu anderen Akteuren mussten durch umfangreiche Recherche ergänzt werden.

Die Kontaktlisten dienten auch als Einladungsliste für die gemeinsame Auftaktveranstaltung, zu der auch politische Akteure eingeladen wurden.

Die Befragung der Kulturschaffenden in Form von Fragebögen und durch Gesprächsleitfadengestützte Interviews fand über einen Zeitraum von etwa drei Monaten statt. Besonders die Interviews waren sehr zeitintensiv und nahmen pro Gespräch etwa 1,5 – 2 Stunden in Anspruch. Aussage zu Rahmenbedingungen und Problem-

lagen der Kulturlandschaft wurden durch Recherchen im Internet oder in städtischen Dokumenten, wie beispielsweise dem Vereinsregister, ergänzt.

Zum Abschluss der Bestandsaufnahme wurde ein Impulsworkshop veranstaltet, an dem die Projektleiter die Ergebnisse aus der Erhebung an die Kulturakteure spiegelten. Hier hatten die Kulturakteure an Workshoptischen die Gelegenheit, die Ergebnisse zu diskutieren und auf dieser Basis weitere Ideen einzubringen.

Insgesamt wurden in der Bestandsaufnahme folgende Gruppen erreicht (siehe Abb.03 rechts):

Für Schmalleberg und Bad Berleburg stellt sich die Situation gemeinsam wie folgt dar:

Fragebögen: 210 versendet, 110 ausgefüllt zurückgehalten: 52,4 % Durchdringung.

Gespräche: 255 Akteure, 127 Gespräche geführt: 50 % Durchdringung.

Erreichte Akteure: von insgesamt 255 Akteuren wurden 167 bzw. 65,5% durch Fragebogen und/oder Gespräch erreicht.

Die Quoten in beiden Städten waren jeweils vergleichbar.

Akteure	Anzahl der Akteure		Gespräche		Fragebögen		Teilnahme Impulsworkshop	
	SLB	BLB	SLB	BLB	SLB	BLB	SLB	BLB
Chöre	22	23	9	16	10	10	7	5
Heimat-/Dorfvereine	10	29	4	14	5	14	4	9
Museen	5	8	3	8	3	8	2	2
Kunst- und Kulturveranstalter	13	6	8	5	5	5	7	2
Musikvereine/Bands	18	10	5	3	11	4	2	3
Tanz	1	0*	0	0	0	0	0	0
Theater	6	3	4	1	4	1	1	0
Künstler/Kulturschaffende	20	5	7	2	5	4	6	2
Büchereien/Buchhandlungen	6	4	2	1	4	2	2	1
Kulturaustausch	2	1	2	1	0	1	0	0
Multiplikatoren (Jugendeinrichtungen, Schulen, Verbände, konfessionelle Vertreter, Politiker, Tourismus/Gastronomie, Stadtverwaltung)	44	19	23	9	0	14	9	10
Gesamt	147	108	67 (46 %)	60 (55 %)	47 (46 %)	63 (59 %)	40	34

*die in den Sportvereinen organisierten Jazztanzgruppen wurden nicht als Kulturakteure befragt

Abb.03: Erreichte Akteure.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Die Fragebögen liefern belastbare Ergebnisse zur Altersstruktur der Kulturakteure insgesamt und im Speziellen zu Chören, Heimatvereinen und Musikvereinen. Ebenfalls lassen sich Trends in den Mitgliederzahlen für die Chöre, Heimat- und Musikvereine sowie der Kulturakteure insgesamt ablesen. Auch das Verhältnis von aktiven zu passiven Mitgliedern lässt sich feststellen.

Die qualitativen Aussagen aus Interviews und Fragebögen wurden nach Themengebieten und in der Häufigkeit ihrer Nennungen bewertet. Es ergaben sich drei Themenkomplexe, die im späteren Verlauf detaillierter dargestellt werden. Die identifizierten Themengebiete wurden beim Impulsworkshop in Kleingruppen mit Moderation zur Diskussion gestellt. Die Ergebnisse der Diskussion wurden dokumentiert und fließen in die Analyse der Bestandsaufnahme ein.

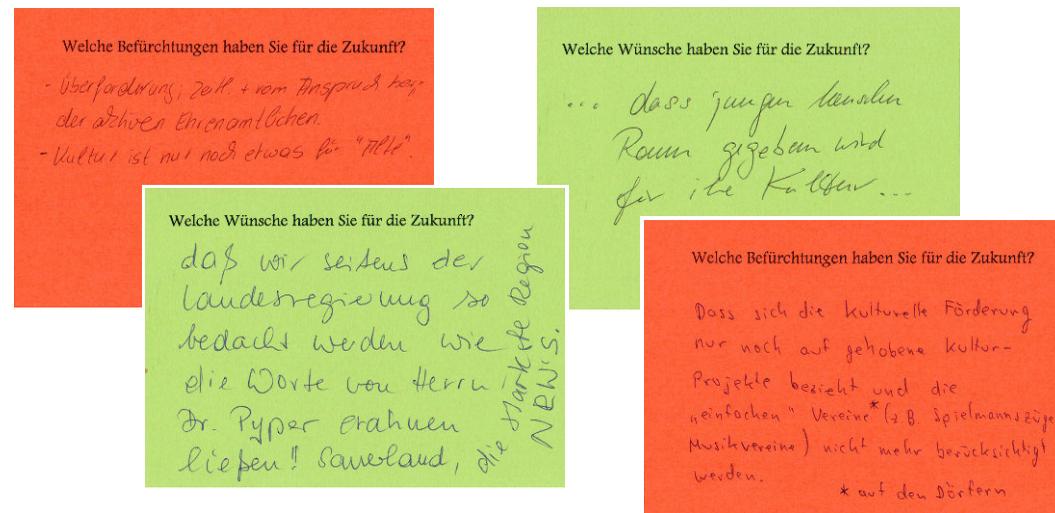
Auftaktveranstaltung

Mit rund 100 Besuchern und einem regen Presseecho konnte das Modellprojekt durch die Auftaktveranstaltung im Juli 2013 Ziele und Inhalte erfolgreich der Kulturlandschaft vermitteln. Auf roten und grünen Karten konnten zudem die Gäste Befürchtungen und Wünsche für die Zukunft vermerken. Diese Aussagen wurden auch bei der Auswertung der Erhebungsergebnisse einbezogen.

Fragebogen für Vereine und Einzelakteure (siehe Anhang 4)

Basis der Bestandsaufnahme waren vierseitige Fragebögen für Vereine/Institutionen bzw. Einzelakteure, in denen allgemeine Angaben abgefragt wurden: Daten wie Gründungsjahr, Rechtsform, Mitglieder- bzw. Schülerzahlen sowie deren Entwicklung, Aufgaben des Akteurs, Art, Umfang und Zielgruppe des Angebots und Formen der Öffentlichkeitsarbeit. In Bad Berleburg wurde auch die finanzielle Situation abgefragt, in Schmallenberg wurde davon abgesehen, um keine Hemmschwelle für die Beteiligung aufzubauen. Als Ergebnis kann festgehalten werden, dass sich Bad Berleburg kein Akteur den allgemeinen Fragen zur finanziellen

Die Besucher der Auftaktveranstaltung konnten Ihre Wünsche und Befürchtungen für die Zukunft festhalten.



Situation verweigerte. Der Umfang der Fragebögen sollte möglichst wenig Aufwand für die Kulturakteure bedeuten, so dass keine Hemmschwelle zur Mitarbeit aufgebaut würde. Dennoch wurden vereinzelt Fragebögen ohne Inhalt zurückgesendet.

Fragebogen für Gäste und Publikum (siehe Anhang 4)

Eine Publikums- und Gästebefragung war ebenfalls Teil der Bestandsaufnahme. Allerdings wurden sowohl von den Gästen Hotels und Pensionen als auch von den Nutzern kultureller Angebote wie der Bücherei oder dem Publikum von Kulturveranstaltungen Fragebögen nur vereinzelt ausgefüllt, so dass kein annähernd repräsentatives Bild entstand. Für eine ausreichende Datenlage müssten gesonderte Befragungen möglicherweise in anderer Form entwickelt werden. Über die Daten der Geo-Milieus® konnte aber aus den Angeboten geschlossen werden, welche Publikumssegmente angesprochen werden.

zuerst erhalten und diese in den jeweiligen Kontext einzuordnen. Nicht alle Themenfelder waren bei jedem Akteur von Bedeutung. Dennoch ergibt sich anhand der Häufigkeit der Aussagen in verschiedenen Gebieten auch die Relevanz für den Akteur.

Gespräche (Gesprächsleitfaden siehe Anhang 5)

Anhand eines Gesprächsleitfadens wurden im Rahmen von „Küchentisch-Gesprächen“ in persönlicher, ergebnisoffener Atmosphäre teils mehrstündige Gespräche zu Inhalten, Problemen, Lösungsstrategien usw. erörtert. Ziel der Gespräche war, einen Überblick über die jeweilige Situation und die Aktivitäten der Befragten

zu erhalten und diese in den jeweiligen Kontext einzuordnen. Nicht alle Themenfelder waren bei jedem Akteur von Bedeutung. Dennoch ergibt sich anhand der Häufigkeit der Aussagen in verschiedenen Gebieten auch die Relevanz für den Akteur.

Die Akteure wurden meist in ihren Vereinsräumen oder Zuhause besucht. Die Projektleiter besuchten Proben und Aufführungen, sahen sich Sammlungen und Archive an oder nahmen an Netzwerktreffen teil. An den Gesprächen beteiligten sich in sehr unterschiedlicher Anzahl Vorstandsmitglieder, Vereinsmitglieder oder Einzelakteure. Der Verlauf der Gespräche löste sich häufig vom vorgesehenem Gesprächsleitfaden, eröffnete aber so auch die Möglichkeit, in bestimmte Themengebiete tiefer einzusteigen und bereits in den Gesprächen gemeinsam über Lösungsstrategien zu sprechen. Die Gespräche wurden von den Projektleitern schriftlich dokumentiert. Durch die intensiven Gespräche wurde eine starke Beziehungsebene zwischen Akteuren und Projektleitern aufgebaut, in denen auch Bedenken und Vorbehalte über das Projekt, die Zusammenarbeit zwischen Ehrenamt und Stadt und zu gesellschaftlichen Veränderungen angeführt wurden. In den Gesprächen sammelten die Projektleiter auch viele Eindrücke und Nebeninformationen, die für die weitere Vernetzung der Kulturlandschaft von großer Bedeutung waren.

Viele Akteure hoben den Wert der Gespräche und der Zusammenarbeit hervor und nutzten auch im weiteren Verlauf des Projektes die entstandenen Kontakte für andere Anliegen.

Impulsworkshop

Nach Abschluss der Bestandsaufnahme wurden alle Kulturschaffenden zu einem Impulsworkshop an einem Sonntag im Februar 2014 eingeladen. Ziele des Workshops waren, sich sowohl mit einem interessanten kulturellen Rahmenprogramm für die Mitarbeit zu bedanken, als auch die erhobenen Ergebnisse an die Kulturschaffenden zu spiegeln und die Möglichkeit für Einspruch und Diskussion zu geben, eine Gelegenheit zu schaffen, sich untereinander kennenzulernen und ein Gefühl der Stärke und Vielfalt der ansässigen Kulturlandschaft zu vermitteln.

Der Impulsworkshop war ein entscheidender Meilenstein im Projekt, der den Kulturakteuren nach teils längeren Pausen klar signalisierte, dass mit ihren Aussagen in den Gesprächen vertrauensvoll verfahren wurde und sich daraus eine Basis für die weitere Arbeit bildet.

Das Programm wurde als gut ausgewogenes Verhältnis von ansprechendem Kulturprogramm und Inhalt empfunden. Es wurde sehr begrüßt, einen Anlass zu haben, an dem sich alle Kulturakteure einmal begegnen, miteinander in den Austausch kommen und sich als Gruppe mit gemeinsamen Anliegen zu begreifen.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

2.2 Potenzielle Kulturnutzer

Neben der Datenlage, die sich aus der Bestandsaufnahme der Kulturlandschaft ergab, war es von weiterführendem Interesse, die Frage nach den potenziellen Kulturempfängern zu stellen. Wer lebt vor Ort und welche kulturellen Interessen haben die Menschen? Dazu werden im Folgenden die vorhandene Datenlage zur Bevölkerungszusammensetzung und zur Bevölkerungsentwicklung in den Fokus genommen und unter Zuhilfenahme der Microm GeoMilieus® im Hinblick auf kulturelle Interessen untersucht. Als Tourismusregion stellen darüber hinaus Gäste ein potenzielles Kulturpublikum dar. Im Abgleich der im Projekt erhobenen und der recherchierten Daten lässt sich so deutlich sagen, ob und inwiefern die Kulturlandschaft zur Bevölkerung bzw. zu den Ansprüchen des potenziellen Publikums passt.

2.2.1 Bevölkerung / Einwohner

Die Aussagen der Kulturschaffenden im Rahmen des Projektes werden anhand von verifizierten Daten zur Bevölkerung der beiden Städte in Beziehung gesetzt. Die Klärung der Datenlage ermöglicht, belastbare Aussage zu treffen und Annahmen und Vorurteile mit der Realität abzugleichen. Ein Blick in die Bevölkerungsstruktur offenbart zudem auch Potenziale und noch nicht bedachte Personengruppen. Zudem

können Prognosen für zukünftige Entwicklungen gemacht werden.

Um einen guten Überblick und vor allem kulturrelevante Aussagen treffen zu können, wurden Daten aus dem Zensus, dem von der Bertelsmann Stiftung erstellten „Wegweiser Kommune“ sowie die Microm GeoDaten® für beide Städte zusammengetragen.

Schmallenberg / Bad Berleburg

Die Altersstrukturen verändern sich in beiden Städten fast parallel bis 2030 mit einer Abnahme aller Altersklassen bis 65 Jahre, korrespondierend einer Zunahme der über 65-Jährigen und insbesondere einem starken Zuwachs der über 80-Jährigen. Die stärksten Rückgänge sind im Kinder- und Jugendalter zu verzeichnen (siehe Abb.04).

Im Hinblick auf berufliche Mobilität pendeln etwa 30 Prozent der Schmallenberger und ca. 33 Prozent der Bad Berleburger Arbeitnehmer zu einem Arbeitsplatz außerhalb des Stadtgebiets. Die größte Bereitschaft für berufliche Mobilität weist die Altersgruppe der 40 bis 49-Jährigen auf. Personen unter 18 und über 65 Jahren sind an diesen Pendelbewegungen nicht beteiligt. Sofern Jugendliche unter 18 Jahren schon eine Berufstätigkeit ausüben, befindet sich diese also direkt am Wohnort. (Zensus 2011)¹

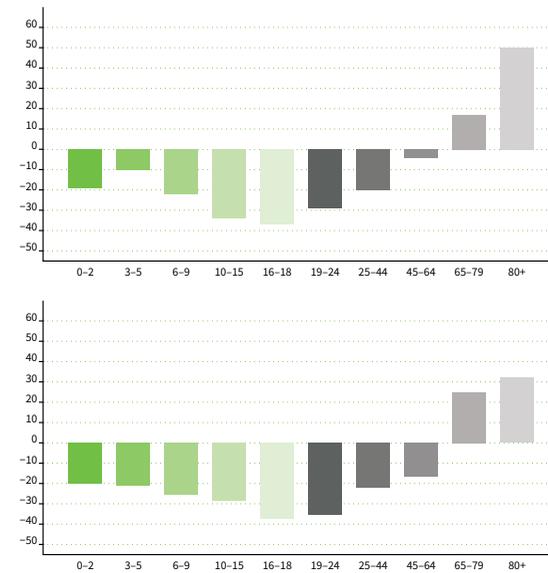


Abb.04: Veränderung der Altersstruktur von 2009 bis 2030 (oben Schmallenberg, unten Bad Berleburg).

Arbeitsort	Schmallenberg	Bad Berleburg
Erwerbstätige insgesamt	13 380	10 270
Auspendler aus der Hauptwohngemeinde	4 060	3 370
Eiuspendler in die Arbeitsortgemeinde	2 870	2 520

Abb.05: Ein- und Auspendler.

Aus der Bildungsstruktur (Zensus 2011) ist eine klare Verschiebung vom Haupt-/Volksschulabschluss hin zum Realschulabschluss als häufigster erworbener Schulabschluss ersichtlich. Insgesamt besitzen in Schmallenberg 7,4 Prozent und in Bad Berleburg 7 Prozent einen Hochschulabschluss. Aus der Statistik geht hervor, dass Hochschulabsolventen nicht unmittelbar nach dem Abschluss nach Schmallenberg oder Bad Berleburg zurückkehren, sondern erst in der Altersklasse von 30 – 49 einige ihren Wohnsitz in der Herkunftsgemeinde suchen. Im Jahr 2011 lag die Arbeitslosenquote in Schmallenberg bei 4,4 Prozent, in Bad Berleburg bei 6 Prozent.

Soziale Lage

Aus den Daten der Bertelsmann-Stiftung „Wegweiser Kommune“ geht hervor, dass sich die soziale Lage im Vergleich zum Land Nordrhein-Westfalen deutlich besser darstellt. Weniger Einpersonenhaushalte, mehr Haushalte mit Kindern, höhere Kaufkraft und weniger Haushalte mit geringem Einkommen sowie weniger arme Menschen weisen darauf hin. Auch die Arbeitslosen- und SGB II-Quoten sind deutlich niedriger als im Landesdurchschnitt. Der Abstand zu den Landeszahlen ist generell höher als die Unterschiede zwischen Schmallenberg und Bad Berleburg (Bertelsmann-Stiftung, 2012).

Zielgruppen: Lebenswelten und Milieustrukturen (siehe Anhang 6)

Der Milieubegriff erlangte seit den 1980er Jahren eine besondere Relevanz in der Sozialforschung. Als Milieus gelten „Gruppen Gleichgesinnter mit ähnlichen Grundwerten und Prinzipien der Lebensführung, die sich durch erhöhte Binnenkommunikation und Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen auszeichnen“ (Calmbach/Thomas, 2013:12).

Da Angehörige eines Milieus ähnliche Vorlieben, Abneigungen usw. haben, ein spezifisches Kaufverhalten zeigen oder sich für ganz bestimmte kulturelle Veranstaltungen oder Tätigkeiten interessieren, ist das Milieumodell eine ausgesprochen aussagekräftige Grundlage, zielgruppengerechte Angebote zu erstellen, wirksame Kommunikationskanäle zu wählen oder Beteiligung zu verstärken.

Aufgrund unterschiedlicher Datenquellen aus den Bereichen Meldewesen, Konsum und Zahlungsverkehr, Mediennutzung, Bebauung und Wohnen wurden Daten zusammengetragen, die für Schmallenberg und Bad Berleburg Aussagen über die Bevölkerungszusammensetzung und deren kulturelle Interessen im Jahr 2013 zulassen.

Diese Daten im Zusammenhang mit dem Milieumodell des Sinus-Instituts ermöglichen eine vertiefende Auseinandersetzung mit den unter-

schiedlichen Zielgruppen (siehe Anhang 6) und sind die Grundlage für eine strategische Ausrichtung des kulturellen Angebots und dessen Marketing entsprechend der Bedürfnisse dieser Zielgruppen (Audience Development).

Festzuhalten für Bad Berleburg und Schmallenberg ist, dass sich die Milieustruktur beider Städte stark ähnelt und die prozentuale Verteilung der Bevölkerung auf die Milieus fast identisch zur deutschen Gesamtbevölkerung ist. Entsprechend gehören in Bad Berleburg etwa 36 Prozent und in Schmallenberg etwa 40 Prozent zu kulturaffinen Milieus. Die übrige Bevölkerung kann auch über Strategien erreicht werden, die andere Beweggründe einbezieht. Dennoch spielen Feinheiten im Angebot und im Marketing eine entscheidende Rolle, ob und wie Menschen mit den kulturellen Angeboten erreicht werden. Dazu bedarf es einer vertiefenden Analyse mit den Facetten der einzelnen Milieus (eine erste Einführung ist in Anhang 6 zu finden).

¹ Der Zensus 2011 liefert dynamische und individuelle Daten zu Personen-, Haushalts-, Familien- sowie Gebäude- und Wohnungsmerkmalen für Bund, Länder, Kreise und Gemeinden im Vergleich. Stand 10.06.2014

2.2.2 Touristen

Schmallenberg

„Der Tourismus ist für die Region ein zentraler Wirtschaftsfaktor und nimmt eine Schlüsselstellung ein“ (Kur und Freizeit GmbH, 2010). Die Zahl der Übernachtungen lag laut Sauerland-Tourismus (2012) im Jahr 2011 bei 693.516. Im Schnitt bleiben die Gäste 3,2 Übernachtungen in der Region, die Länge der Aufenthalte ist im Vergleich zu den Vorjahren leicht sinkend. 80 Prozent der Touristen stammen aus Deutschland, meist aus den nahe gelegenen Ballungszentren in NRW. Unter den ausländischen Touristen ist die Gruppe der Niederländer die mit Abstand größte.

Schwerpunkte legt der Tourismus auf den Gesundheits- und Familientourismus (Sauerland-Tourismus, 2012). Entsprechend kommen nach Aussagen einiger großer Hoteliers die Gäste eher für ein Wochenende, treffen sich mit Familie oder Freunden und nutzen vor allem Angebote in der Natur. Viele Gäste seien älter als 60 Jahre. Bei dieser Gruppe wandelten sich die Interessen stark von früher häufiger gewünschten Gruppenaktivitäten hin zu flexibleren Individualangeboten. Auch die Experimentierfreudigkeit dieser Gruppe nehme zu. Bei den Familienurlaubern seien es meist die Kernfamilien mit Kleinkindern, die länger am Ort verweilen und vor allem Angebote nutzen, die besonders auf Kinder abgestimmt sind.

Kulturtourismus wird immer noch nicht explizit dargestellt. Dennoch wird beispielsweise der WaldSkulpturenWeg touristisch stark vermarktet. Auch das vom Tourismus getragene Projekt „Wege zum Leben – Spiritueller Sommer“ setzt im Jahr 2014 besonders auf künstlerische, kulturelle Inhalte (www.Wege-zum-Leben.com).

Dennoch wird das Sauerland im Allgemeinen wenig mit Kultur in Verbindung gebracht. So fand die FH Südwestfalen in Meschede zur Lebensqualität in NRW heraus, dass besonders junge Men-

schen dem Sauerland subjektiv eine „kulturelle Vielfalt“ absprechen. Den Befragten war jedoch wichtig, dass sie in ihrer Freizeit Kulturangebote nutzen können (Jacobi, 2013).

Bad Berleburg

Mit sechs Kliniken unterschiedlicher Sparten sowie Hotels und Pensionen boten 2013 in Bad Berleburg 30 Betriebe (ab 10 Betten) insgesamt 1424 Betten für Patienten, Begleitpersonen und Gäste an. Von den 344.336 Übernachtungen entfielen 32.235 auf die Hotels, Gasthöfe und Pensionen. Letztere stellten mit 31 Prozent der Beherbergungsbetriebe die größte Gruppe. Von diesen touristischen Gästen gibt es, neben dem ca. 80-prozentigen deutschen Anteil, größere Anteile von Niederländern und Dänen. Das touristische Profil steht in dem 2013/14 erstellten Tourismuskonzept auf den Säulen Natur, Wandern, Gesundheit, Kultur sowie Rad/Motorrad. Im Bereich Kultur sind der WaldSkulpturenWeg sowie die „Internationale Musikfestwoche auf Schloss Berleburg“ und das „Berleburger Literaturpflaster“ Hauptanziehungspunkte. Neben dem Schloss und der Wisent-Wildnis als kontinuierliche Anziehungspunkte locken vor allem Märkte wie der Wollmarkt, das Stünzselfest, das Erntedankfest mit Brotmarkt, der Holzmarkt oder die Weihnachtszeitreise weit über 80.000 Tagesgäste nach Bad Berleburg. Regelmäßige Übernachtungen gibt es auch durch „Montagetourismus“ mit Menschen, die unter der Woche in Bad Berleburger Firmen arbeiten oder tagen (IT NRW, ift 2014, Jahresberichte Bad Berleburg Markt & Tourismus). Wenig belastbare Zahlen gibt es zum Einzeltourismus, was die Diversifizierung in Einzelgäste, Paare, Familien sowie die Urlaubsinteressen der Gäste angeht. Einerseits fehlt eine belastbare aktuelle Analyse, andererseits fallen seit 2013 alle Betriebe mit weniger als 10 Betten aus der Statistik heraus. Inklusive der Ferienwohnungen handelt es sich dabei um insgesamt 53 Betriebe.

2.3 Kulturlandschaft

2.3.1 Entscheidungsstrukturen

Schmallenberg

Politisch verantwortlich für Kultur in Schmallenberg ist der Ausschuss für Bildung, Sport, Soziales und Kultur. In den Haushaltsberatungen werden die Kulturförderungen des nächsten Jahres beschlossen. In den Ausschusssitzungen kann zudem über Anträge für besondere Förderungen entschieden werden.

Der jährliche Haushalt der Stadt wird, mit wenigen Abweichungen, entsprechend des Haushalts des vorangegangenen Jahres verabschiedet. Große Teile der Ausgaben werden auf die Vorhaltung einer kulturellen Infrastruktur verwendet. Flexible Mittel zur Kulturförderung standen dem Kulturbüro im Jahr 2013 in Höhe von 6.000 € zur Verfügung.

Das Kulturprogramm der Stadt Schmallenberg wird von einem Verein entwickelt und organisiert. Dafür erhält der Verein eine jährliche Zuwendung, mit der ein Veranstaltungsprogramm teilfinanziert wird.

In der Stadtverwaltung Schmallenbergs ist eine Vollzeitstelle für die Kultur zuständig, die fachlich besetzt und im Schulverwaltungsamt angesiedelt ist. 2013 gab es eine Neubesetzung der Stelle, was eine Neuorganisation der Struktur und deren Benennung zur Folge hatte. Archiv, Kulturabteilung und die Projektstelle für Kulturentwicklungsplanung wurden unter dem Begriff Kulturbüro zusammengefasst, um nach außen deutlich Aufgabenspektrum und Beratungsleistung zu signalisieren. Das Schulverwaltungsamt wurde zur Verortung und Sichtbarmachung des Fachbereichs Kultur in Amt für Bildung, Kultur und Sport umbenannt.

Städtisch bezuschusst wird das Schieferbergbau- und Heimatmuseum Holthausen mit Südwestfälischer Galerie.

Darüber hinaus fördert die Stadt Schmallenberg Kulturvereine durch die Bereitstellung von Übungsräumlichkeiten bzw. durch die Erstattung von Effektivkosten bis zu 150 €, die bei der Nutzung eigener Räumlichkeiten anfallen.

Zusätzlich gibt es in Schmallenberg die Familienkarte, durch die Kinder und Jugendliche eine altersgestaffelte Anzahl von 5 € -Gutscheinen erhalten, die sie zur Ermäßigung von Kultur- und Freizeitangeboten verwenden können.

Seit 2013 ist Schmallenberg Preisträger des Landes NRW in der Kategorie "Kommunale Gesamtkonzepte für kulturelle Bildung". Schmallenberg verfügt über eine kulturelle Bildungslandschaft, die fast 40 unterschiedliche institutionelle Angebote in den Sparten Kunst, Musik, Theater, Literatur, Tanz und Museen als außerschulische Lernorte umfasst. Mit der Bewerbung für den Preis bekennt sich die Stadt Schmallenberg zu einer Förderung des Themenfeldes Kulturelle Bildung.

Ein Großteil der ehrenamtlichen Kulturlandschaft arbeitet unabhängig von städtischen Strukturen. Entscheidungen über Inhalte und Vorhaben werden im Verein, im Vorstand oder im dörflichen Verband getroffen. Engagierte Einzelpersonen sind häufig in mehreren Vereinen und Gremien vertreten und gestalten so die Kulturlandschaft maßgeblich mit.

Schnittstellenbereiche wie Tourismus, Kirchen, Wirtschaftsförderung oder Stadtentwicklung sind ebenfalls an kulturellen Planungen beteiligt und treten sowohl als Veranstalter, Bauherren von Kulturorten als auch als Antragsteller für Kulturfördergelder in Erscheinung. Vorhaben werden häufig von einem breiten Netzwerk von Akteuren getragen. In diesen Schnittstellenbereichen wird Kultur immer häufiger als Querschnittsaufgabe erkannt und in der Position des Kulturbüros in Planungstreffen einbezogen.

Bad Berleburg

Das politisch für die Kultur verantwortliche Gremium der Stadt Bad Berleburg ist der Ausschuss für Soziales, Bildung, Sport und Kultur. Im Ausschuss werden im Rahmen der Haushaltsberatungen die Mittel für die verschiedenen Kulturbereiche als Beschlussempfehlung an den Rat weitergeleitet. Es erfolgt eine regelmäßige Berichterstattung über Maßnahmen der Kulturförderung im Ausschuss. Besondere Projekte der Kulturförderung wie das Modellprojekt der Kulturentwicklungsplanung werden dem Ausschuss zur Abstimmung vorgelegt. Der Schwerpunkt der städtischen Kulturarbeit liegt auf der Beratung und Vernetzung der ehrenamtlichen Kulturarbeit. In der städtischen Verwaltung betreut die Abteilung Kultur und Erwachsenenbildung im Fachbereich Bürgerdienste die Themen:

- ▶ Kulturplanung und Kulturkoordinierung mit dem Schwerpunkt der Förderungen im kulturellen Bereich
- ▶ Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen (inklusive der kulturellen Großveranstaltung „Berleburger Literaturpflaster“, die eine aktive Netzwerkstruktur umsetzt)
- ▶ Bibliothekswesen in Form einer Stadtbücherei mit Veranstaltungen der Leseförderung, Kooperationen mit allen Schulformen u.a. im Rahmen von Bildungspartnerschaften
- ▶ Weiterbildung: Kooperationen mit der VHS Siegen-Wittgenstein
- ▶ Ansprechpartner für den Verein der Musikschule Wittgenstein e.V. inklusive des städtischen Zuschusses
- ▶ Museumsangelegenheiten, Förderung und Ansprechpartner für die Museen in Vereinsträgerschaft im Stadtgebiet
- ▶ Leitung und Entwicklung des Stadtarchivs

Historisch gewachsen hat die Kulturgemeinde Bad Berleburg den Auftrag, ein mehrpartiges Kulturprogramm zu veranstalten. Hierfür erhält sie einen jährlichen Zuschuss und vergünstigte Nutzungsmöglichkeiten städtischer Gebäude durch die Stadt Bad Berleburg. Im Rahmen der kulturellen Bildung, auch vernetzt mit Schulen und Kindergärten, ist die Musikschule Wittgenstein e.V. aktiv. Die Musikschule erhält eine vertraglich geregelte finanzielle Unterstützung und eine Nutzung eines städtischen Gebäudes zu günstigen Konditionen.

Im Rahmen der Kulturförderung nimmt die Netzworkebildung einen besonderen Stellenwert ein. Hier steht das Berleburger Literaturpflaster als erfolgreiches Beispiel mit überregionaler Wirkung. Es wird von einer kulturellen Veranstaltergemeinschaft getragen und unter Beteiligung von Gastronomie, Einzelhandel, Wirtschaft, Schulen, Kindergärten usw. durchgeführt.

Ein Großteil der ehrenamtlichen Kulturlandschaft arbeitet unabhängig von städtischen Strukturen. Entscheidungen über Inhalte und Vorhaben werden im jeweiligen Verein, im Vorstand oder im dörflichen Verband getroffen. Engagierte Einzelpersonen sind häufig in mehreren Vereinen und Gremien vertreten und gestalten so die Kulturlandschaft maßgeblich mit.

Schnittstellenbereiche wie zum Beispiel Tourismus, Kirchen, Stadtentwicklung durch Projekte der „Regionale 2013“ und die Jugendarbeit in Form des Jugendfördervereins sind ebenfalls an kulturellen Planungen beteiligt und treten sowohl als Veranstalter, als Bauherren von Kulturorten als auch als Antragsteller für Kulturfördergelder in Erscheinung. Vorhaben werden häufig von einem breiten Netzwerk von Akteuren getragen.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

2.3.2 Operative Akteure

Schmallenberg und Bad Berleburg lassen ihre Angebote im Bereich der Hochkultur jeweils durch Vereine planen und umsetzen. In Schmallenberg ist die „Kulturelle Vereinigung Schmallenger Sauerland e.V.“ Ansprechpartner und Organisator in Sachen Hochkultur, in Bad Berleburg übernimmt die „Kulturgemeinde Bad Berleburg e.V.“ bereits seit den 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts diese Funktion.

Schmallenberg

Stadt: Kulturbüro

Das Kulturbüro der Stadt Schmallenberg versteht sich als Kontakt- und Beratungsstelle für die Kulturschaffenden im Stadtgebiet. In der Selbstdarstellung wird der Aufbau von Kooperationen aus allen Sektoren, Strategien zur Kulturentwicklung, Perspektiven der Kulturförderung sowie die Sicherung kultureller Teilhabe in den Mittelpunkt gestellt.

Vereine

In Schmallenberg gibt es derzeit über 60 eingetragene Kulturvereine, einige ruhen jedoch in ihren Aktivitäten oder befinden sich in Auflösung. Die stärkste Sparte ist die Musik mit ihren zahlreichen Musikvereinen und Chören, daneben gibt es Heimat- und Geschichts-, Museums-, Theater-, Literatur- und Kunstvereine sowie Vereine, die als Veranstalter unterschiedlicher Kulturbereiche auftreten.

Betrachtet man die Altersstruktur der Vereine insgesamt, lässt sich feststellen, dass mehr als ein Drittel aller Mitglieder im Alter zwischen 40 und 60 Jahren sind. Weitere 27 Prozent der Mitglieder sind älter als 60 Jahre, wovon etwa 30 Prozent sogar älter als 75 sind.

Bei Chören und Vereinen der Heimatpflege ist die stärkste Gruppe zwischen 40 und 60 Jahren alt. Jedoch ist auch ca. ein Drittel bis die Hälfte der Mitglieder älter als 60 Jahre. Kinder und Jugendliche sind nur mit wenigen Mitgliedern (max. 13 Prozent) vertreten.

FORTSETZUNG SEITE 30

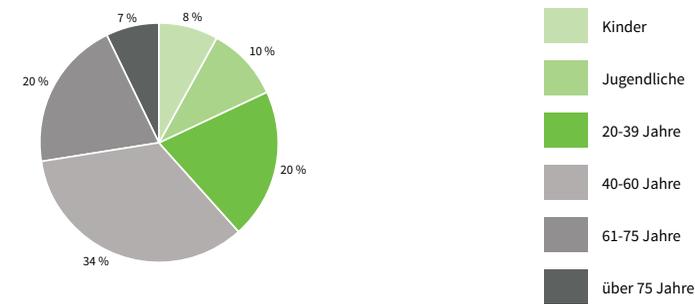


Abb.06: Altersstruktur Kulturvereine insgesamt Schmallenberg.

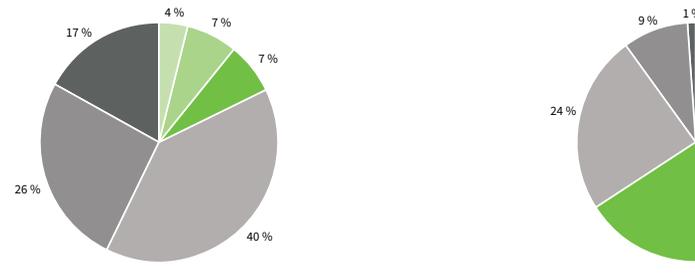


Abb.07: Altersstruktur Chöre insgesamt Schmallenberg

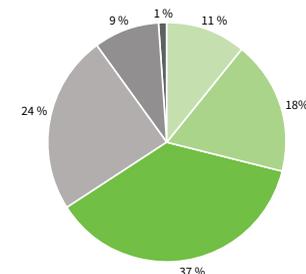


Abb.08: Altersstruktur Musikvereine Schmallenberg

Bad Berleburg

Stadt: Abteilung für Kultur und Erwachsenenbildung

Die Abteilung für Kultur und Erwachsenenbildung tritt als Kulturakteur u.a. durch die Stadtbücherei, das Berleburger Literaturpflaster sowie verschiedene Koordinierungs- und Beratungstätigkeiten im Bereich der ehrenamtlichen Kultur in Erscheinung.

Vereine

Das kulturelle Leben in Bad Berleburg wird fast ausschließlich von den ca. 65 Vereinen und Gruppen getragen, die ganz oder in Teilbereichen kulturell aktiv sind. Das bedeutet, dass (Mehrfachmitgliedschaften nicht eingerechnet) über 1/3 der Bevölkerung Mitglied in einem dieser Vereine ist. Größte Gruppen sind Chöre und Heimatvereine, letztere unterhalten alleine acht Museen und Heimatstuben. Dazu existieren Dorfvereine, die teilweise als Dachvereine tätig sind, Theatervereine, Musikvereine, sowie Vereine, die als Veranstalter tätig sind. Außerdem wird das Thema Kulturelle Bildung durch zwei Musikschulen und die Außenstelle der Kreisvolkshochschule abgedeckt.

Größte Altersgruppe bei den Vereinen insgesamt ist mit 37 Prozent die Gruppe zwischen 61 und 75 Jahren, gefolgt von den 40 – 60-Jährigen mit 33 Prozent und den über 75-Jährigen mit 13 Prozent. Lediglich 17 Prozent der Mitglieder sind unter 40 Jahren. Den höchsten Altersdurchschnitt haben dabei die Chöre, bei denen alleine 61 Prozent der Mitglieder über 60 Jahre alt sind, gefolgt von den Heimatvereinen (40 Prozent über 60).

FORTSETZUNG SEITE 31

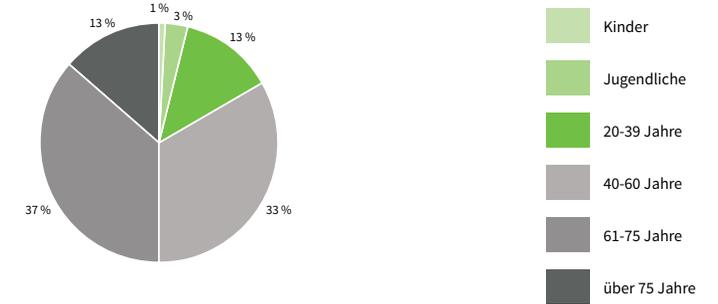


Abb.09: Altersstruktur Kulturvereine insgesamt Bad Berleburg

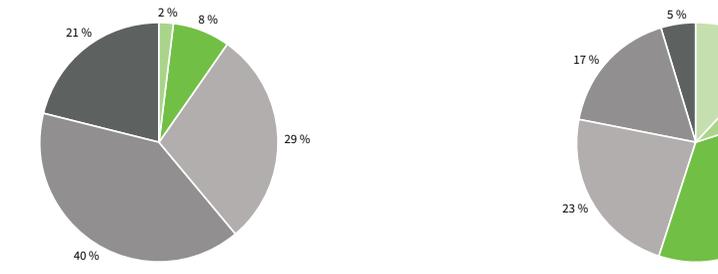


Abb.10: Altersstruktur Chöre Bad Berleburg

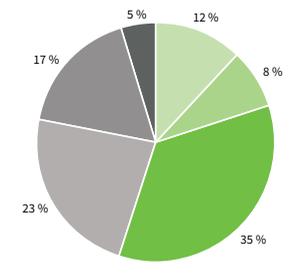


Abb.11: Altersstruktur Heimatvereine Bad Berleburg

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Die Musikvereine sind im Durchschnitt jünger. Die meisten Mitglieder (ca. 35 Prozent) sind im Alter zwischen 20 und 39 Jahren. Fast 30 Prozent der Mitglieder sind Kinder und Jugendliche, nur 10 Prozent sind über 60 Jahre alt.

Im Schnitt haben die Kulturvereine 89 Mitglieder, die allerdings im Verhältnis passive/aktive Mitglieder nur auf 15 Prozent Aktive zurückgreifen können.

Der Anteil der Kinder und Jugendlichen im Kulturbereich beträgt insgesamt 17 Prozent, wobei in der Berechnung auch spezifische Angebote für Kinder und Jugendliche (z.B. Kinderchor, Jugendkunstschule und Büchereien) einbezogen sind.

Allgemein lässt sich ein Rückgang der Mitgliederzahlen um ca. 10 Prozent in den letzten 10 Jahren beobachten. Eine Ausnahme stellen die Vereine zur Heimatpflege dar, die in den letzten 10 Jahren um knapp 7 Prozent gewachsen sind. Die Theatervereine können auf relativ konstante Mitgliederzahlen zurückblicken, die Chöre verzeichneten einen Rückgang von knapp 16 Prozent. Die Mitgliederzahlen der Musikvereine bleiben relativ konstant, teilweise mit leichtem Anstieg.

In den Chören und den Musikvereinen werden Honorare an Chorleiter oder Dirigenten gezahlt, sonst wird die Kulturarbeit im Verein bis auf wenige Ausnahmen unentgeltlich getragen.

Institutionen

Im Rahmen der „Regionale Südwestfalen“ wird die Akademie Bad Fredeburg zum Südwestfälischen Musikbildungszentrum umgebaut. Im Musikbildungszentrum können Ensembles, Bands und Orchester unterschiedlicher Genres professionelle Bedingungen für Proben und Aufnahmen finden. 70 Prozent der Förderung stammen aus Mitteln, die über die „Regionale Südwestfalen“ akquiriert wurden, die verbleibenden 30 Prozent teilen sich die Stadt Schmallenberg

und der Hochsauerlandkreis. Obwohl die Schwerpunktsetzung deutlich auf Musik liegt, sieht das Konzept auch eine Öffnung für Tanz- und Theaterensembles vor. Ein Nutzungskonzept liegt zum derzeitigen Zeitpunkt noch nicht vor, angedacht ist jedoch eine Verbindung zur Kultur vor Ort zu schaffen.

Schmallenberg besitzt eine Zweigstelle der Volkshochschule HSK. Kunst und Kultur wird als Themenfeld nicht angeboten. Unter dem Stichwort Kreativität finden sich meist Kurse im Bereich Basteln und Dekorieren.

Die Musikschule gehört ebenfalls zur Musikschule Hochsauerlandkreis. Angeboten werden Elementare Musikerziehung, Instrumentalunterricht und die Beteiligung an unterschiedlichen Ensembles. Der Unterricht findet hauptsächlich im Schulzentrum Schmallenberg statt.

Seit 2011 gibt es in Schmallenberg eine Jugendkunstschule in der Trägerschaft des Freundeskreises kunsthaus alte mühle e.V. Die Leitidee ist, Kindern und Jugendlichen kulturelle Teilhabe zu ermöglichen.

Die Arbeit der Jugendkunstschule umfasst Atelierkurse, in denen Kinder und Jugendliche in heterogenen Gruppen ihre individuellen Fähigkeiten und Fertigkeiten entdecken und künstlerische Ausdrucksformen finden können. Zusätzlich gibt es den Bereich der Kunstvermittlung, in dem Kinder und Jugendliche unter professioneller Begleitung Künstlern und deren Werken begegnen können. Darüber hinaus bietet die Jugendkunstschule auch Projekte und Ferienprogramme an.

FORTSETZUNG SEITE 32

Die „jüngsten“ Vereine sind die Musikvereine mit lediglich 22 Prozent über 60-Jährigen und 20 Prozent Kindern und Jugendlichen. Deutlich steigende Altersstrukturen finden sich dagegen bei den Chören und den Heimatvereinen, aber auch bei fast allen anderen Vereinen.

Die Chöre leiden generell unter sinkenden Mitgliederzahlen (ca. 15 Prozent in den vergangenen 10 Jahren) Bei derzeit im Schnitt 115 Mitgliedern singen 27 Personen. Die meisten Heimatvereine verzeichnen steigende Mitgliederzahlen. Außer bei den Chören haben steigende oder sinkende Mitgliederzahlen mehr mit der Situation des einzelnen Vereins zu tun als mit einem generellen Trend. Insgesamt ist ein Mitgliederrückgang von 5,3 Prozent in den vergangenen 10 Jahren zu verzeichnen.

Vereine mit gemeinsamen Aktivitäten (Chöre, Musikvereine) haben naturgemäß im Verhältnis mehr aktive Mitglieder als Vereine, deren Zweck es ist, Veranstaltungen zu organisieren oder Heimatpflege zu betreiben. Chöre haben derzeit im Schnitt 115 Mitglieder, davon singen 27, also 28 Prozent aktive Mitglieder. Dagegen reduziert sich die Aktivenzahl bei Heimatvereinen im Schnitt auf 25 Prozent, bei der Kulturgemeinde Bad Berleburg gar auf 3 Prozent. Hier ist der Zweck der Vereinsmitgliedschaft oft eher die finanzielle Förderung durch den Mitgliedsbeitrag.

Kinder und Jugendliche sind bei den Bad Berleburger Kulturvereinen unterrepräsentiert. Ein Grund dafür ist, dass kulturelle Kinder- und Jugendbildung beispielsweise in der Musikschule stattfindet, die Mitglieder sind jedoch meist die Eltern. Auch im Jugendförderverein sind die Mitglieder Erwachsene. Daher spiegelt sich das kulturelle Angebot für Kinder und Jugendliche nicht immer in der Zusammensetzung der Mitgliedschaft der Vereine.

Entgeltliche Arbeit findet man im Wesentlichen in Form von Honorartätigkeiten bei Chören, Musikvereinen, Musikschulen sowie

der VHS. Keinerlei entgeltliche Arbeit findet sich im Bereich der Heimat- und Dorfvereine.

Institutionen

Da bei den Institutionen nicht die Mitglieder, sondern das Angebot im Fokus der Bestandsaufnahme steht, wurde die Mitgliederstruktur nicht näher untersucht.

Die Kreisvolkshochschule ist mit einer Zweigstelle in Bad Berleburg vertreten. Neben kreativen Angeboten finden sich im Programm zum Thema Kultur auch musikalische Kurse, der Fokus liegt auf der Weiterbildung, auch im kulturellen Bereich. Des Weiteren bieten eine private und eine vereinsgetragene Musikschule Instrumental- und Vokalunterricht sowie Ensembles an, die Musikschule Wittgenstein e.V. ist mit eigenen und Kooperationsangeboten auch in Schulen vertreten. Die Stadtbücherei bietet eine Palette von Bildungs- und Weiterbildungsangeboten an. Leseförderung für Vorschulkinder (Lesepaten), Kooperationen mit Kindergärten und allen Schulformen, auch in Form von Bildungspartnerschaften wird ein besonderes Augenmerk gewidmet. Die Präsenzbibliothek und Ausleihfähigkeit runden das Programm ab. Die in Trägerschaft des Kreises befindliche „SommerAkademie am Rothaarsteig“ veranstaltet Kunstkurse in unterschiedlichen Räumen wie der Orangerie oder dem Atelier am Dödesberg.

FORTSETZUNG SEITE 33

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Private und kommerzielle Kulturanbieter

Als private Kulturanbieter sind das Lichtwerk mit Kino, Kultur und Club zu nennen. Darüber hinaus gibt es Buchhandlungen, die gelegentlich auch Lesungen anbieten. Im Bereich Bildende Kunst/Kunsthandwerk gibt es den Skulpturenpark Waldemei, der gegen Eintritt zu besuchen ist, und einige Galerien/Werkstätten, die Exponate unterschiedlicher Kunsthandwerke zum Verkauf anbieten.

Ab 2015 wird die SommerAkademie am Rothaarsteig ein Workshop-Programm im Bereich Bildende Kunst in den Räumlichkeiten des neu erbauten Lenne-Ateliers am Kunsthause Alte Mühle anbieten.

Kirchen

Die katholische und die evangelische Kirche unterstützen in Schmallenberg auf unterschiedlichen Wegen kulturelle Aktivitäten. Die katholische Kirche betreibt im Stadtgebiet sechs Büchereien, die zudem von der Stadt bezuschusst werden.

Darüber hinaus sind das Dekanat Hochsauerland-Mitte und der Kirchenkreis Wittgenstein Kooperationspartner im Regionale-Projekt „Wege zum Leben. In Südwestfalen“.

Weitere Akteure

Die Tourismus-Gesellschaft des Schmallenberger Sauerlands „Kur und Freizeit GmbH“ ist an einer Reihe kultureller Projekte und Ereignissen beteiligt. Die „Kur und Freizeit GmbH“ ist Träger des Projektes „Wege zum Leben. In Südwestfalen“ und damit auch des „spirituellen Sommers“, eines Veranstaltungsprogrammes, das neben spirituellen Angeboten auch ein kulturelles Programm integriert.

Darüber hinaus ist die „Kur- und Freizeit GmbH“ maßgeblich an der Vermarktung des WaldSkulpturenWeges beteiligt und unterstützt

die örtlichen Museen dabei, sich touristisch besser aufzustellen. Viele der von der „Kur und Freizeit GmbH“ initiierten Ereignisse haben zudem kulturelle Bestandteile, wie etwa das Wanderfestival in Latrop, bei dem beispielsweise durch den Theaterverein Fleckenberg eine Wanderung mit Theater angeboten wird.

Als Ausrichter der Schmallenberger Woche, dem fünf-tägigen Stadtfest, tritt die Werbegemeinschaft Schmallenberg e.V. auch als Kulturveranstalter auf. Events rund um den Einzelhandel beinhalten meist auch ein kulturelles Rahmenprogramm, oft mit ansässigen Vereinen und Musikgruppen.

Private und kommerzielle Kulturanbieter

Neben dem Capitol-KinoCenter, das die Sparte Film sowohl mit Bundesstarts als auch mit einer eigenen Filmkunstreihe abdeckt, treten zwei Buchhandlungen mit eigenen Lesungen in Erscheinung. Auch das Literaturhotel Landhaus Wittgenstein ist Veranstalter eigener Lesungen sowie Unterstützer des Berleburger Literaturpflasters. Daneben bieten zwei private Wanderagenturen auch Wanderungen zu kulturhistorischen Themen, Krimiwanderungen und mehr an. Vereinzelt buchen auswärtige Agenturen Veranstaltungen der Sparte Kindertheater u.a. selbst im Bürgerhaus am Markt ein. Eine Nachhilfeagentur betreibt seit kurzem eine kleine Kunstschule. Eine ursprünglich durch eine Agentur veranstaltete Open-Air-Konzertreihe ist mittlerweile erfolgreich in die Trägerschaft des Jugendfördervereins übernommen worden.

Kirchen

Die Kirchen verstehen sich in Bad Berleburg mehr als Ermöglicher denn als Veranstalter von Kultur. Beispielsweise öffnen sie ihre Räume für Proben und Konzerte. Ausnahme ist hier die Kirchenmusikreihe in Aue-Wingeshausen. Außerdem unterhält die Evangelische Kirche eine öffentliche Gemeindebücherei.

Veranstaltergemeinschaften

Charakteristisch für die Bad Berleburger Dörfer ist die Bildung von Veranstaltergemeinschaften bzw. Dachvereinen (Dorfvereinen) für die Durchführung von Kulturveranstaltungen und Veranstaltungen mit kulturellen Anteilen. Beispiel für eine funktionierende Veranstaltergemeinschaft ist das Berleburger Literaturpflaster, bei dem Stadt, Kulturgemeinde, Touristiker, Buchhandlung und VHS gemeinsam als Veranstalter stehen. Gleichzeitig ist dies ein Beispiel für städtische Kulturförderung durch Netzwerkarbeit. Beispiel für

eine Dachorganisation ist der Jugendförderverein, in dem sich verschiedenste Vereine zur Stärkung einer gemeinsamen Jugendarbeit zusammengeschlossen haben. Hier arbeiten die Mitgliedsvereine gemeinsam für den Erfolg unterschiedlichster Veranstaltungen auf Basis eines Umlagesystems.

Weitere Akteure

„Bad Berleburg Markt und Tourismus e.V.“ tritt kulturell regelmäßig mit sommerlichen Schlosshofkonzerten in Erscheinung und ist ansonsten als Veranstalter, Mitveranstalter oder Unterstützer bei den verschiedenen Märkten mit ihren kulturellen Anteilen aktiv. Auch die Vermarktung von Museen oder dem WaldSkulpturenWeg wird durch den Verein über die Erstellung von Druckerzeugnissen sowie Buchungen unterstützt.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

2.3.3 Kulturelles Angebot

Die Darstellung des Kulturangebots beider Städte erhebt nicht den Anspruch, lückenlos zu sein. Die Auflistung ist Ergebnis der Recherche in den städtischen Vereinsverzeichnissen, bei den Verbänden, den verschiedenen Vereinen, Tageszeitungen und Gesprächen. Die Angebotsbeschreibung ist Ergebnis der Bestandsaufnahme.

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Musik	Chöre	Über 20 Chöre sind aktiv, darunter befinden sich Männergesangvereine, Frauenchöre, Gemischte Chöre und Kinderchöre. Fast alle Chöre sind als Verein organisiert und sind Mitglied im Kreischorverband. Fünf Chöre wurden als Meisterchor oder Leistungschor ausgezeichnet. Das Repertoire bedient vornehmlich traditionelles Liedgut, ein kleiner Teil definiert sein Repertoire in den Bereichen geistliche und weltliche Musik, bzw. klassische Musik, Pop, Schlager oder Gospel. Der Großteil der Chöre tritt zu Jubiläen, Dorfveranstaltungen und selbst organisierten Veranstaltungen auf. Fast alle Chöre treffen sich einmal jährlich zum gemeinsamen Singen bei einem Sängerkfest.
	Spielmanszüge und Blasorchester	Unter den 18 eingetragenen Musikvereinen befinden sich Spielmanszüge und Tambourcorps, ein kirchlicher Bläserchor und neun Blasmusikkapellen, -orchester und kleinere Ensembles. In zwei Musikvereinen gibt es ein eigenes Jugendblasorchester. Auftritte finden meist im Rahmen von städtischen oder dörflichen Festen, insbesondere Schützenfesten, statt.
	Bands	Häufig entstehen aus den Musikvereinen heraus kleinere Ensembles oder Bands, die einen bestimmten Stil, eine Altersgruppe oder Instrumente favorisieren. Diese Zusammenschlüsse sind oft lose Initiativen. Zusätzlich sind Bands in den Sparten Big Band/Jazz, Blues und Rock zu nennen. Auch eine kleine Jugendbandszene gibt es, die nur wenig durch Auftritte und Veranstaltungen im Stadtbild sichtbar ist. Im Rahmen des Jugendkulturfestivals „Festival der Kulturen“ werden unregelmäßig Band Contests mit Nachwuchsbands veranstaltet. Auch die örtliche Realschule hat eine Band AG.
	Konzerte	Jährlich, in der Zeit von Juni bis August, finden die Wormbacher Sommerkonzerte statt. Die klassischen Konzerte mit geistlicher und weltlicher Musik finden seit über 30 Jahren in der romanischen Kirche in Wormbach statt.

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Musik	Chöre	Es gibt 23 als Verein organisierte sowie zwei weitere Chöre aus den Sparten Männergesangvereine, Frauenchöre und Gemischte Chöre. Das Repertoire besteht vornehmlich aus traditionellem Liedgut, je ein Chor definiert sein Repertoire im Bereich klassische Chormusik bzw. Pop und Jazz. Der Großteil der Chöre tritt zu Jubiläen, Dorfveranstaltungen und selbst organisierten Konzerten auf. Die als Verein organisierten Chöre gestalten Sängerkfeste. Insgesamt berichteten die Chöre über bis zu 50 Auftrittstermine pro Jahr.
	Spielmanszüge und Blasorchester	Drei Spielmanszüge / Tambourcorps sowie drei über den CVJM organisierte Posaunenchöre musizieren in Bad Berleburg. Dazu ein Alphornensemble. Das Repertoire reicht von klassischer Marschmusik bis hin zu Musicalarrangements, bei Posaunenchören steht meist geistliche Musik auf dem Programm.
	Bands	Bad Berleburgs Bandszene befindet sich derzeit im Generationswechsel. Neben der Schulband des Gymnasiums und zwei Jazzbands der Musikschule tritt lediglich eine Folkgruppe sowie eine Metalband in Erscheinung
	Konzerte	Neben den Konzerten der Chöre und Musikvereine werden von der Kulturgemeinde Bad Berleburg, dem Jugendförderverein, dem Touristikverein und anderen Vereinen Konzerte in den Bereichen Sinfonische Musik, Kammermusik, Popmusik mit Coverbands oder volkstümlicher Musik veranstaltet.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Heimatspflege	Museen und Heimatstuben	Im Stadtgebiet befinden sich fünf museale Einrichtungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten: Heimatmuseum, Schieferbergbaumuseum, Klostermuseum, Besteckmuseum, Waldarbeitermuseum und Amtsgerichtsmuseum. Drei Museen verfügen über feste Öffnungszeiten, eines kann nur im Rahmen einer Führung besucht werden, eines ist ein Ausstellungsraum ohne Personal und kann ganztägig besucht werden. Alle Museen befinden sich in unterschiedlichen Ortschaften, nicht in der Kernstadt. Im Heimat- und Schieferbergbaumuseum finden zur ständigen Sammlung auch Sonderausstellungen statt. Dieses Museum wird von der Stadtverwaltung personell unterstützt. In den Museen gibt es keine zielgruppenspezifischen Führungen. Alle Museumsführer machen ihre Arbeit ehrenamtlich und haben keine Qualifizierung durchlaufen. Besucherzahlen werden nicht von allen Museen systematisch erhoben. Angaben über Besucherzahlen einzelner Häuser liegen zwischen 800 und 5000 Besuchern jährlich.
	Heimat- und Geschichtsvereine	Im Stadtgebiet sind acht Heimatvereine vertreten, die wiederum unterschiedliche Schwerpunkte als Förder-, Geschichts-, Fahnen- oder Verkehrsverein unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Ein Verein beschäftigt sich ortsübergreifend mit historischen Ereignissen, die anderen beziehen sich meist auf eine Ortschaft oder angrenzende Ortschaften. Das Aufgabenspektrum umfasst die Herausgabe von Publikationen zu Heimatthemen, die Archivierung von Bildmaterial und Dokumenten, die Organisation von Jubiläen und Dorfveranstaltungen im Rahmen der Brauchtumspflege. Des Weiteren gibt es ein historisch restauriertes Forsthaus, das im Rahmen einer Stiftungsgründung für Besucher zugänglich gemacht werden soll. In Veranstaltungen werden dort zukünftig Heimatthemen behandelt.

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Heimatspflege	Museen und Heimatstuben	Neben dem Schloss Berleburg existieren vereinsgetragene Museen und Heimatstuben zu den Themen Schiefer, Schmiede, Drechseln, Landwirtschaft, Pietismus, Geschichte, Modelleisenbahn, Wisent und Moped. Ein Verein ist ohne Haus, ein weiterer muss umziehen. Schloss Berleburg und die Wisent-Ausstellung haben mehr als einmal die Woche geöffnet, die Drehkoite und das Schieferschaubergwerk einmal pro Woche, alle anderen sind zwei- bzw. einmal pro Monat oder noch seltener zu besuchen. Im Schloss, dem Schieferschaubergwerk und in der Drehkoite gibt es regelmäßig und nach Bedarf Gruppenführungen für Touristen und Schulklassen. Alle vereinsgetragenen Museen werden ehrenamtlich mit teilweise extrem knapper Personaldecke betrieben.
	Heimat- und Geschichtsvereine	Fast jeder Bad Berleburger Ortsteil hat einen Heimatverein. Insgesamt befassen sich 17 Heimatvereine mit der Verschönerung des Ortsbildes, mit Geschichtsforschung und Brauchtumspflege, organisieren teilweise Veranstaltungen für die örtliche Bevölkerung, sind Träger von Museen und Heimatstuben. Viele sind Herausgeber von Publikationen zur örtlichen Geschichte.
	Dorfvereine	Zwölf Dorfvereine haben sich in den vergangenen Jahrzehnten als Zusammenschluss der örtlichen Vereine gebildet. Durch diese Zusammenschlüsse gelingt es den Vereinen, Großveranstaltungen wie Dorfjubiläen, Konzerte usw. ebenso zu schultern wie den Bau und Unterhalt von Kulturhallen und anderen Gemeinschaftseinrichtungen.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Theater	Theatervereine	Fünf Theatervereine präsentieren sich jährlich bei Aufführungen in den jeweiligen Ortschaften. Die Vereine verfügen über eigene Räume für Kostüme und Requisiten, die Aufführungsorte entsprechen den Ansprüchen der Schauspieler und Stücke. Ein Theaterverein zeigt zusätzlich zum jährlichen Stück in einem kleinen Theaterraum mit nur 40 Sitzplätzen Lorient-Sketche. Darüber hinaus gibt es ein Musiktheater für Kinder und Jugendliche, dessen Aufführungen meist auf einer Schulbühne stattfinden.
	Theaterveranstaltungen und Kabarett	Im Jahr werden fünf Theatervorstellungen professioneller Ensembles angeboten. Die Veranstaltungen finden in der Schulaula des Gymnasiums statt. Ein Stück jährlich orientiert sich am Curriculum einer Schule.
Literatur	Lesungen	Eine Literaturgesellschaft fördert Autoren aus der Region und bietet für Mitglieder sowie externes Publikum Lesungen, Literaturfahrten, Fortbildungsangebote für Autoren, Literatur-Projekte und Vernetzungsveranstaltungen an. Die Literaturgesellschaft beteiligt sich auch an überregionalen Programmen wie lila:we (Literaturland Westfalen) oder der Kriminale. Ein weiterer Verein veranstaltet Lesungen und Vorträge bekannter Autoren und Nachwuchsautoren.
	Büchereien	Im Stadtgebiet gibt es sechs Büchereien in kirchlicher Trägerschaft mit ehrenamtlichen Helfern, festen Öffnungszeiten und eigenem Bücher- und Medienbestand. Unregelmäßig oder zu bestimmten Anlässen werden dort auch Lesungen angeboten.
Tanz	Tanzvereine	Als einziger eingetragener Verein gibt es eine Square Dance Gruppe. In den Familienzentren wird gelegentlich Tanzen für Kinder angeboten. Teilweise bieten Sportvereine Tanzkurse für Kinder und Jugendliche an. Eine kommerzielle Tanzschule bietet zudem Tanzkurse im Standard-Tanz an.

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Theater	Theatervereine	Vier Laientheatergruppen treten im Schnitt mit einem Stück pro Jahr vor das örtliche Publikum. Drei sind als eigener Verein organisiert, die vierte ist Teil eines Heimatvereins. Die Stücke sind durchweg aus dem Genre Schwank, Komödie und Mundart.
	Theaterveranstaltungen und Kabarett	Professionelle Veranstaltungen aus den Bereichen Kindertheater, Theater, Musical und Kabarett werden in der Regel von der Kulturgemeinde Bad Berleburg an verschiedenen Spielorten in der Kernstadt mit ca. 30 Veranstaltungen pro Jahr durchgeführt.
Literatur	Lesungen	Das „Berleburger Literaturpflaster“ befasst sich in jedem Herbst durch Autorenlesungen und andere Veranstaltungen umfassend mit dem jeweiligen Gastland der Frankfurter Buchmesse. Außerdem finden Lesungen für Kinder und Erwachsene in der Stadtbücherei statt und auch die Buchhandlungen, das Lesehotel und die Kulturgemeinde treten sporadisch mit einzelnen Autorenlesungen in Erscheinung.
	Büchereien	Neben der Stadtbücherei betreibt die evangelische Kirchengemeinde eine kleinere öffentliche Bücherei.
Tanz	Tanzvereine	In einigen Sportvereinen existieren Tanzgruppen in den Bereichen Jazztanz bis Showtanz, außerdem ein Gesellschafts-Tanzclub und eine Balletttruppe. Eine auswärtige Tanzschule bietet Gesellschafts-Tanzkurse an.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Kunst	Lokale Künstler	Im Stadtgebiet leben einige Künstler aus den Bereichen Malerei, Bildende Kunst, Schmiede- und Glaskunst und Bildhauerei, die sich teils unter dem Namen SauerlandArt vernetzen. In diesem Rahmen entstehen gemeinsame Ausstellungen und Veranstaltungsformate. Gesteuert wird die Vernetzung durch die Tourismus-Gesellschaft. Ein Künstlerehepaar stellt ihre Objekte in einem Skulpturenpark mit angegliedertem Atelier aus und macht sie so gegen ein Eintrittsgeld für Besucher zugänglich.
	Ausstellungen	In der Kernstadt befindet sich ein Ausstellungshaus, in dem zeitgenössische Kunst in wechselnden Ausstellungen präsentiert wird. Das Ausstellungshaus wird von einem Verein betrieben, zudem unterstützt ein künstlerischer Beirat die Auswahl der Künstler und Exponate. Die Wechselausstellungen werden in der Regel mit einer Veranstaltung eröffnet oder beendet. Zu den Ausstellungen werden meist Führungen angeboten. Der Verein ist zudem Trägerverein der Jugendkunstschule. Angebunden an das Heimatmuseum gibt es die Südwestfälische Galerie, die als Ausstellungsfläche für moderne und zeitgenössische Kunst aus der Region angelegt wurde. Die Räume werden teils auch für Sonderausstellungen genutzt.
	Kunstprojekte	Zwischen den Städten Bad Berleburg und Schmallenberg verläuft der WaldSkulpturenWeg, ein Wanderweg mit 11 Skulpturen renommierter Künstler. Der WaldSkulpturenWeg wird durch die Tourismus-Gesellschaft und ansässige Gastronomen und Hoteliers beworben und teilweise von Kulturschaffenden als Veranstaltungsort genutzt.
	Kunsth Handwerk	Zwischen den Städten Bad Berleburg und Schmallenberg verläuft der WaldSkulpturenWeg, ein Wanderweg mit 11 Skulpturen renommierter Künstler. Der WaldSkulpturenWeg wird durch die Tourismus-Gesellschaft und ansässige Gastronomen und Hoteliers beworben und teilweise von Kulturschaffenden als Veranstaltungsort genutzt.

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Kunst	Lokale Künstler	Lediglich drei der in Bad Berleburg aktiven Künstler können zur Gruppe der Profis gerechnet werden. Alle anderen kommen aus dem Bereich der Laienkunst. Die meisten von ihnen arbeiten im Bereich Malerei, Zeichnung, wenige skulptural. Fast alle haben sich in der „Wittgensteiner Kunstgesellschaft“ zusammengeschlossen. Eine Künstlerin bietet in ihrem Atelier regelmäßig Malkurse an. Zwei sind regelmäßig im Projekt „Kultur und Schule“ aktiv.
	Ausstellungen	Seit dem Verkauf des städtischen Museums 2012 gibt es keine Ausstellungsräume, die abends und am Wochenende geöffnet sind. Fast alle Ausstellungen finden in der Geschäftsstelle der Sparkasse statt. Einzelne auch in der Volksbank, der Gastronomie, im Krankenhaus usw. Seit dem vergangenen Jahr hat die Wittgensteiner Kunstgesellschaft immer wieder Gemeinschaftsausstellungen in Leerständen organisiert und selbst betreut.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Kulturelle Bildung	Institutionen	<p>Schmallenberg wurde im November 2013 für ein kommunales Gesamtkonzept zur Kulturellen Bildung von der Landesregierung NRW mit einem Geld-Preis ausgezeichnet. Das kommunale Gesamtkonzept beschreibt die Vielzahl der kulturellen Akteure, die zur Kulturellen Bildung beitragen. Ideen und Maßnahmen im Bereich der Kulturellen Bildung werden bei einem gemeinsamen Jour Fixe des Kulturbüros und des Jugendamtes besprochen.</p> <p>Die ansässige Jugendkunstschule bietet Projekte und Kurse für Kinder und Jugendliche in unterschiedlichen Kunstsparten, kooperiert mit Schulen und Jugendarbeit und bietet Projekte im Rahmen eines Familienferienprogramms an. Die Stadt Schmallenberg beteiligt sich zudem an der Nachtfrequenz, der langen Nacht der Jugendkultur.</p> <p>Das Kunsthaus bietet Führungen für Schulklassen und zielgruppengerechte Führungen für Kinder und Jugendliche an. Künstler, Kulturschaffende und Kulturpädagogen veranstalten im Rahmen des Landesprogramms „Kultur und Schule“ künstlerische Projekte an Schulen.</p> <p>Viele Musikvereine haben einen besonderen Schwerpunkt auf die Ausbildung junger Musiker gelegt. Es gibt Kooperationen zwischen Musikvereinen, Kindergärten und Grundschulen. Zwei Musikvereine sind neben der Ausbildung der jungen Musiker auch anerkannter Träger der Kinder- und Jugendhilfe. Dort werden neben der Kulturarbeit auch Freizeit-Aktivitäten für Kinder und Jugendliche angeboten. In wenigen Vereinen ist Beteiligung von Kindern und Jugendlichen eingeplant in Form einer Vorstandsfunktion. Ein Verein ist lokaler Stützpunkt des Programms „Create Music“ zur Förderung junger Nachwuchsbands und Musiker (MFKJKS, LWL und Kultursekretariat Gütersloh). Darüber hinaus richtet der Verein jährlich ein Jugendkulturfestival aus. In den Familienzentren gibt es Singangebote für Kleinkinder, Kinderchöre und Kinder-Musiktheater, Lesepatenschaften und Büchereibesuche.</p> <p>Die Theatervereine zeigen ihre Stücke zu einem kinderfreundlichen Termin am Nachmittag.</p> <p>Die Tourismus-Gesellschaft entwickelt gemeinsam mit dem Jugendamt ein Kinderferienprogramm, in dem auch unterschiedliche Kulturschaffende Mitmach-Angebote für Kinder anbieten.</p> <p>Die Musikschule Hochsauerlandkreis bietet am Standort Schmallenberg das Erlernen von Tasten-, Holzblas-, Blechblas-, Zupf-, Streich-, und Schlaginstrumenten an. Außerdem gibt es an der Musikschule folgende Ensembles: Brass Band, Kinderchor, Jugendsinfonie- und Sinfonieorchester, Gitarren- und Akkordeonorchester.</p> <p>Eine privatwirtschaftliche Musikschule bietet Kurse für Schlagzeug und Rhythmik an.</p>

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Kulturelle Bildung	Institutionen	<p>Institutionen der Kulturellen Bildung sind im Wesentlichen die Stadtbücherei mit dem Lesepatentprogramm, die vereinsgetragene Musikschule Wittgenstein mit ihren Musikklassen im Gymnasium und anderen Schulkooperationen, eine kleinere private Musikschule sowie die Kreis-VHS mit einer eigenen Außenstelle in Bad Berleburg. Dabei wendet sich die Musikschule Wittgenstein dezidiert nicht nur an Kinder und Jugendliche, sondern auch vermehrt an Erwachsene.</p> <p>Die Stadtjugendpflege tritt mit einem abwechslungsreichen Programm für Kinder und Jugendliche in Erscheinung und bietet gemeinsam mit vielen örtlichen Vereinen ein sehr umfangreiches, z.T. auch kulturell ausgerichtetes Ferienprogramm an.</p> <p>Im Rahmen des Landesprojektes „Kultur und Schule“ laufen jährlich 1 bis 2 Projekte an unterschiedlichen Schulen.</p> <p>Der Jugendförderverein organisiert und unterstützt Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche.</p> <p>Die Kulturgemeinde Bad Berleburg bietet eine eigene Kindertheaterreihe an.</p>

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Spartenübergreifend	Projekte und Events	<p>Im Rahmen der „Regionale Südwestfalen 2013“ wurde das Projekt „Wege zum Leben. In Südwestfalen“ entwickelt. Ziel des Projektes ist, das spirituelle Potenzial der Region zu erschließen und über ein vielfältiges kulturelles Programm in den Fokus zu rücken. Als Teilprojekt wird im Rahmen des Spirituellen Sommers ein Kulturprogramm mit spirituellen Bestandteilen angeboten.</p> <p>Alle zwei Jahre findet das fünftägige Schmallenberger Stadtfest, die „Schmallenberger Woche“, statt. Neben einem musikalischen Bühnenprogramm, das sowohl durch ansässige Vereine als auch durch eingekaufte Acts bestritten wird, haben auch zahlreiche andere örtliche Aktivitäten die Möglichkeit, sich zu präsentieren.</p> <p>Im touristischen Bereich hat sich zudem das Wanderfestival in Latrop etabliert, bei dem ebenfalls kulturelle Beiträge örtlicher Vereine Einzug finden.</p> <p>Darüber hinaus finden jährlich zahlreiche Ereignisse und Jubiläen statt, die von der ansässigen Kultur und den vielfältigen Vereinen unterstützt werden.</p>

Abb.12: Beschreibung des kulturellen Angebotes in Schmallenberg nach Sparten

Sparte	Bereich	Angebotsbeschreibung
Spartenübergreifend	Projekte und Events	<p>Die Kulturgemeinde Bad Berleburg e.V. ist als Veranstalter kultureller Veranstaltungen vorwiegend im Bereich der professionellen Hochkultur recht breit aufgestellt. Von klassischer Kammermusik über Vokalmusik, Sinfoniekonzerte, Theater, Literatur oder Kleinkunst reicht die Bandbreite bis hin zu Kooperationsveranstaltungen in unterschiedlichsten Bereichen.</p> <p>Das „Berleburger Literaturpflaster“ ist Beispiel einer lange funktionierenden überregional beachteten Kooperation. Unter Führung der Stadt Bad Berleburg erarbeitet eine Veranstaltergemeinschaft haupt- und ehrenamtlicher Kulturakteure jährlich zum jeweiligen Gastland der Frankfurter Buchmesse ein nicht nur literarisches Programm mit bis zu über 20 Veranstaltungen rund um das jeweilige Land.</p> <p>Der Jugendförderverein tritt als Veranstaltergemeinschaft vorwiegend im Bereich von Märkten mit kulturellen Anteilen oder jugendgeprägten Veranstaltungen im Charakter zwischen Party und Kultur auf. Außerdem existiert eine enge Kooperation mit der Stadtjugendpflege, beispielsweise bei den Ferienspielen oder dem „Knax-Sommerfest“. Auch bei der Berleburger Weihnachtszeitreise ist der Jugendförderverein Veranstalter.</p>

Abb.13: Beschreibung des kulturellen Angebotes in Bad Berleburg nach Sparten

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

2.3.4 Ressourcen

Schmallenberg

Räumlichkeiten

Fast alle Musikvereine, Chöre, Heimatvereine, Theatervereine und Museen verfügen über eigene Räume oder Räume, die sie kostenfrei nutzen können und die ihren Zwecken dienen. Einige Vereine haben durch Arbeitseinsatz und gegen Materialkosten, die die Stadt zur Verfügung gestellt hat, Räume nach ihren Wünschen und Bedürfnissen ausgebaut.

Es gibt einen Ratsbeschluss, der festlegt, dass städtische Räume für kulturelle, gemeinnützige Zwecke kostenfrei genutzt werden können. Zudem haben Kulturvereine die Möglichkeiten, jährlich die Effektivkosten für eigene Vereinsräumlichkeiten in Höhe von 150 € von der Stadt erstatten zu lassen.

Die Stadt Schmallenberg ist zudem Träger des Kurhauses Bad Fredeburg und der Stadthalle. Die Stadthalle verfügt über einen kleinen Saal mit 150-200 Sitzplätzen, einen großen Saal mit bis zu 1200 Sitzplätzen oder 2100 Stehplätzen und zusätzlichen 240 Sitzplätzen auf einer Empore. Das Kurhaus hat einen Festsaal, der 800-1000 Sitzplätze oder 1800 Stehplätze fasst. Das Südwestfälische Musikbildungszentrum wird nach Fertigstellung über einen 290 qm großen Konzertsaal, einen 133 qm großen Kammermusiksaal und einen Chorsaal für über 70 Personen verfügen.

Dienstleistungen

Das Kulturbüro ist fachliche Anlaufstelle für Fragen und Anliegen der Kulturvereine, leistet Unterstützung und Vernetzung.

Beratung / Qualifizierung

In den Sparten Volksmusik, Chor, Laienspiel und Heimatpflege bieten die Verbände Fortbildungen und Qualifizierungen an, im musealen Bereich ist der LWL Ansprechpartner. Das Angebot wird von den Vereinen in unterschiedlichem Maße genutzt.

FORTSETZUNG SEITE 48

Bad Berleburg

Räumlichkeiten

Die meisten kulturtragenden Vereine verfügen über eigene Räume oder Räume, an denen sie einen Eigentumsanteil haben (Kulturhallen o.ä.). Außerdem werden städtische und kirchliche Räume genutzt. Soweit städtische Räume wie das Bürgerhaus am Markt für Proben oder Aufführungen genutzt werden, sind Benutzungsgebühren zu zahlen. Einige Vereine, die keine eigenen Probenräume benötigen, treffen sich beispielsweise in Räumen der Gastronomie.

Die Stadt ist Eigentümerin des Bürgerhauses, das sie selbstständig vermarktet. Außerdem sind einige Dorfgemeinschaftshäuser, die teilweise in ehemaligen Schulen untergebracht sind, in städtischem Besitz. Die Trägerschaft ist in zwei Fällen nach ausführlichen Beratungen an Vereine übergegangen.

Dienstleistungen

„Bad Berleburg Markt und Tourismus“ bietet einen zentralen, umfassenden Veranstaltungskalender in Papierform und online, der kostenlos genutzt werden kann. Es ist aber trotz verschiedener Versuche bislang nicht gelungen, dass alle Akteure ihn gleichermaßen bedienen und als Datensammlung zur Vermeidung von Terminüberschneidungen nutzen. Zudem hat er nach Aussage der Vereine in der Bevölkerung nur einen recht geringen Bekanntheitsgrad.

Ein zentraler Kartenverkauf wird von der Tourist-Information angeboten. Einige Vereine der Ortsteile, wie beispielsweise Chöre oder vom Zentrum weiter entfernte Theatergruppen nutzen dieses Angebot nicht und verkaufen Eintrittskarten über Mitglieder und/oder an einer Stelle im eigenen Ort oder über die Sparkasse. Eintrittskarten für Veranstaltungen der Kulturgemeinde werden über ein professionelles Online-Buchungssystem überregional vermarktet.

Möglichkeiten der Plakatwerbung werden von Jahr zu Jahr schwieriger, da der Einzelhandel nur noch sehr zögernd Plakate aushängt und Handelsketten generell keine Plakatwerbung zulassen. Viele Veranstaltungen werden daher mittlerweile über Bannerwerbung, „Zirkusplakatierung“ oder das Auslegen von Flyern beworben. Dadurch entstehen den Vereinen aber teilweise deutlich höhere Kosten.

Die örtliche Presse versteht sich durchweg als Förderer von Veranstaltungen und veröffentlicht entsprechende Ankündigungen generell in ihrem Lokalteil. Eine überregionale Ankündigung oder Besprechung in den Kulturteilen von Westfalenpost oder Siegener Zeitung ist dagegen ausgesprochen schwierig zu realisieren.

Ein nahezu vollständiges, allgemeines Vereinsverzeichnis befindet sich auf der städtischen Webseite und wird gepflegt. Weitere, aber sehr lückenhafte Vereinsverzeichnisse findet man beispielsweise auf den Websites der Sparkasse oder der Wittgensteiner Wochenpost.

Beratung / Qualifizierung

Die Abteilung „Kultur und Erwachsenenbildung“ der Stadt Bad Berleburg berät die örtlichen Kulturschaffenden bei inhaltlichen und organisatorischen Fragen.

In den Sparten Volksmusik, Posaunenchor, Chor, Heimatpflege oder Laienspiel bieten entsprechende Verbände Fortbildungen und Qualifizierungen an. Für die Museen ist das LWL-Museumsamt Ansprechpartner für Beratungen und Förderungen. Diese Qualifizierungen werden sehr unterschiedlich genutzt.

Über seinen „Ehrenamtsservice“ bietet der Kreis Siegen-Wittgenstein den Vereinen kostenlose Fortbildungen zu unterschiedlichsten Themen rund um Vereinsführung, Mitgliedergewinnung, Pressearbeit, Steuern usw. an.

FORTSETZUNG SEITE 49

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Kooperation / Vernetzung

Die Vernetzung der Kulturvereine findet in den Ortschaften und teils in den Sparten statt. Gesteuerte Vernetzung gibt es vornehmlich über die Organisation in Verbänden. Es haben sich einige Netzwerke zwischen verschiedenen Veranstaltern etabliert, dies beruht vornehmlich auf Initiative einzelner Personen.

Ausgehend von der Tourismus-Gesellschaft gibt es die Initiative, die Künstler der Region als Marke zusammenzuführen.

Die Museen sind durch die Internetseite Museumslandschaft Hochsauerlandkreis gebündelt aufgeführt. Eine praktische Zusammenarbeit der Museen vor Ort findet eher selten und nur punktuell statt.

Die Darstellung der meisten Kulturvereine erfolgt auf städtischer Website über ein allgemeines Vereinsverzeichnis, das unregelmäßig gepflegt wird. Einige Kulturveranstalter und Vereine mit überörtlicher Bedeutung sind ebenfalls auf der städtischen Website zu finden.

Werbung / Öffentlichkeit

Es existiert kein Kalender, der alle Kulturveranstaltungen zeigt. Sie werden, sofern von touristischem Interesse, im allgemeinen Veranstaltungskalender der Tourismus-Gesellschaft integriert. Außerdem weist der Kalender immer wieder Lücken auf, da Termine von den Veranstaltern nicht immer angemeldet werden.

Es gibt keine zentrale und auch keine online Kartenvorverkaufsstelle. Viele Eintrittskarten werden über die örtliche Sparkasse vergeben, viele Veranstalter suchen sich eigene Wege.

Öffentliche Werbemöglichkeiten sind stark begrenzt, die Informationen zur Nutzung dieser Möglichkeiten nur schwer zu erhalten. Viele Vereine suchen nach eigenen Möglichkeiten ihr Angebot zu platzieren.

Veranstaltungen werden meist über den Sauerland Kurier, die örtliche Anzeigen-Zeitung, angekündigt. Für umfangreichere Ankündi-

gungen müssen die Veranstalter Werbepartner einbringen. Redaktionell werden Veranstaltungen häufig vom Lokalteil der Westfalenpost begleitet. Zudem erscheint vierteljährlich das WOLL-Magazin, in dem eine ausführlichere Berichterstattung einzelner Ereignisse möglich ist. Alle Print-Medien verfügen auch über einen Online-Auftritt, in dem Tagesaktuelles dargestellt wird.

Die Kulturvereine versuchen meist ihr Angebot über Plakate, Flyer, eigene Internetseiten oder Zeitungsanzeigen zu platzieren. Zudem spielt Mundpropaganda und eine regelmäßige Wiederkehr von Veranstaltungen eine große Rolle.

Material

Die meisten Vereine verfügen selbst über Equipment und Material. Gegenstände, die darüber hinaus benötigt werden, werden auf persönlich-individueller Ebene verliehen. Es gibt keine zentrale Stelle, bei der Technik oder Equipment geliehen werden kann.

Sponsoren

Die Bürgerstiftung der Sparkasse sieht sich als Förderer der Kultur der Region und unterstützt eine Vielzahl kultureller Aktivitäten.

Kooperation / Vernetzung

Eine gesteuerte Vernetzung innerhalb der Sparten existiert meist über Verbände wie den „Sängerkreis Wittgenstein“, den „Wittgensteiner Heimatverein“ oder auch den „Heimatbund Siegerland-Wittgenstein“.

Sparten- und somit auch kulturübergreifend gibt es meist örtliche Vernetzung und Zusammenarbeit in den Dorfvereinen.

Es gibt keinen institutionalisierten Austausch für die Kulturvereine in Bad Berleburg.

Werbung / Öffentlichkeitsarbeit

Mittlerweile haben fast 70 Prozent der Vereine einen mehr oder weniger gelungenen und aktuellen Internetauftritt. Ausnahme sind die Chöre, bei denen lediglich 30 Prozent im Web vertreten sind. Klickzahlen oder Gästebücher zeigen aber eine recht geringe Nutzung dieser Seiten.

Werbung für Vereinsangelegenheiten und Veranstaltungen wird meist über „Mund-zu-Mund-Propaganda“ gemacht. 80 Prozent nutzen redaktionelle Beiträge in der Presse, ca. 60 Prozent nutzen Plakate, Flyer, Briefe. Dagegen fallen Newsletter mit ca. 10 Prozent und Twitter mit 2 Prozent weit ab.

Trotz verschiedener Fortbildungsangebote in dem Bereich berichten viele Vereine über Schwierigkeiten beim Verfassen von Pressetexten oder generell der Bewerbung von Veranstaltungen.

Material

Generell verfügen die Vereine über das von ihnen benötigte Equipment und Material oder nutzen Möglichkeiten, sich diese kurzfristig auszuleihen. Eine zentrale Stelle für einen Materialpool wurde in den vergangenen Jahren vom Jugendförderverein aufgebaut. Sie umfasst vorwiegend Equipment für Feste sowie Bühnen.

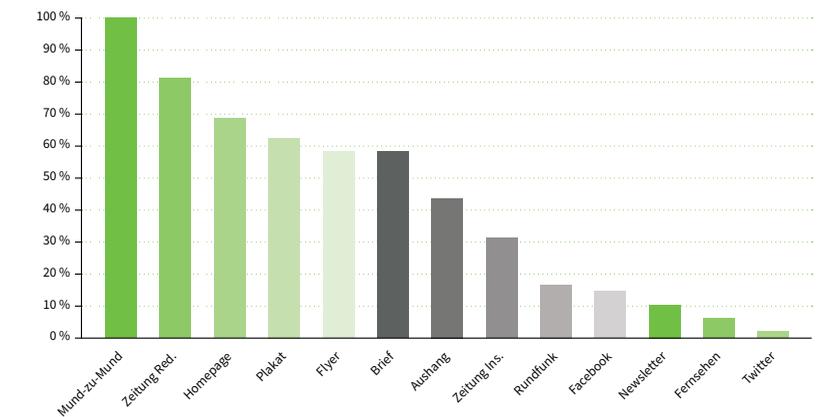


Abb.14: Kommunikationswege Kulturakteure gesamt Schmallenberg und Bad Berleburg

Chöre und Musikvereine haben jeweils große Notensammlungen. Gegenseitige Notenhilfen sind aber die Ausnahme.

Sponsoren

Hauptsponsor der Bad Berleburger Kultur ist die Sparkasse Wittgenstein, die jährlich mit einem sechsstelligen Betrag die Vereinslandschaft in Wittgenstein unterstützt. Über die Sparkassenstiftung ist es möglich, besondere Projekte fördern zu lassen. Obwohl sich viele Firmen der Sportunterstützung verschrieben haben, gibt es zunehmend Firmensponsoring im Bereich der Kultur. Dabei wird dieses meist für Veranstaltungen mit besonderer Ausstrahlung wie „Berleburger Literaturpflaster“ der „Weihnachts-Zeitreise“ oder „Internationale Musikfestwoche“ gewährt. Besonders erfolgreich sind Formen des Kleinsponsorings, mit dem viele Vereine die Grundfinanzierung von Werbemaßnahmen oder Programmen absichern.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

2.4 Qualitative Beschreibung: Ergebnisse der Befragung

Die qualitativen Ergebnisse der Bestandsaufnahme wurden mit unterschiedlichen Methoden bei den Kulturakteuren erhoben. Bereits bei der Auftaktveranstaltung hatten die Besucher Gelegenheit, anonym auf grünen und roten Karten Wünsche und Bedenken für die Kultur in beiden Städten aufzuschreiben. In der Fragebogenabfrage gab es ebenfalls einen Abschnitt, in dem Wünsche und Bedenken vermerkt werden konnten. In den persönlichen Interviews wurden die Kulturakteure dann eingehender zu den bestehenden Problemlagen und ihren Lösungsstrategien befragt. Durch dieses mehrstufige Verfahren konnte ein hoher Prozentsatz der Kulturakteure erreicht werden. Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme wurden in drei große Themengebiete zusammengefasst und dann in einem Impulsworkshop an die Kulturakteure gespiegelt und erneut zur Diskussion gestellt. Die Diskussion sollte vornehmlich positive Beispiele generieren, so wurden die Themen mit den Überschriften „Menschen gewinnen“, „Wissen und Können verbessern“ und „Zusammenarbeiten“ betitelt.

Aus der Befragung und der Diskussion ergab sich einerseits ein umfassendes Bild der bestehenden Probleme und Befürchtungen, andererseits zeigte die Diskussion im Impulsworkshop, welche Ansätze bereits bestehen, wo Einschät-

zungen ergebnislos blieben, falsche Rückschlüsse gezogen wurden oder Lösungen ausblieben. Bedarfe wurden klar sichtbar (siehe Abb.14).

Zielgruppe

Das weitaus stärkste Thema „Zielgruppe“ mit 103 Nennungen umfasste eine Vielzahl an Aussagen der Kulturakteure, die sich in vier große Themenfelder unterteilen lassen. Am häufigsten wurde dabei die Aussage getätigt: „Wir finden keine neuen Mitglieder.“ Weiterhin wurde das steigende Durchschnittsalter problematisiert. Viele Kulturakteure beschrieben die Schwierigkeit, Menschen für verantwortungsvolle Aufgaben zu gewinnen. Auch das Publikum bei Veranstaltungen gehe nach Aussage der Kulturschaffenden zurück.

Sowohl in den Fragebögen als auch in den Gesprächen gab der überwiegende Teil der Kulturschaffenden an, Angebote für Mitglieder, Bürger, Gäste und Touristen zu machen. Nur wenige der Akteure schaffen jedoch spezifische Angebote bzw. setzen sich mit den speziellen Bedürfnissen der unterschiedlichen Gruppen auseinander. Seitens der führenden Hoteliers wird beklagt, dass Kulturveranstaltungen häufig zu lang sind für Gäste oder etwa zu Essenszeiten stattfinden, so dass sie per se unattraktiv für Touristen sind.

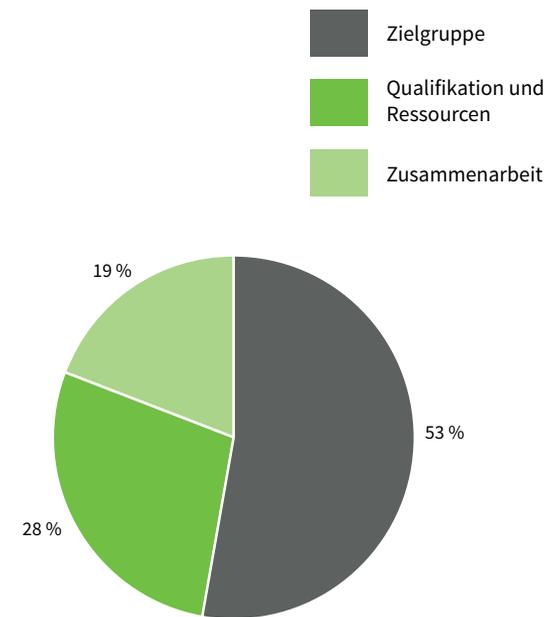


Abb.15: Häufigkeit der Problemlagen zusammengefasst aus Bestandsaufnahme in Schmallenberg/Bad Berleburg

Auch die Information über anstehende Veranstaltungen seien für die Tourismusbetreiber nur schwer erhältlich, Kooperationen mit Vereinen/Veranstaltungen gäbe es nur punktuell.

In Bezug auf mangelndes Publikum muss die hohe Anzahl der Veranstaltungen erwähnt werden. Neben den Kulturveranstaltern macht jeder Verein ein eigenes Angebot. Manche Chöre und



Kennenlernen der Kulturakteure beider Städte beim Impulsworkshop.

Musikvereine haben im Jahr bis zu 50 Auftritte. Aber auch Heimatvereine, Büchereien, Werbegemeinschaften und viele mehr machen Veranstaltungen mit kulturellem Programm. Rechnet man lediglich die Auftritte der Chöre, Musikvereine und Theatervereine zusammen, kommt man im Schnitt auf 15 bis 18 Veranstaltungen pro Verein im Jahr, also deutlich über 1000 insgesamt. Diese hohe Anzahl hat nicht nur Einfluss auf das Publikum, sondern auch auf den Aufwand für die Mitglieder. Bei sinkenden Mitgliederzahlen und einer gleich bleibenden Veranstaltungsdichte steigen der Aufwand und Arbeitseinsatz für den Einzelnen an. Es ist davon auszugehen,

dass besonders engagierte Personen in den Vorständen diese steigende Belastung spüren. Wenig verwunderlich ist es, dass Posten, die generell viel Einsatz verlangen und dieser derzeit und zukünftig steigt, nur noch schwieriger zu besetzen sind. Ablesen aus der Erhebung lässt sich ebenfalls, dass viele der großen Vereine mit konstanten und auch wachsenden Mitgliederzahlen viele passive Mitglieder aufweisen. Dies ist ein Indiz dafür, dass die Menschen die Vereinskultur in ihrem Bestehen unterstützen, aber nicht als Teil ihres eigenen Lebens ansehen oder schlicht keine Zeit für weitere Aktivitäten haben.

Impulsworkshop-Thema 1: Menschen gewinnen

Auf Grundlage der vorgestellten Ergebnisse wurde von den Akteuren die Notwendigkeit betont, sich besonders Jugendlichen und neuen Zielgruppen zu öffnen und niederschwellige Angebote für potenzielle Mitglieder und Publikum zu machen. Der Spaß und die Freude am Tun solle dabei verdeutlicht werden. Außerdem solle bei der Darstellung der Aktivitäten ein Überangebot vermieden werden.



Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Qualifikationen und Ressourcen

Das Themengebiet „Qualifikationen und Ressourcen“ wurde mit 58 Nennungen weit weniger oft genannt, umfasst aber dennoch eine Reihe von Aussagen, die als Indikatoren für fehlende positive Rahmenbedingungen gelten können. Von unterschiedlichen Sparten und Vereinen wurden finanzielle und strukturelle Ressourcen genannt, womit überwiegend Räume und finanzielle Mittel gemeint sind. Aus Berleburger Perspektive standen Raumnutzung und Mietkosten im Vordergrund, in Schmallenberg bezogen sich die Aussagen eher auf die Eignung der Räume im Hinblick auf die Aktivitäten der Vereine. Die allgemeine finanzielle Situation wurde selten als gravierend dargestellt, jedoch äußerten viele Bedenken, dass bei sinkenden Mitgliederzahlen die Kosten bald nicht mehr zu tragen seien. Als weiteres Themenfeld wurden Aussagen getroffen, die sich auf veränderte Anforderungen an Kulturschaffende beziehen. Hier wurde zum einen eine stärkere Bürokratisierung und Formalisierung (Genehmigungen, Lizenzen etc.) oder deutlich erhöhte Sicherheitsauflagen genannt, zum anderen spiegelten die Aussagen Anforderungen, die aus gesellschaftlichen Entwicklungen resultieren, wider, so zum Beispiel die „Notwendigkeit, mit dem PC zu arbeiten“. Entsprechend den Anforderungen konstatierten die Kulturakteure, dass qualifizierte Personen für unterschiedliche Aufgaben fehlen. Hier wurde

vor allem die fehlende Kompetenz zur Vermittlung kulturell-künstlerischer Inhalte angesprochen. Explizit genannt wurden fehlende Museumsführer, fehlende Dirigenten und fehlende Dozenten.

Fortbildungen der Verbände, die diese Lücken schließen könnten, werden jedoch nur schlecht angenommen, Formen des selbstorganisierten Wissenstransfers werden nur vereinzelt innerhalb des Vereins und nicht systematisch angeboten. Es bestehen kaum Modelle für einen stetigen Wissenstransfer, wie es etwa Mentoren-Modelle leisten könnten.

Impulsworkshop-Thema 2: Wissen und Können verbessern

Zu diesem Thema wurden vor allem Fortbildungen zur Vereinsführung angefragt. Zudem besteht das Interesse, von Anderen zu lernen und Erfahrungen aus der Praxis zu teilen. In Sachen Bürokratie und formale Anforderung wurde der Wunsch geäußert, bei Bedarf die Beratung durch kompetente Ansprechpartner in Anspruch nehmen zu können.

Hier sind grundlegende Fortbildungen zu Fragen der Vereinsführung von Interesse. Auch das Lernen von guten Beispielen (best practice) ist eine gefragte Form der Fortbildung. Notwendig seien Ansprechpartner für bestimmte Themen, wie Steuerrecht usw.

Zusammenarbeit

Aus den Gesprächen mit den Kulturakteuren wurde deutlich, dass ehrenamtliche Arbeit meist keinen Raum lässt für die Suche nach Partnern, nach Kooperationen. Kooperationsveranstaltungen entstehen da, wo sich Veranstaltergemeinschaften zumindest mit einem gewissen Anteil bezahlter Arbeit gebildet haben (Beispiel: Berleburger Literaturpflaster, Jugendförderverein). Gleichzeitig wurde gerade die mangelnde Zusammenarbeit bedauert und als Erfolgshindernis für die eigene Arbeit benannt. Als Problem wurde die Konkurrenz unter den Vereinen gesehen. Diese entstehe nicht immer wissentlich. Da es weder eine institutionalisierte Terminkoordination noch inhaltliche Absprachen gebe, entstünden automatisch ungeplante Konkurrenzen durch Terminhäufungen oder dadurch, dass gleiche Zielgruppen von unterschiedlichen Akteuren angesprochen würden. Das Ergebnis sei beispielsweise zu wenige Besucher in Konzerten oder Ausstellungen, die dadurch nicht den gewünschten Erfolg hätten. Als weiterer Schwerpunkt des Themengebietes wurde die mangelnde Zusammenarbeit zwischen Schulen und Vereinen genannt. Hier wurde über die mangelnde Flexibilität der Schulen geklagt. Sorgen machte den Kulturakteuren die Sichtbarkeit des Kulturangebotes. Hier wird deutlich, dass Defizite im Hinblick auf Werbung, Marketing, Ticketing, Plattformen für die Bekanntmachung usw.

Der Impulsworkshop wurde zum intensiveren Austausch genutzt.

bestehen. Die Kulturakteure haben den Eindruck, dass daraus beispielsweise ein schlechtes Image der Kultur resultiere und heimische Künstler selbst vor Ort unbekannt blieben. So sehr Vernetzung gewünscht wurde, so sehr wurde sie auch als Verpflichtung gesehen, vor der man sich im Hinblick auf die wachsenden ehrenamtlichen Aufgaben scheut.

Impulsworkshop-Thema 3: Zusammenarbeiten

Eine intensivere Zusammenarbeit wünschten sich die teilnehmenden Kulturakteure bei Veranstaltungen. Um dies zu bewerkstelligen, bedürfe es einer Übersicht aller Aktiven, auch interkommunal. Generell wünschten sich die Akteure zudem einen zentralen Ansprechpartner, der Vernetzung initiiert und Hilfestellung leistet. Darüber hinaus wurde auch der Wunsch nach einem zentralen Kartenvorverkauf geäußert.



An den Thementisch wurde über Probleme gesprochen und über Lösungsvorschläge diskutiert.

»Die Kultur braucht das Gespräch.«

Nicolas Nowack (*1961)

3 Analyse der erhobenen Problemlagen

3.1 Rahmenbedingungen

„Auch wenn der ländliche Raum in aktuellen kulturpolitischen Diskursen implizit eine Rolle spielt, u. a. bei den Themenfeldern Demografischer Wandel, Regionalentwicklung oder Zivilgesellschaft, werden die strukturellen und sozialen Besonderheiten dieses Raums und deren Relevanz für Kulturpolitik aber nicht explizit thematisiert.“

(Götzky, 2012: Zusammenfassung)

Nur wenige Kulturförderprogramme, die von Land und Bund ins Leben gerufen werden, finden sich in der untersuchten Region in Form von Projekten wieder. Vornehmlich hat das Landesprogramm „Kultur und Schule“ Einzug in die Schulen gehalten. Daneben werden einige Projekte durch die Mittel der Regionalen Kulturpolitik gefördert. Außerdem wurden in Schmallingenberg erste Projekte des Programms „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“, sowie Förderungen durch den Fonds Soziokultur bewilligt. In Bad Berleburg sind die Förderungen des LWL für Heimatstuben zu erwähnen. Dennoch wurde deutlich, dass vor allem solche Vorhaben Fördergelder erwerben, die bei der Konzeption und Antragsstellung durch haupt-

amtliches Fachpersonal unterstützt wurden. Da häufig jedoch die Kapazitäten der hauptamtlichen Kulturakteure stark beansprucht sind, es teils keine Ansprechpartner gibt oder keine persönlichen Verbindungen zwischen Haupt- und Ehrenamt bestehen, können nur wenige Akteure im ländlichen Raum diese kulturpolitischen Instrumente nutzen. Andere Förderprogramme sind auf Grund der ländlichen Struktur nicht umsetzbar.

Weitere Hürden stellen häufig auch die Bagatellgrenzen für Anträge sowie die Formalien des Antragsverfahrens und der Projektabwicklung dar. Häufig würden nur geringe Mittel benötigt, um Vorhaben zu realisieren. Bei höherer Mittelbeantragung muss auch die Gegenfinanzierung gesichert werden, die dann wiederum die finanziellen Spielräume vieler Akteure übersteigt. Hinsichtlich des bürokratischen Aufwandes schrecken viele ehrenamtliche Akteure vor den notwendigen Formalitäten zurück. Antragsprache, Finanzierungsplanung, aber auch die Projekt-Abwicklungen stellen große Hürden dar. Den Zeitaufwand, den ein solches Vorhaben mit sich bringt, sehen viele als Ausschlusskriterium für eine Antragsstellung.

Zudem setzen viele der Förderprogramme auf regionale Kooperationen. Auch hier scheitern

Vorhaben an Entfernungen und Zeitaufwand, den Kooperationsvereinbarungen mit sich bringen.

Weiterhin verlangen viele Programme die Arbeit mit professionellem Personal. Qualifizierte Kulturarbeiter finden sich jedoch nur in geringer Dichte im Vergleich zu urbanen Räumen und sind auch häufig in den ehrenamtlichen Kreisen kaum bekannt.

Nicht zuletzt fehlt das Wissen um Förderprogramme und damit auch die Möglichkeit, das passende Instrument für das eigene Vorhaben zu finden.

Die Konsequenz ist, dass besonders Vereine und Akteure, die eine enge Beziehung zu fachlichen Stellen pflegen, größere Vorhaben realisieren können. Der Kreis der Akteure ist somit immer ähnlich und bildet nur selten die Vielfalt der Aktivitäten vor Ort ab.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Entscheidungen über größere Investitionen in Kulturveranstaltungen und kulturelle Infrastruktur trifft der Ausschuss für Bildung, Soziales, Sport und Kultur. Grundlage der Entscheidungen sind die Empfehlungen der Verwaltung, die in Form einer Beschlussvorlage dem politischen Gremium zur Verfügung gestellt werden. Förderrichtlinien für eine Kulturförderung oder eine politische Diskussion zu Stellenwert, Zielen oder Schwerpunkten der Kultur sind nicht dokumentiert. Die Vergabe von Förderungen entspricht weitgehend der Vergabe der Vorjahre. Nicht allen Kulturakteuren ist ersichtlich, auf welchem Wege, mit welchem zeitlichen Vorlauf und in welchem Umfang Mittel angefragt werden können. Große Teile des Kulturhaushalts fließen in den Erhalt der kulturellen Infrastruktur, ein begrenztes Budget steht für außerplanmäßige Vorhaben zur Verfügung.

Darüber hinaus verfügt das Kulturbüro über ein eigenes Budget für kulturelle Veranstaltungen, das sowohl in geringem Umfang und nach fachlichem Ermessen an Dritte weitergegeben werden kann als auch für eigens initiierte Veranstaltungen zur Verfügung steht. Ziel und Schwerpunktsetzung der Kulturförderung sind auf der Website beschrieben, sie werden innerhalb der Verwaltung entwickelt und abgestimmt. Seitens der Politik werden nur selten Fragen zu Inhalten und Zielen der Kulturpolitik formuliert und diskutiert.

Der städtische Zuschuss zu den Effektivkosten wird nur von wenigen Vereinen abgerufen, meist ist dies darauf zurückzuführen, dass keine Kenntnis über die Förderung besteht. Die Familienkarte als Fördermöglichkeit wird in sehr unterschiedlicher Intensität von den Vereinen genutzt.

Durch die Bewerbung für den Preis „Auf dem Weg zum Kinder- und Jugendkulturland NRW“ legt die Stadt Schmallenberg einen Schwerpunkt auf Kulturelle Bildung.

Die Neubenennung des Fachbereichs Kultur in „Kulturbüro“ soll das Selbstverständnis als Berater und Förderer von Kultur besonders hervorheben. Dieses Unterstützungsangebot ist noch nicht allen Akteuren der Kulturlandschaft bewusst und besitzt noch Entwicklungspotenzial. Der Kontakt zu den Akteuren wird bereits durch die Mitarbeiter sukzessive im persönlichen Gespräch und durch Netzwerktreffen aufgebaut. Als Plattform für Kulturankündigungen und Informationsmaterialien kann das Kulturbüro bislang nur begrenzt fungieren, da weder Raum noch Auslageflächen vorhanden sind.

Bei einem Ausbau der Leistungen des Kulturbüros besteht gleichzeitig auch die Gefahr, dass durch eine größere Inanspruchnahme der Beratungsleistung der Akteure die Kapazitäten des Kulturbüros schnell erschöpft sind.

Viele Kulturakteure sind in sehr unterschiedlichem Grad und über unterschiedliche Personen mit der städtischen Verwaltung vernetzt. Viele nutzen vor allem Beziehungen in den Ortschaften oder persönliche Kontakte zu Kirchen, Tourismus, Politik oder Gastronomen. Insgesamt ist die Kulturlandschaft durch ein breites Unterstützungsnetzwerk unterschiedlicher Akteure verbunden. Die engen Beziehungen ermöglichen oftmals schnelle und unbürokratische Hilfestellungen. Dieses Spezifikum ländlicher Kultur besitzt ein besonderes Entwicklungspotenzial, um systematisch Förderstrukturen durch Akteure vor Ort aufzubauen.

Entscheidungen über Investitionen und Förderungen im Bereich Kultur und kultureller Infrastruktur trifft der Rat der Stadt Bad Berleburg nach Beschluss-Empfehlungen des Ausschusses für Soziales, Bildung, Sport und Kultur auf Grundlage der entsprechenden Vorlagen durch die Verwaltung. Soweit die Infrastruktur Thema ist, ist der Ausschuss für Planen, Bauen, Wohnen und Umwelt sowie der Haupt- und Finanzausschuss zuständig. Grundlegende Förderrichtlinien zu Zielen oder Schwerpunkten der Kulturförderung existieren nicht, die Haushaltssituation lässt hier so gut wie keine Spielräume zu. Der weitaus überwiegende Teil der Kulturakteure erwartet aus der Vergangenheit heraus keinerlei finanzielle Unterstützung seitens der Stadt. Auch das Berleburger Literaturpflaster als Projekt der durch die Stadt geführten Veranstaltergemeinschaft wird vorwiegend durch Sponsoring und finanzielle Beiträge der Projektpartner geschultert. Die Stadt unterstützt das Projekt durch Personalleistungen, Übernahme von Overheadkosten sowie zur Verfügungstellung der Räume.

Wie in Schmallenberg wird auch das Kulturprogramm in Bad Berleburg weitgehend von einem Verein, der Kulturgemeinde Bad Berleburg e.V., durchgeführt, der für seine Arbeit einen Zuschuss erhält. Die Stadt ist dort Mitglied, übt aber keine steuernde oder kontrollierende Funktion aus. Eine ähnliche Rolle spielt die Stadt auch bei der Musikschule Wittgenstein Bad Berleburg e.V. Hier wird ein Zuschuss für die Übernahme von Aufgaben der kulturellen Bildung gewährt.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

3.2 Operative Akteure

Mitglieder / Mitmacher

Die Erhebung der demografischen Daten der Kulturlandschaft in Schmalleberg und Bad Berleburg hat deutlich gezeigt, dass sich die meisten Kulturakteure in der Altersklasse zwischen 40 und 60 Jahren befinden. Dies entspricht den Ergebnissen des Freiwilligensurveys des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend aus dem Jahr 2009. Dort wird besonders die Gruppe der 35–44-Jährigen hervorgehoben, die sich meist im Kontext der Familie freiwillig engagieren (siehe Abb.15). Vergleicht man die Befunde des Freiwilligensurveys und die der Erhebung in Schmalleberg und Bad Berleburg, lassen sich allgemeine Entwicklungstrends, aber auch Potenziale für die Neuwerbung von Mitgliedern/Mitmachern identifizieren.

Mitgliederschwund und ein Anstieg der höheren Altersklassen sind ein klares Anzeichen, dass sich der demografische Wandel in der Kulturlandschaft widerspiegelt. Dem Freiwilligensurvey zufolge steigt dennoch deutschlandweit die Bereitschaft für freiwilliges Engagement, allerdings sind andere Vorzeichen zu beachten. Nur noch 57 Prozent der Erwerbstätigen können ihre freie Zeit unter der Woche verlässlich planen. Dem entgegen stehen Zeitregime der hiesigen Vereine, die sich auf klare

Wochenrhythmen mit häufigen, nicht selten bis zu 50 weiteren Aktivitäten an den Wochenenden stützen. In Schmalleberg/Bad Berleburg pendeln zudem rund 30 Prozent der Bevölkerung zu ihrem Arbeitsplatz außerhalb ihres Stadtgebiets, was eine klare Reduzierung der Zeit für ehrenamtliches Engagement zur Folge hat. Auch verändern sich die Lebensstile der Jugendlichen und der jungen Erwachsenen bis 35 Jahre nach Aussage des Freiwilligensurveys stark. Diese Generation lebt eine hohe räumliche Mobilität, ist nur selten stark verwurzelt am Wohnort und legt ein hohes Augenmerk auf berufliches Fortkommen. Viele potenziell Engagierte können also aufgrund ihrer beruflichen Situation oder wollen aufgrund eines anderen Lebensstils die Zeitvorgaben der Vereine nicht erfüllen.

Dennoch machen die Ergebnisse des Freiwilligensurveys Hoffnung, wenn man die unterschiedlichen Bedürfnisse der Menschen beachtet: Bei den jungen Leuten ist die Bereitschaft, sich zu engagieren, sehr häufig mit Qualifizierungsmöglichkeiten und einem beruflichen Nutzen verbunden. Großes Potenzial besteht vor allem bei den sich bereits engagierenden Jugendlichen. In dieser Gruppe geben 25 Prozent an, sich gerne intensiver engagieren zu wollen. Auch Familien besitzen eine hohe Affinität zu freiwilligem Engagement, das vor allem der gesellschaftlichen Integration dient.

Auch der Anteil älterer Menschen ab 65 Jahren als starker Teil der Kulturlandschaft ist nicht verwunderlich bei einer älter werdenden Gesellschaft. Die Gruppe der 65-Jährigen wächst, aber sie verändert sich auch in ihren Interessen und Vorlieben. Die neuen Seniorinnen und Senioren sind oft fitter und gesünder und besitzen ein höheres Bildungsniveau. Damit werden sie auch häufig kritischer und selbstbewusster in ihrem Engagement.

Nicht erhoben wurde das Verhältnis von Männern und Frauen in der ehrenamtlichen Kulturlandschaft im Rahmen des Freiwilligensurvey. Dennoch lässt sich festhalten, dass, besonders in ländlichen Räumen, Ehrenamt noch stärker

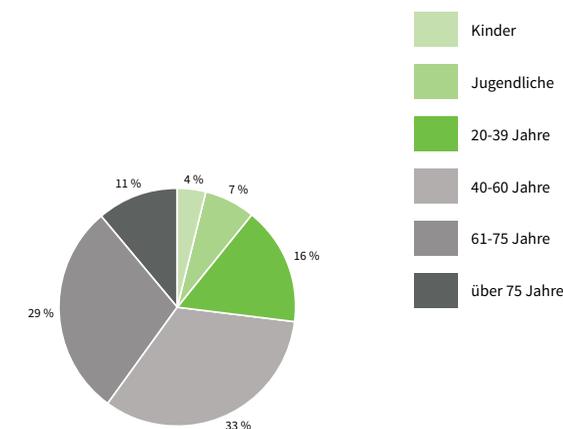


Abb.16: Altersstruktur Kulturvereine insgesamt Schmalleberg und Bad Berleburg

männlich geprägt ist (Götzky, 2012:43). Auf Grundlage dieser Ergebnisse ergeben sich gewinnbringende Erkenntnisse für die Kulturlandschaft vor Ort: Potenzial für neue Mitglieder ergibt sich also auch in der gezielten Ansprache von Frauen. Dies trifft jedoch kaum für Chöre zu, die eher Probleme haben, männliche Sänger zu gewinnen.

Die Ergebnisse der Erhebung in Schmalleberg/Bad Berleburg zeigen auch deutlich, dass die Kulturlandschaft drei Hauptmotive bedient: Vereine und Initiativen, die vor allem ein Publikumsprogramm entwickeln; Vereine und Initiativen, in denen die Geselligkeit und die Gemeinschaft stark im Mittelpunkt steht, und Vereine und Initiativen, die durch einen starken Leistungsgedanken geprägt sind und sich gemeinsam weiterentwickeln wollen.

Sicherlich lassen sich die Vereine nicht streng in diese Kategorien einteilen, sondern viele vereinen alle drei Prinzipien. Da, nach Aussage des Ehrenamtssurvey, die Motive, warum sich Menschen engagieren, eng mit den oben genannten Kategorien korrespondieren, ist es lohnenswert die Zielsetzung ins Auge zu fassen und für potenzielle Interessenten zu thematisieren. Die fünf stärksten Motive, sich zu engagieren, sind: 1. Etwas zur Gesellschaft beizutragen, 2. Gemeinschaft, 3. Qualifikationen, 4. Ansehen und Einfluss und 5. berufliches Fortkommen.

Chancen, neue Mitglieder zu finden, bestehen nach Aussage des Ehrenamtssurveys auch in der aktiven Anwerbung von Neubürgern. Vereine und Initiativen bieten für Neubürger einen guten Ansatzpunkt, sich in einer neuen Gesellschaft zu integrieren. Problematisch ist es jedoch, wenn das Angebot unübersichtlich und wenig gebündelt ist. Hier ist es notwendig, die Informationsquelle aktuell zu halten. Auch Veranstaltungshinweise in Zeitungen können helfen, Neubürger zu werben.

Anhand des Vergleichs mit den deutschlandweiten Ergebnissen zum Freiwilligen Engagement und den Daten zur Bevölkerungsanalyse zeigt sich, dass die Entwicklungen in der Kulturlandschaft in Schmalleberg/Bad Berleburg typische Entwicklungen sind. Indem jedoch die einzelnen Gruppen und deren Ansprüche an freiwilliges Engagement genauer betrachtet werden, zeigen sich auch Chancen und Potenziale, wie eine solch vielfältige Landschaft ihre passenden Unterstützer finden kann.

Funktionen und Strukturen von Vereinen

Viele der bestehenden Kulturvereine und besonders die Vereine, die sich stark in den Dörfern verorten, sind sehr stark traditionell geprägt und pflegen lange bestehende Strukturen. Auf eine gesellschaftliche Entwicklung, in der sich Milieus immer stärker ausdifferenzieren und eigene Kulturgewohnheiten integriert

sind, kann der klassische Verein, der sich vornehmlich an Dorfbewohner richtet, nicht bedienen. Besonders die jüngeren Milieus sind entweder in ihrer Interessenlage experimentell, eventorientiert, medienaffin geprägt oder sie lehnen Kultur und besonders Hochkultur deutlich ab. Viele der bestehenden Vereinsangebote sprechen eher ein traditionelles oder bürgerliches Publikum an. Eine Verjüngung wird somit auf Dauer nur partiell möglich. Um insbesondere Jugendliche zu gewinnen, ist es notwendig, sich intensiv mit den Interessen Jugendlicher auseinanderzusetzen und bestenfalls Jugendliche in die Planung einzubeziehen. Hier ist es sicher lohnend, sich mit Multiplikatoren aus dem Bereich in Verbindung zu setzen, um Erfahrungen einzuholen und Ansätze zu diskutieren.

Eine Chance besteht auch darin, gerade die Angebote in den kleineren Ortschaften auf die weniger mobilen Zielgruppen auszurichten und die auszubauen. Gerade Kinder und Jugendliche sowie ältere Menschen benötigen zur sozialen Integration Angebote vor Ort. Auch die Funktionsfähigkeit der Orte geht mit sozialem Leben und damit auch einem kulturellen Schaffen einher. Dort, wo Ortskerne keine gesellschaftliche Relevanz mehr haben, „Orte der Begegnung verloren gehen, [wird auch] der Rückgang von sozialem Zusammenhalt und freiwilligem Engagement [...] begünstigt“ (Götzky, 2012: 42).

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Hier ist es sicherlich von Vorteil, die Planungen der Stadtentwicklung zu bedenken, in der in Schmallingenberg vor allem die Kernorte und die Ortschaften mit Grundversorgung gestärkt werden. Dort existiert auch die entsprechende kulturelle Infrastruktur, und diese Ortschaften können sich zu neuen sozialen und kulturellen Zentren entwickeln, die ein vielfältiges Angebot vorhalten. In Bad Berleburg wird durch die Dorfentwicklungsplanung u.a. in Kooperation mehrerer benachbarter Dörfer gedacht, die sich dadurch gegenseitig stärken.

Im Allgemeinen lässt sich beobachten, dass besonders Vereine, die sich konstant weiterentwickeln, bessere Chancen auf eine positive Mitgliederentwicklung haben. Eine Rolle dabei spielt auch die klare Definition, ob die Vereinsaktivität auf Qualität oder auf Spaß, Freude und Geselligkeit ausgerichtet ist. Je klarer die Darstellung dessen ist, was vom Verein zu erwarten ist, desto einfacher fällt es oft die Mitglieder zu halten oder sie zu gewinnen. Wenn ein Verein auf Qualität setzt, erwarten die Mitglieder auch das entsprechende Personal. Wenn der Verein eher soziale Funktionen erfüllt, müssen meist Aufwand und Nutzen in einem ausgewogenen Verhältnis stehen.

3.3 Zielgruppe: kulturelles Angebot vs. Zielgruppen

Die Befragung der Kulturakteure in Schmallingenberg und Bad Berleburg hat gezeigt, dass eine Auseinandersetzung mit dem Thema Zielgruppe zwingend notwendig ist. Nur sehr wenige Akteure haben eine genaue Vorstellung, wen ihr Angebot anspricht, wen sie gerne ansprechen möchten oder welche Menschen potenziell empfänglich für kulturelle Angebote sind und was diese genau suchen. Daraus folgte zwingend, in der Phase 2 ein Modellprojekt zu dem Thema Zielgruppe zu veranstalten.

In der Befragung wiesen zudem viele der Aussagen darauf hin, dass sich die Akteure mit neuen Ansprüchen an Kultur konfrontiert sehen. Es wurden sowohl Zeitmangel bzw. veränderte Zeitregime der Mitglieder und des Publikums thematisiert, als auch die Individualisierung der Menschen oder veränderte Interessen verschiedener Altersgruppen angesprochen. Nur wenige Akteure reagieren jedoch mit einer Veränderung ihres Angebotes oder der Veränderung der Angebotsstrukturen auf diese Erkenntnisse. Eine Veränderung des Angebots wird als zusätzlicher Aufwand eingeschätzt, da gleichzeitig der Status Quo erhalten bleiben soll.

Besonders auffällig ist, dass nur wenige Akteure klar benennen, welche Zielgruppe sie an-

sprechen möchten und welche Zielgruppe auf ihr Angebot reagiert. Um Wunschzielgruppen anzusprechen, bedarf es einer klaren Analyse des eigenen Angebots, Wissen über die Interessen und kulturellen Gewohnheiten unterschiedlicher Zielgruppen sowie einer konsequenten Ausrichtung der Aktivitäten auf deren Grundbedürfnisse.

Erkenntnisse über potenzielle Mitglieder bzw. Besucher in beiden Städten geben die Microm Geo-Milieus®, die für beide Städte vorliegen. Einerseits lassen sich so Rückschlüsse über die Zusammensetzung der Bevölkerung ziehen, andererseits zeigen die Milieustudien, welche Milieus kulturaffin sind und welche Angebote ihren kulturellen Präferenzen und Gewohnheiten entsprechen. Gesellschaftlicher Wandel von Werten und Lebensstilen innerhalb der Milieus sind ein Spiegel der Veränderungen innerhalb einer Gesellschaft.

Auf Grundlage der Milieudaten und der Bestandsaufnahme der Kulturlandschaft beider Städte zeigt sich, dass ein Großteil des Angebots vor allem die Bürgerliche Mitte anspricht, obwohl die Bürgerliche Mitte gar nicht zu einem besonders kulturaffinen Milieu gehört. Nur wenige Angebote zielen klar auf die sehr kulturinteressierten, gehobenen Milieus ab. Dabei werden vor allem etablierte Formate und Angebote weitergeführt und nur wenig experimentiert und Neues ausprobiert.

Jugendliche in der Kulturarbeit

Neben der Auseinandersetzung mit den Milieus der ansässigen Bevölkerung ist eine besondere Beleuchtung der Interessen von Jugendlichen von Bedeutung. Viele Vereine und Institutionen klagen über die rückläufigen Zahlen an Jugendlichen, die sich engagieren. Darüber hinaus herrscht Ratlosigkeit darüber, was Jugendliche heute suchen, wie sie ihre Freizeit gestalten und was der Verein oder die Institution bieten kann. Der Austausch über die gemeinsamen Interessen oder die spezifischen Wünsche scheint nur noch begrenzt stattzufinden.

Es bedarf also einer weitreichenden Auseinandersetzung mit den Themen Jugendkultur und Jugendliche als Zielgruppe. Hilfreich ist, wenn Akteure, einen Perspektivwechsel vornehmen und sich die Frage stellen, warum Jugendliche gerade dieses Angebot nutzen wollen. Es bedarf auch eines umfassenden Marketings, das vor allem den Blick der Zielgruppe einnimmt und dann entsprechend der Bedürfnisse der Zielgruppe die eigene Kommunikation und das Angebot ausrichtet. Wer konsequent eine neue Zielgruppe zum Mitmachen bewegen möchte, muss das eigene Profil an diesen Wünschen ausrichten (vgl. BKJ, 2012 7ff).

Bei Jugendlichen spielt auch die Wahl der richtigen Ansprache eine große Rolle. Dabei ist nicht nur das Medium, wie Facebook, Flyer, Plakat oder Vertrauensperson, wichtig, sondern auch

die Wahl der richtigen (Bild-)Sprache. „Junge Leute leben heute in einer zunehmend ästhetisierten Wirklichkeit, die sich auch immer stärker nur noch über ästhetisierende Logiken begreifen und bewohnen lässt“ (Calmbach/Thomas, 2013:90).

Allgemein gilt jedoch, dass ein früher, positiver Kontakt mit Kultur die generelle Bereitschaft Jugendlicher erhöht, an kulturellen Angeboten teilzuhaben. Besonders das freiwillige Erleben von Kultur ohne schulischen Zwang trägt entscheidend dazu bei, dass auch im späteren Leben kulturelle Teilhabe eine Rolle spielt. Ein gut ausgebautes Netzwerk kultureller Bildungsangebote über alle Altersklassen hinweg ist der Schlüssel für eine aktive und partizipative Kulturlandschaft (vgl. Keuchel, 2012).

Kulturtouristen als attraktive Zielgruppe

Als Tourismusregion sind Touristen als Zielgruppe relevant, allerdings auch sehr different in ihren Bedürfnissen und Wünschen. Es ist jedoch sehr hilfreich sich mit Klinikbetreibern, Hoteliers, Gastronomen und Tourismusgesellschaften auszutauschen, die sehr gute Einschätzungen zu den Interessen der Gäste geben können. Hier spielt die Dauer des Aufenthalts der Touristen und begleitenden Angehörigen, die Alterskohorte, die Tourismus-Motive, die Tagesstruktur der Touristen sowie die Bewertung der Angebote eine Rolle für deren Gewinnung

als Publikum für Kulturveranstaltungen. Wie schon zuvor für die anderen Zielgruppen dargelegt, ist es besonders wichtig die Ansprüche dieser Zielgruppe zu analysieren und den Blick auf das eigene Angebot zu wagen, um herauszufinden, wie eine Eignung von Angebot und Zielgruppe erreicht werden kann.

Im Hinblick auf die Ansprache von Kulturtouristen ist ein Blick in die Fachliteratur durchaus aufschlussreich. So erstellt Yvonne Pröbstle 2014 eine Typologie von Kulturtouristen, in der sie fünf unterschiedliche Kulturtouristen charakterisiert und deren Kulturinteressen auf Reisen herausarbeitet. Benannt werden die „Unterhaltungsorientierten Ausflügler“, die „Pflichtbewussten Sightseeker“, die „Aufgeschlossenen Entdecker“, die „Kenntnisreichen Traditionalisten“ sowie die „Passionierten Spezialisten“.

Die „Unterhaltungsorientierten Ausflügler“ sind eine eher junge Gruppe, circa zwischen 20 und 49 Jahren, die vor allem Erholungsreisen bevorzugen. Unter Kunst und Kultur verstehen sie hauptsächlich Zeugnisse der Geschichte, die aus einem Pflichtgefühl besucht werden. Sonst soll Kunst und Kultur möglichst kurzweilig sein und Spaß, Freude und Entspannung bringen. Auf Grundlage dieser Charakterisierung ist davon auszugehen, dass Besucher dieses Typus in Schmallingenberg und Bad Berleburg vornehmlich auf Volksfesten und Märkten anzutreffen sind oder historische Orte und Museen besuchen.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Die „Pflichtbewussten Sightseker“ suchen ebenfalls nach einem Kulturangebot, das Spaß macht, sehen aber eine besondere Verpflichtung darin, bekannte Sehenswürdigkeiten zu besuchen. Auch klassische Hochkultur wird pflichtbewusst wahrgenommen. Dennoch ist das Kulturangebot des Reiseziels kaum ausschlaggebend für die Reiseentscheidung. Gerne wahrgenommen werden hingegen Vermittlungsangebote, die Nostalgie wecken, wie etwa kostümierte Führungen. Hier liegt für die beiden Städte Bad Berleburg und Schmallenberg ein großes Potenzial, ihre Sehenswürdigkeiten und Kulturorte für diese Gruppe attraktiver zu gestalten.

Die „Aufgeschlossenen Entdecker“ sind gegenüber den anderen beiden Gruppen schwerer einzuschätzen. Sie zählen jedoch zur größten Gruppe der Kulturtouristen, die noch weiter zunimmt. Diese Gruppe strebt vor allem nach Selbsterfahrung, besitzt oft ein hohes Bildungsniveau, empfindet Kunst und Kultur als Selbstverständlichkeit und ist aufgeschlossen gegenüber zeitgenössischen Formaten. Schwierig einzuschätzen sind Vertreter dieser Gruppe, da sie ihr „Reiseziel möglichst eigenständig und ohne strikten Plan erkunden, um die Atmosphäre einer Destination einzufangen und Raum für Begegnung zu lassen“. (Pröbstle, 2014:312). Besuche finden häufig auf Empfehlung statt. Auch wenn die Wege dieser Gruppe

schwer einzuschätzen sind, birgt die Fokussierung auf diese Gruppe von Besuchern ein großes Potenzial, besonders für den ländlichen Raum. Da diese Gruppe ihr kulturelles Augenmerk nicht auf bekannte und renommierte Orte richtet, können auch kleinere, authentische Angebote zum Besuch animieren. Nach Pröbstles Typologie werden Kulturangebote gesucht, die „mit herkömmlichen Sehgewohnheiten brechen“ (2014: 312). Kulturelle Experimente oder Formate, in denen Besucher selbst künstlerisch aktiv werden können, haben gute Chancen, das Interesse der Aufgeschlossenen Entdecker zu wecken.

Die „Kenntnisreichen Traditionalisten“ sind hingegen eine Zielgruppe von Kulturtouristen, die durch das ländliche Kulturangebot nur begrenzt erreicht werden. Nach Pröbstles Charakterisierung suchen sie nach eher traditionellen Inhalten und Formen der Hochkultur: „Man hört klassische Musik, liest „gute“ Bücher und besucht traditionelle Inszenierungen großer Werke der Literaturgeschichte. In der Darbietung wird Perfektion zum Ideal erhoben“ (2014: 316). Vornehmlich sucht diese Gruppe nach Kulturangeboten von verbürgten Kulturinstitutionen. Die Angebote von ehrenamtlich getragenen Kulturvereinen haben es vermutlich schwer, dem Hochkulturananspruch der Kenntnisreichen Traditionalisten zu entsprechen. Als Ausnahme kann beispielsweise die Internatio-

nale Musikfestwoche im Bad Berleburger Schloss angeführt werden.

Die „Passionierten Spezialisten“ hingegen fokussieren ihr Interesse zwar vornehmlich auf eine bestimmte Sparte oder einen speziellen Inhalt, sind aber in der Wahl ihrer Besuche von Kulturangeboten weitaus offener. Sie suchen in ihrem Spezialgebiet nach Horizonterweiterungen und außergewöhnlichen Erfahrungen. Für die Städte Schmallenberg und Bad Berleburg bedeutet dies, dass fein definierte Angebote in bestimmten Bereichen durchaus das Potenzial besitzen, „Passionierte Spezialisten“ als Kulturtouristen zu gewinnen. Wichtig ist jedoch, dass die Qualität der künstlerischen Leistung im Mittelpunkt der Planungen steht.



Auswertung der Bestandsaufnahme



3.4 Ressourcen

Räumlichkeiten

Räumlichkeiten, die von Kulturvereinen oder für kulturelle Zwecke genutzt werden können, sind in Schmallenberg fast flächendeckend verfügbar. Selbst kleinere Orte haben Treffpunkte oder Vereinslokale. Die Stadt Schmallenberg hat in der Vergangenheit den Ausbau von Räumen in Eigeninitiative finanziell unterstützt. So sind fast alle Vereine zufrieden mit der Ausstattung und den Raumverhältnissen. Über Vereinsräumlichkeiten existiert jedoch keine öffentliche Übersicht, die Aufschluss über Verfügbarkeit oder Ausstattung der Räumlichkeiten gibt.

Auch die Information, dass Effektivkosten für Räume von der Stadt bezuschusst werden können, ist nicht allen Akteuren bekannt; ebenso wenig der Ratsbeschluss, dass städtische Räume für kulturelle Veranstaltungen kostenfrei genutzt werden können.

Für Bühnenveranstaltungen bemängeln vor allem Vereine, die Theaterveranstaltungen durchführen, dass es keine passenden Räumlichkeiten hinsichtlich Größe und Flexibilität der Bühne, Licht- und Tontechnik, Platz für Kulissen und Barrierefreiheit gäbe. Die beiden städtischen Hallen, Stadthalle und Kurhaus, seien vom Publikumsraum zu groß, nicht ausreichend zu verdunkeln und würden keine Theateratmosphäre schaffen.

Nur wenige Veranstaltungen der Kulturschaffenden füllen die beiden städtischen Hallen mit ihren über 1000 Sitzplätzen. Die Ausstattung und die Konzeption der Innenräume lassen nur wenig Flexibilität in der Nutzung zu.

Zudem gibt es in den Kernstädten keine Veranstaltungsorte, die zwischen 200 und 600 Personen fassen.

Zukünftig stehen als Kulturraum die Orangerie am Kunsthaus Alte Mühle und das Musikbildungszentrum für Veranstaltungen zur Ver-

fügung. Die Nutzung ist jedoch abhängig von der sonstigen Auslastung der Räumlichkeiten. Darüber hinaus kann die Aula des Schulzentrums für Veranstaltungen genutzt werden, und auch die Kirchen stellen häufig ihre Räume zur Verfügung.

Technik und Equipment werden unter Bekannten ausgetauscht, Fehlendes muss über Veranstaltungsagenturen ausgeliehen werden. Besonders für Vereine, die Veranstaltungen organisieren oder projektbezogen arbeiten, ist dies mit einem erheblichen Kostenaufwand verbunden. Hier sind besonders flexibel einsetzbare Gegenstände erwünscht, deren Leihgebühren von gemeinnützigen Initiativen tragbar sind.

Vernetzung / Kooperation

Eine gesteuerte Vernetzung unterschiedlicher Sparten wird durch das Kulturbüro nach und nach ausgebaut. Vereinsverzeichnisse bedürfen einer eingehenden Überarbeitung und Verteiler mit Ansprechpartnern müssen aktualisiert und teilweise neu aufgebaut werden. Regelmäßige Veranstaltungen, zu denen alle Kulturschaffenden eingeladen werden, finden bislang nicht statt. In manchen Sparten gibt es solche Netzwerktreffen, die entweder vom Kulturbüro oder von den Verbänden organisiert werden. Für die Bildenden Künstler initiierte die Tourismusgesellschaft eine solche Vernetzung, die mit einer Vermarktung einhergehen soll. Die Museen sind in der Museumslandschaft Hochsauerland zusammengefasst. Ziel der Vernetzung ist eine gemeinsame Präsentation in Form einer Website und eines Handbuchs. Darüber hinaus werden auch Angebote zur Qualifizierung und Professionalisierung gemacht.

Die Zusammenarbeit von bezahlten und ehrenamtlichen Kulturschaffenden ist nicht immer konfliktfrei. Häufig besteht kein Verständnis dafür, dass Angebote professionell ausgebildeter Kulturschaffender kostenpflichtig oder überhaupt bezahlt sind.

FORTSETZUNG SEITE 66

Räumlichkeiten

Räume für kulturelle Zwecke sind in Bad Berleburg fast flächendeckend vorhanden. So gut wie jedes Dorf verfügt über eine Fest- und Kulturhalle, ein Dorfgemeinschaftshaus, Gemeindehaus, eine (ehemalige) Schule oder ein Vereinslokal. So haben die Kulturaktiven generell keine Probleme, einen Raum für ihre Aktivitäten zu finden.

Während die Hallen der Dörfer für kulturelle Veranstaltungen oft überdimensioniert sind, fehlen im Stadtkern Räume zwischen 80 und 400 Sitzplätzen sowie eine größere Halle mit über 500 Plätzen. Das Bürgerhaus am Markt ist mit seinen 450 Plätzen für Veranstaltungen dieser Größe gut geeignet, bei schwach besetztem Saal lässt die Atmosphäre aber zu wünschen übrig. Außerdem gibt es außer in der Gastronomie keine Ausstellungsräume für Bildende Kunst, die auch am Wochenende geöffnet sind. Bühnentechnik für Theater oder Musik ist nur begrenzt oder nicht vorhanden. Ausnahmen bilden in Teilen die Aula des Johannes-Althusius-Gymnasiums sowie das Bürgerhaus. Generell müssen die Vereine auf professionelle Verleihfirmen zurückgreifen, was im Gegenzug Arbeitsplätze in diesem Bereich schafft.

Eine Übersicht über die Mehrzweckgebäude und Hallen mit Ansprechpartnern findet sich auf der Internetseite der Stadt Bad Berleburg, die örtlichen Vereine und Veranstalter kennen in der Regel die Wege, Räume zu akquirieren.

Ausgesprochen erfolgreich ist die Nutzung ungewöhnlicher Räume wie der Saal des Amtsgerichts, die Backstube einer Bäckerei, Sanitätshaus oder Apotheke für kleinere Veranstaltungen, wie sie das Literaturpflaster seit Jahren praktiziert oder auch die Nutzung von Autohäusern für Chorkonzerte, wie sie in den 1990er Jahren erstmals versucht wurde.

Vernetzung / Kooperation

Über die Arbeit der Verbände (Sängerkreis, Laienmusikverband...) hinaus gibt es einzelne Angebote von Vernetzung der Kulturschaffenden durch die städtische Kulturförderung Bad Berleburgs in unregelmäßigen Abständen. Generell kann das aktuelle Vereinsregister auf der Bad Berleburger Homepage wirksame Hilfe für Vernetzung sein. Kooperationen funktionieren auf persönlicher Ebene meist zwischen einzelnen Vereinen recht gut, wirklich erfolgreich wird Vernetzung, wenn Hauptamt beteiligt ist, wie beim Berleburger Literaturpflaster.

Da der vorhandene Veranstaltungskalender der Tourist-Information nicht durchgängig für Terminrecherche und -Veröffentlichung genutzt wird und das Bewusstsein für die begrenzte Zahl der ansprechbaren Menschen fehlt, entstehen immer wieder Terminüberschneidungen, mit denen die Akteure den Erfolg der eigenen Veranstaltung gefährden.

FORTSETZUNG SEITE 67

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Beratung / Qualifizierung

Die Qualifizierungsangebote der Verbände werden nur von einigen Vereinen aktiv genutzt. Als Gründe werden der Zeitmangel der Vorstands- und Vereinsmitglieder sowie die großen Entfernungen zu den Angeboten angegeben.

Im Stadtgebiet sind nur wenige professionelle Kulturarbeiter und Kulturvermittler aktiv. Für die Unterstützung durch Professionelle müssen häufig weite Anfahrtswege in Kauf genommen und auch finanziert werden. Zudem gibt es keinen guten Überblick, welche Künstler und Kulturarbeiter in der Region aktiv sind.

Werbung / Öffentlichkeitsarbeit

Auf der städtischen Website können sich Bürger über einen Teil der Kulturlandschaft informieren. Dort sind ausgewählte Vereine dargestellt, einen Überblick über die Vielfalt der Landschaft kann die Website nicht leisten. Die Kontakte zu Kulturakteuren sind teils nicht vollständig oder veraltet.

Innerhalb des Stadtgebiets existiert kein Kulturkalender, lediglich die Tourismus-Gesellschaft bringt einen Veranstaltungskalender online und in Print heraus, der jedoch nur für Touristen interessante Veranstaltungen ausweist. Es existiert eine Vielzahl unterschiedlicher Kalender, die von Dorfgemeinschaften und unterschiedlichen anderen Zusammenschlüssen betrieben werden. Jedoch weisen alle Kalender nur einen Bruchteil der bestehenden Termine auf und es kommt häufig zu Terminüberschneidungen und stark miteinander konkurrierenden Veranstaltungen. Viele Wochenendtermine im Jahr sind bereits mit den örtlichen Schützenfesten oder mit wiederkehrenden Ereignissen belegt.

Darüber hinaus gibt es keine zentrale Kartenvorverkaufsstelle und auch kein Online-Angebot, das den Bedürfnissen einer ehrenamtlichen Kulturlandschaft entspricht. Eintrittskarten werden häufig

über die Touristeninformation oder über die Sparkassen verkauft. Häufig suchen die Veranstalter aber auch eigene Wege. Auch öffentliche Werbemöglichkeiten sind stark begrenzt. So ist das Hängen von Plakaten oft sehr kostenaufwändig, Einzelhändler hängen nur in sehr begrenztem Rahmen Ankündigungen auf und Plätze für Banner sind auf wenige begrenzt und müssen lange vorher bei der Stadt angemeldet werden. Flyer und Programmheft können zentral in der Touristeninformation und im Rathaus ausgelegt werden.

Insgesamt fehlt ein zentraler Ort für Kultur, der sowohl das bestehende Angebot darstellt, Raum für Treffen und Vernetzung bietet als auch Image und Wiedererkennungswert prägt.

Beratung / Qualifizierung

Bestehende Fortbildungs- und Qualifizierungsangebote der Verbände, des LWL oder des Ehrenamtsservice Siegen-Wittgenstein werden eher sporadisch genutzt. Hier zeigt sich, dass die persönliche Be- bis Überlastung der Aktiven dem vorhandenen Bedarf entgegensteht, zumal gerade der Ehrenamtsservice viele Fortbildungen während der regulären Arbeitszeit anbietet.

Werbung / Öffentlichkeitsarbeit

So sehr mittlerweile die Notwendigkeit einer eigenen Internetpräsenz bejaht wird, so groß sind aber auch die Probleme, sich hochwertig und aktuell im Web zu präsentieren. Meist fehlen Kompetenzen und zeitliche Ressourcen, einen Auftritt zu gestalten und zu aktualisieren. Auf professionelle Hilfe wird dabei aus Kostengründen meist verzichtet. Allerdings besteht oft auch keine realistische Einschätzung über die Wirkung einer Internetpräsenz. Gerade im Bereich der Laienkultur sind die Zielgruppen nicht oder nur begrenzt web-affin. Darüber hinaus wird der Auftritt eines dörflichen Vereins kaum gefunden, wenn er nicht räumlich und thematisch gut verlinkt ist.

Veranstaltungstermine, die lediglich auf der eigenen Homepage veröffentlicht werden, haben nur eine geringe Chance auf Erfolg. Trotzdem wird die Möglichkeit der Veröffentlichung im touristischen Veranstaltungskalender, der online und monatlich als Print erscheint, nicht durchgehend genutzt. Da die Printausgabe in der Regel nicht in Geschäften ausliegt, ist sie bei der Bevölkerung eher unbekannt.

Zunehmende Probleme bereitet die Werbung über Plakate, da immer weniger Geschäfte bereit sind, diese auszuhängen.

Analyseinstrument

Die Bestandsaufnahme und ihre Analyse haben gezeigt, wie vielfältig die verschiedensten Faktoren den Erfolg des Akteurs als auch die Wirkung seiner Arbeit beeinflussen, egal ob es sich um einen Verein, eine Veranstaltergruppe oder einen einzelnen Künstler handelt. Um eine erfolgreiche Entwicklung der Kulturakteure zu unterstützen, wurden Stellschraubenraster entwickelt (siehe **Anhang 7**), die eine Art Werkzeugkasten für eine genaue Analyse bilden und daraus die Möglichkeit einer begründeten Organisationsentwicklung für den jeweiligen Akteur bieten, die möglichst professionell begleitet werden sollte.

*»Unsere Kultur verdanken
wir Menschen, die nie fragen
„Wozu soll das gut sein?“«*

Gerd de Ley (*1944)

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

4 Praxis und Reflexion

Die Häufigkeit der Nennung von einzelnen Problemlagen und die Dringlichkeit der Probleme führten zu einer Auswahl von Modellprojekten und Maßnahmen, die für beide Städte gemeinsam oder für jeweils eine Stadt konzipiert und durchgeführt wurden. Im Feld „Maßnahme“ finden sich in Klammern Verweise auf die entsprechenden Ausführungen im Text.

Maßnahme	Identifizierte Problemlagen	Bedarf	Prioritätskriterium
Schmallenberg Bad Berleburg Entwickeln von Museumskonzepten und Qualifikation von Museumsführern (siehe 4.4)	Zielgruppe, Qualifikation, Zusammenarbeit, Öffentliche Wahrnehmung	Museumsführer fehlen, keine zielgruppengerechten Angebote, Öffnungszeiten und Angebot nur schlecht touristisch nutzbar	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dringlichkeit, ▶ Bedeutung der Museen für Öffentlichkeit und Tourismus, ▶ Maßnahme berührt alle Problembereiche, ▶ überregionales Interesse, ▶ hohe Übertragbarkeit
Zielgruppenforschung mit dem Sinus Milieumodell/ Audience Development (siehe 4.3)	Zielgruppe, Qualifikation, Öffentliche Wahrnehmung	Angebote erreichen Menschen nicht, große Verunsicherungen zu gesellschaftlichem Wandel, weniger Interesse der Bevölkerung am Kulturangebot, Ansprachekanäle sind unklar	<ul style="list-style-type: none"> ▶ hohe Nachfrage, ▶ fehlendes Angebot für einige Zielgruppen, ▶ Interessen und Gewohnheiten von bestehenden Zielgruppen werden wenig berücksichtigt
Veranstaltungskalender für Kulturangebote (siehe 4.1)	Öffentliche Wahrnehmung, Zielgruppe, Zusammenarbeiten	Möglichkeiten Vereins- und Kulturangebot zu präsentieren fehlen, kein Informationsaustausch mit angrenzenden Gemeinden, Kulturlandschaft ist nur wenig sichtbar	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Sichtbarkeit erhöhen, ▶ Grundlage für Austausch schaffen, ▶ Koordination stärken, ▶ Überschneidungen minimieren

Maßnahme	Identifizierte Problemlagen	Bedarf	Prioritätskriterium
Schmallenberg Bad Berleburg (regelmäßige und institutionalisierte) Anlässe zum Austausch der Kulturschaffenden (Tourismus, Kulturelle Bildung, Wirtschaft) (siehe Kapitel 4.2, 4.3, 4.4, 4.7, 4.8)	Zusammenarbeiten, Zielgruppe, Öffentliche Wahrnehmung	wenige Informationen und Beziehungen über das Stadtgebiet hinaus, wenig Abstimmungen bei ähnlichen Angeboten, kaum Kooperationen, fehlende Plattform zur Darstellung des eigenen Angebots, wenig Bezug zu Hauptamt, kaum Austausch von Ressourcen, kaum Wissen über vorhandene Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kulturlandschaft darstellen, ▶ persönliche Beziehungen befördern, ▶ Schnittstellenbereiche für Kooperationen mitdenken, ▶ Ideen- und Ressourcenaustausch ermöglichen, ▶ der Kultur eine Stimme verleihen
Gemeinsame Darstellung der Kulturlandschaft (z. B. Website)	Zusammenarbeiten, Zielgruppe, Öffentliche Wahrnehmung	wenig Wissen über andere Angebote, Interessenten finden nur schwer das passende Angebot	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kulturlandschaft darstellen, ▶ Kultur als Image und Standortfaktor, ▶ Sichtbarkeit für Interessenten, ▶ Wissen über andere Angebote für Kooperation oder Wettbewerb

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Schmallenberg

Maßnahme	Identifizierte Problemlagen	Bedarf	Prioritätskriterium
Jugendbeteiligung in der Kultur ausbauen, (siehe 4.6)	Zielgruppe, Zusammenarbeiten, Öffentliche Wahrnehmung	fehlende Vorstellung zu Jugendinteressen in der Kultur, Jugendarbeit wird als schwierig empfunden, Jugendliche haben zu wenig Freiräume, teils schlechtes Image der ländlichen Kultur bei Jugendlichen, geringe Lobby der Jugendkultur	<ul style="list-style-type: none"> ▶ hohe Nachfrage der Kulturschaffenden, ▶ positive Erlebnisse für junge Generation schaffen, ▶ Selbstwirksamkeit ermöglichen, ▶ gesellschaftlichen Wandel mitdenken, ▶ Verantwortung übertragen, ▶ Augenhöhe herstellen
Theaterangebote vernetzen (siehe 5.7)	Zusammenarbeiten, Zielgruppe, Öffentliche Wahrnehmung	kaum Austausch, starke Jugendarbeit ohne Kontinuität, kaum touristische Nutzung, Wegbrechen des Publikums bei professionellen Veranstaltungen, Verbindung zwischen Schultheater und Vereinstheater	<ul style="list-style-type: none"> ▶ große Vielfalt mit starker Vereinzelung ▶ großes Potenzial für Zusammenarbeit und Innovation, ▶ Potenzial für Stadtmarketing und spartenübergreifende Zusammenarbeit

Bad Berleburg

Maßnahme	Identifizierte Problemlagen	Bedarf	Prioritätskriterium
Chorpräsentation: Form und Inhalt neu denken (siehe 4.5)	Zielgruppe, Qualifikation, Zusammenarbeit	starke Überalterung, kaum Nachwuchsförderung, kaum Zielgruppenbewusstsein, häufig schlechtes Image	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dringlichkeit durch starke Überalterung, ▶ durchgehende Problemanzeige
Kooperationen zwischen Kulturvereinen und Schule – außerschulische Lernorte, Heimatkunde im Unterricht (siehe 4.9)	Zusammenarbeiten Zielgruppe	Nachwuchsförderung, wenig genutztes Potenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Synergiepotenziale identifizieren, ▶ Förderprogramme nutzen, ▶ Neue Formen der Zusammenarbeit entwickeln, ▶ Nachwuchsgewinnung für die Vereine

Abb.17: Auswahl der Modellprojekte nach Priorität der Bedarfe

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Weitere Bedarfe, die als Ergebnisse aus der Bestandsaufnahme hervorgegangen sind:

- ▶ Anerkennungsstrukturen für das Ehrenamt ausbauen
- ▶ Mentorenmodelle für die Vorstandsarbeit entwickeln
- ▶ Mobilitätskonzepte für verschiedene Zielgruppen ausbauen
- ▶ Best practice ermöglichen
- ▶ Gemeinsame Ticketsysteme entwickeln
- ▶ Zentrales Kulturmarketing einrichten
- ▶ Alternative Kulturförderstrukturen aufbauen

Diese Themen hatten durch die geringere Anzahl von Nennungen eine nicht so hohe Priorität und konnten daher nicht im Rahmen des Projektes erarbeitet werden. Sie finden sich aber aufgrund ihrer Tragweite teilweise bei den Empfehlungen wieder.



4.1 Website www.kultur-ausblick.de

Grundlage für die Erstellung der Projektwebsite waren die in der Bestandsaufnahme von den Kulturakteuren angesprochenen Probleme in den Feldern:

- ▶ Vernetzung
- ▶ Eigene Darstellung der Kulturakteure
- ▶ Veranstaltungsbewerbung (einziger überörtlicher Veranstaltungskalender Schmallenberg/Bad Berleburg)
- ▶ Sichtbarkeit von Akteuren und Veranstaltungen zwischen Schmallenberg und Bad Berleburg
- ▶ Gegenseitiger Austausch von Informationen, Hilfen, Material über einen „Marktplatz“
- ▶ Downloadbereich zu Fördermöglichkeiten, Arbeitshilfen, Arbeitspapieren und -ergebnissen aus dem Projekt usw.
- ▶ Berichte über das Projekt und seinen Verlauf

So wurde die Entwicklung der Website bereits in der ersten Projektphase begonnen, um in der zweiten Phase als Unterstützung der Modellprojekte dienen zu können.

Diese „Safe-the-date-Karte“ mit der Website www.kultur-ausblick.de fanden die Kulturakteure beider Städte Ende 2013 in ihrer Post.

Freigeschaltet wurde die Website zu Beginn des Jahres 2014. In diesem Zuge wurden die Kulturakteure in beiden Städten mittels einer „Safe-the-date-Karte“ zum Impulsworkshop eingeladen und über einen QR-Code angeregt, weitere Informationen auf der Website abzurufen und sich dort zum Impulsworkshop anzumelden.

Durch unterschiedliche Hilfestellungen (schriftliche Anleitungen auf der Homepage, praktische Demonstrationen während des Impulsworkshop usw.) sollten die Akteure in die Lage versetzt werden, sich und ihre Veranstaltungen auf der Website zu präsentieren.

Es konnte keine annähernd vollständige Darstellung auf der Website erzielt werden, weder in Bezug auf die Eigendarstellungen der Akteure und Vereine noch auf die Einstellung von Veranstaltungen. Nach eigener Auskunft fehlten den Akteuren die zeitlichen sowie inhaltlichen Ressourcen.

Über Fortbildungsangebote oder Veranstaltungshinweise, die in Mails angekündigt und über einen Linkung auf der Seite ausführlich dargestellt wurden, blieb die Website kurzzeitig neu im Gespräch. So stiegen die Nutzerzahlen in den Tagen nach solchen Ankündigungen signifikant an, pendeln sich aber in den Zwischenzeiten bei durchschnittlich drei Benutzern pro Tag ein.

Insgesamt konnte das Ziel einer einigermaßen vollständigen, flächendeckenden Informations-

seite mit regem Austausch auf dem Marktplatz nicht erfüllt werden. Nach Rücksprache mit den Kulturakteuren ist das Internet nicht das Medium der ehrenamtlichen Kultur, was durch die Bestandsaufnahme zum Punkt 2.7 des Fragebogens: „Welche Kommunikationsformen nutzen Sie?“ unterstrichen wird. So haben bei den Chören lediglich 30 Prozent eine eigene Homepage und auch die Museen sind meist nicht mit einem eigenen Internetauftritt in der Öffentlichkeit, sondern lediglich über die Seite des jeweiligen Trägervereins vertreten.

4.2 Impulsworkshop

Der Impulsworkshop fand in Schmallenberg statt. Um jedoch den räumlichen Nachteil Bad Berleburgs auszuräumen, wurde ein Bus gestellt, den die Teilnehmer kostenfrei nutzen konnten. Dieses Angebot wurde auch gut angenommen.

Der Impulsworkshop stellte den Abschluss der Befragung der Kulturakteure dar. Da die Gespräche sehr ausführlich und auch vertraulich geführt wurden, war es ein Anliegen, den Befragten die Ergebnisse als erstes zu präsentieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, diese zu diskutieren oder zu hinterfragen. Darüber hinaus sollte die Veranstaltung auch ein Dank für die rege Beteiligung sein, der in Form eines Kulturprogramms mit regionalem und inhaltli-

Der Impulsworkshop wurde sehr gut angenommen: es kamen zirka doppelt soviele Teilnehmer wie erwartet.



chem Bezug ausgesprochen wurde. Ein weiteres Ziel war, die Kulturlandschaften der beiden Städte durch ihre Akteure sichtbar zu machen und erste Gelegenheiten für einen persönlichen Austausch zu schaffen. Unterstützend konnten sich alle Teilnehmer fotografieren lassen und sich mit Namen und Betätigungsfeld auf Karten der Stadtgebiete verorten. Zudem konnten sich die Teilnehmer die Funktionen und Möglichkeiten der neu eingerichteten Website vorführen lassen.

Etwa doppelt so viele Teilnehmer als erwartet folgten der Einladung. Die gute Resonanz ist einerseits darauf zurückzuführen, dass sich viele der Akteure in ihrer Arbeit wahrgenommen füh-

len und ein Interesse an einer Zusammenarbeit mit anderen Akteuren oder auch mit der Stadt hegen. Andererseits waren die durch die Interviews zwischen Projektteam und Kulturakteuren geknüpften Beziehungen sowie das ansprechende Kulturprogramm Gründe für die Teilnahme.

Die vorgestellten Ergebnisse entsprachen den Erwartungen der Teilnehmer, hilfreich war für viele diese im gesamtgesellschaftlichen Kontext relativiert zu sehen.

Die Diskussion an den Thementischen war teils schwierig zu führen, da, ob der hohen Teilnehmerzahl, die Gruppen zu groß und der Geräuschpegel zu hoch war. Außerdem waren die

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Gruppen sehr heterogen, so dass viele Themen angesprochen, aber nicht verfolgt werden konnten.

Die Rückmeldung vieler Teilnehmer war, dass dies ein guter Anfang sei, aber in kleineren Gruppen und zu spezifischeren Themen weiter-

diskutiert werden sollte. Positiv wurde das Zusammentreffen der vielen Akteure bewertet. So wurde den Akteuren deutlich, welche Vielfalt an Kulturaktivitäten besteht und dass alle mit ähnlichen Problemen zu kämpfen haben. Persönliche Kontakte zwischen einzelnen Akteuren sind

nur punktuell entstanden oder sind nicht direkt nachzuvollziehen.

Das Angebot, sich über die Website zu informieren, ist nur sehr wenig angenommen worden.

Dies ist sicherlich zu Teilen auf die Fülle des Programms zurückzuführen.

Der Impulsworkshop fand am 16 Februar 2014 im Tagungsraum der Besteckfabrik Hesse statt.



4.3 Qualifizierung Zielgruppe: Einführung und Praxiswerkstatt

In beiden Städten wurde eine Einführung in die Zielgruppentypologie auf Grundlage der Sinus-Milieus und der Micron Geo-Milieus® der beiden Städte durchgeführt.

In Bad Berleburg wurden vornehmlich Entscheider und Multiplikatoren sowie Kulturvereine, die Veranstaltungen organisieren, eingeladen. Der Referent, Klaus Gerhards von der ID-Agentur Ruhr, gab einen vertiefenden Einstieg in das Thema und seine Bedeutung für ein Audience Development (Besucherentwicklung). Deutlich wurde, dass es sich lediglich um einen Einstieg in dieses sehr komplexe Thema handelt und dass für die Kulturakteure ein praxisorientierter Workshop notwendig ist.

In Schmallenberg war die Veranstaltung für alle Kulturakteure geöffnet. Es fanden sich aus fast allen Sparten Akteure ein – Chorgesang, Musikverein, Veranstalter, Kunst, Museen und Heimatpflege, Kulturelle Bildung, Tourismus. Der Referent, Klaus Gerhards, stellte das Thema anhand von Beispielen anschaulich dar, so dass für die unterschiedlichen Sparten eine Möglichkeit bestand, eigene Anknüpfungspunkte zu finden. Deutlich wurde, dass das Thema nicht mit einem Vortrag erschlossen ist, sondern dass es vielmehr um einen langfristigen Diskurs geht, der



Einführung in die Kulturarbeit mit dem Sinus-Milieumodell.

Veränderungsprozesse in Gang setzen kann. Die Rückmeldungen der Teilnehmer waren dahingehend übereinstimmend, dass es ein sehr interessanter Ansatz sei, dass jedoch eine Vertiefung auf der praktischen Ebene stattfinden müsse.

Eine als Konsequenz geplante Praxiswerkstatt musste leider aus Krankheitsgründen zunächst abgesagt werden. Geplant ist, sie zu einem späteren Zeitpunkt zu realisieren. Als Herangehens-

weise ist geplant, sich zunächst einen kurzen Überblick über die Milieus zu verschaffen, um dann in Kleingruppen das Profil des eigenen Angebotes zu analysieren. Daraufhin soll die Wunschzielgruppe genau unter die Lupe genommen werden, um dann konkrete Maßnahmen zu entwickeln, wie das Angebot mit den Ansprüchen der Wunschzielgruppe zusammengebracht werden kann.

4.4 Entwicklung von Museumskonzepten und Qualifikation von Museumsführern

In beiden Städten stellte sich während der Bestandsaufnahme heraus, dass die Museen einen gleichermaßen großen Bedarf an Unterstützung haben. Drängendste Probleme sind die fehlenden Museumsführer, gefolgt von museumspädagogischen Konzepten für zielgruppengerechte Führungen. Nach Gesprächen mit museumspädagogischem Fachpersonal wurde die „Geschichtsmanufaktur“ aus Dortmund angefragt, ein entsprechendes Konzept zu erstellen.

Schmallenberg

Ausgangssituation

Die Museen des Schmallenberger Sauerlandes sind sowohl im Rahmen der Museumslandschaft HSK wie auch durch die Schmallenberger Tourismusgesellschaft vernetzt. Die Tourismusgesellschaft unterstützt zudem die touristische Vermarktung wie auch die Erstellung von kindgerechten Materialien und die Darstellung in der Öffentlichkeit. Beides findet jedoch nur punktuell und nicht auf Grundlage einer Gesamtkonzeption statt. So existieren viele Initiativen gleichzeitig und die Übersichtlichkeit für den Adressaten leidet.

Darüber hinaus sind das Museum Holthausen, die Besteckfabrik Hesse in Fleckenberg und das Museum Eslohe DampfLandLeute in das Regionale Projekt Wasser Eisen Land eingebunden, welches Orte der Industriekultur in Südwestfalen vernetzt. Trotz der vielen Vernetzungsstrukturen gibt es in den Museen kaum Führungen, die unterschiedliche Zielgruppen in den Fokus nehmen und entsprechend Inhalt und Dauer anpassen. Zudem mangelt es in vielen Museen an Museumsführern.

Nach Einschätzung von museumspädagogischem Fachpersonal, der „Geschichtsmanufaktur“ aus Dortmund, verfügen alle Museen über Ausstellungen, die sich als Basis für museumspädagogische Führungen eignen. Bei einigen Ausstellungen empfiehlt die Geschichtsmanufaktur jedoch eine Überarbeitung oder Erweiterung unter Gesichtspunkten der zielgruppengerechten Vermittlung.

Das Konzept, ein Qualifizierungsprogramm für angehende, ehrenamtliche Museumsführer aufzusetzen, wurde in zwei Treffen mit Vertretern der Museen diskutiert. Die Vertreter der Museen äußerten Bedenken, möglicherweise keine passenden Interessenten für die Qualifizierung zu finden oder die Schwierigkeit, ungeeigneten Bewerbern absagen zu müssen. Positiv wurde bewertet, dass über ein solches Projekt neue Gruppen, wie zum Beispiel Schulklassen, verstärkt die Museen besuchen könnten. Außerdem sei der akute Mangel an Museumsführern Grund genug, ein solches Vorhaben zu unterstützen.

Aus Sicht des Tourismus ist die Ausbildung von Museumsführern für zielgruppengerechte Angebote eine gute Grundlage, um die Museen weiter touristisch vermarkten zu können. Außerdem könnten die Museumsführer ihre Kompetenzen auch für Stadt- und Kirchenführungen einsetzen und so das gesamte Kulturvermittlungsangebot erweitern. Die touristische Nachfrage solcher Angebote sei hoch. (siehe Touristische Zielgruppen)

Bad Berleburg

Ausgangssituation

Die Bad Berleburger Museen sind auf persönlicher Ebene sowie durch Bad Berleburg Markt & Tourismus locker vernetzt. Die Touristiker unterstützen zudem die Vermarktung und die Darstellung in der Öffentlichkeit durch spezielle Veröffentlichungen wie den „Streifzug durch die Kulturen“ des Touristikvereins. Es gibt allerdings in den Museen kaum Führungen, die unterschiedliche Zielgruppen in den Fokus nehmen und entsprechend Inhalt und Dauer anpassen. Zudem mangelt es in vielen Museen an Museumsführern.

Im Unterschied zu den Museen in Schmallenberg verfügen in Bad Berleburg fast nur die Museen über Ausstellungen, die sich als Basis für museumspädagogische Führungen eignen, die kein Handwerk vorführen. Bei den Handwerksmuseen orientiert sich die Führung an dem jeweiligen Handwerk. Bei einigen Ausstellungen empfiehlt die Geschichtsmanufaktur jedoch eine Überarbeitung oder Erweiterung der Ausstellung unter Gesichtspunkten der zielgruppengerechten Vermittlung.

Das Konzept, ein Qualifizierungsprogramm für angehende, ehrenamtliche Museumsführer aufzusetzen, wurde auch in Bad Berleburg in Treffen mit Vertretern der Museen diskutiert. Dabei wurden ganz ähnliche Bedenken wie in Schmallenberg genannt, zusätzlich wurde über die Frage diskutiert, ob es überhaupt wünschenswert sei, Museumsführer zu bezahlen. Auch die Argumente für das Pro-

gramm ähnelten denen in Schmallenberg (Mangel an Museumsführern, Erschließung neuer Zielgruppen etc.).

Gerade weil die Museen derzeit touristisch nur begrenzt sichtbar sind, kommt auch seitens der Bad Berleburger Touristiker große Unterstützung für das Qualifizierungsprogramm.

Die Museumsbegehung durch die Geschichtsmanufaktur führte auch in die Drehkoite Girkhausen.



Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

Qualifizierungsprogramm

Das Fachpersonal, die „Geschichtsmanufaktur“, verschaffte sich bei einer Begehung aller Museen und im Gespräch mit den Museumsverantwortlichen einen Überblick über die Sammlungen und die Möglichkeiten, die die Museen für eine Qualifizierung bieten. Darüber hinaus wurden Informationsmaterialien wie Webseiten und Flyer einbezogen, um erste Empfehlungen (siehe Anhang 8) für die Museen im Hinblick auf Kooperationen, Zielgruppenausrichtung und Schwerpunkte für die Vermittlung

von Sammlungen im Qualifizierungsprogramm (siehe Anhang 9) zu erstellen.

Auf Grundlage dieser Erkenntnisse werden parallel in den Städten Schmallenberg und Bad Berleburg Anträge bei der Regionalen Kulturpolitik (siehe Anhang 10) gestellt, um das Qualifizierungsprogramm entsprechend finanziell unterstützen zu können. Die Umsetzung erfolgt dann voraussichtlich in der ersten Jahreshälfte 2015.

Nach Bewilligung werden interessierte Laien und ehrenamtliche Museumsführer zu einem

ersten Informationstreffen eingeladen, bei dem sie neugierig auf die Qualifizierung gemacht werden. Gemeinsam mit den professionellen Museumsführer-Coaches besuchen sie eine der Sammlungen und betrachten diese gemeinsam mit den Coaches unter museumspädagogischen Gesichtspunkten. Ziel ist, bei den Interessenten eigene erste Ideen für Führungskonzepte in den unterschiedlichen Museen hervorzurufen. Erst nach dieser Informationsveranstaltung entscheiden sich die Interessenten verbindlich, an der Qualifizierung teilzunehmen.

An vier aufeinanderfolgenden Terminen, die jeweils in anderen Museen stattfinden, entwickelt die Gruppe gemeinsam ein museumspädagogisches Konzept für eines der Museen. Während der Schulung werden ebenfalls didaktische und rhetorische Grundlagen, wie auch ein Grundgerüst zur Entwicklung eigener Führungskonzepte, vermittelt.

Nach dem Schulungsblock erstellen die Teilnehmer eigenständig ein Führungskonzept für ein Museum ihrer Wahl, das sie in der Gruppe und durch das Feedback der Coaches erproben

und überarbeiten können. In der letzten Veranstaltung werden in je einem Museum in Schmallenberg und Bad Berleburg alle Teilnehmer aus beiden Städten zur Vorstellung der fertigen Konzepte eingeladen und die erstellten Führungen im kollegialen Austausch besprochen. Begleitet wird dieses Ereignis anlassbezogen durch die regionale Presse.

Bestenfalls entsteht für jedes Museum ein neues Konzept, das jedoch von allen Teilnehmern genutzt werden kann. Während der Erarbeitungszeit stellen sich die Museumsvereine

zur Verfügung, um inhaltliches Wissen an die Teilnehmer weiterzugeben. Abschließend wird gemeinsam mit den nun qualifizierten Museumsführern ein Flyer entwickelt, in dem sie ihre Angebote gesammelt bewerben können.

In einem nächsten Schritt kann die erprobte Qualifizierung in die jeweiligen Kulturregionen ausgeweitet werden.

Schmallenberg

Weiteres Vorgehen

In Schmallenberg treffen sich die Verantwortlichen der Museen sowie das Kulturbüro und die Touristiker, um über ein Gesamtkonzept für alle Museen zu beraten. Thematisiert werden einerseits autonome Aufgabenbereiche der Museen und andererseits Querschnittsbereiche, die zur Entlastung der Ehrenamtlichen zentral gesteuert werden könnten. Ziel ist es, ein gemeinsames Identifikationskonzept und damit einen höheren Wiedererkennungswert der Museumslandschaft des Schmallenberger Sauerlandes zu entwickeln. Querschnittsbereiche sind die Qualifizierung von Museumsführern, die Entwicklung von zielgruppengerechten Angeboten, aber auch Mobilitätsangebote, Vernetzung mit anderen Museumslandschaften, die Beantragung von Fördermitteln, Marketing sowie Auftritte zu musealen Ereignissen, wie beispielsweise dem Internationalen Museumstag.



Die Besteckfabrik Hesse steht, dank des Heimatvereins Fleckenberg, als Technisches Museum allen interessierten Besucher offen.

Bad Berleburg

Weiteres Vorgehen

In Bad Berleburg entwickelte sich bereits im ersten Treffen der Museen viel Initiative. Neben Fragen und Ideen zur gemeinsamen Bewerbung der Museen, gemeinsame Tickets, Verabredung zu besserer Zusammenarbeit oder Erstellung einheitlicher Wegweisung kam die Idee einer ersten gemeinsamen Präsentation im Rahmen einer Museumsnacht auf. Diese Idee wurde in den folgenden fünf Treffen intensiv weiter verfolgt und konkretisiert und mündet in der Ersten Bad Berleburger Museumsnacht am Vorabend vom „Tag des offenen Denkmals 2014“ mit insgesamt zehn teilnehmenden Museen und Vereinen mit beeindruckender Initiative der Teilnehmer und sehr hoher Publikumsresonanz mit über 1000 Gästen. Unterstützung bei Fragen der Organisation und Koordination konnte durch den Bad Berleburger Projektleiter geleistet werden.



Auch das Schieferschaubergwerk in Raumland erfreute sich während der Ersten Bad Berleburger Museumsnacht vieler Besucher.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

4.5 Chorpräsentation: Form und Inhalt neu denken

Starke Überalterung, kaum Nachwuchsförderung, kaum Zielgruppenbewusstsein, häufig schlechtes Image sind einige der Problemfelder aus der Bestandsaufnahme der Chöre. Gerade die in Bad Berleburg überdurchschnittlich sinkenden Mitgliederzahlen ließen das Thema Chöre ausgesprochen dringlich erscheinen. Ein zentraler Punkt war dabei die Frage der Sängerkonferenzen, die bei Sängern und Publikum auf sehr geringes Interesse stießen, aber wegen der finanziellen Notwendigkeiten und aus Mangel an anderen Ideen weiterhin in traditioneller Weise veranstaltet werden.

Im Laufe der Bestandsaufnahme konnten über 80 Prozent der Chöre durch Fragebögen und/oder Gespräche erreicht werden. Ein erstes Gespräch mit dem Vorstand des Sängerkreises Wittgenstein im Rahmen der Befragung ergänzte die erste Runde. Auf Grund der Befragungsergebnisse wurde ein weiteres Gespräch mit dem Sängerkreisvorstand und der Kreischorleiterin anberaunt, in dem die von den Chören genannten Problemlagen erörtert und über Lösungsansätze wie veränderte Präsentationen gesprochen wurde. Darüber hinaus wurde der Bad Berleburger Projektleiter zu einem Vortrag über die Ergebnisse im Rahmen des Sängerkreistages des Sängerkreises Wittgenstein am 23. März

2014 eingeladen, aus dem sich weitere Gespräche mit Vorstandsmitgliedern von Chören und Sängerkreis sowie Chorleitern ergaben.

Interessant zu beobachten war, dass bereits die Gespräche Veränderungen nach sich zogen. So wurde beispielsweise auf Grund der Klagen über mangelnde Informationen zu Zuschüssen die Förderliste des Sängerbundes NRW komplett auf der Internetseite des Sängerkreises veröffentlicht. Auch neue Ideen der Präsentation gab es aus den Chören heraus. So wurde das Frühlingssingen des Gemischten Chores „Sängerbund“ Raumländ im Mai 2014 mit einem von Vorstand und Projektleiter neu gestalteten Konzept in komplett neuer Form mit überaus positivem Publikumsecho durchgeführt. Im Mittelpunkt stand nicht mehr das Abspulen von Liedbeiträgen. Hier wurde mit lediglich zwei Chören ein Programm bestritten, bei dem neben den Beiträgen der einzelnen Chöre auch gemeinsame Lieder und Lieder zusammen mit dem Publikum auf dem Programm standen.

4.6 Jugendbeteiligung: Jugendforum und Jugendpilotreise nach Wimereux

Aus der Befragung und verstärkt aus dem Impulsworkshop wurde der Wunsch der Kulturakteure formuliert, stärker mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen, um herauszufinden, was



Jugendliche erforschen das Angebot der Partnerstadt Wimereux.

diese an den bestehenden Vereinen interessieren könnte und was sich die Jugendlichen darüber hinaus wünschen würden.

Im Juli 2013 fand in Schmallenberg das erste Jugendforum statt, in dem Jugendliche die Gelegenheit hatten, sich zu den unten stehenden Fragen zu äußern. Organisiert und durchgeführt wurde es vom Jugendamt und Schulverwaltungsamt der Stadt Schmallenberg. Die Aussagen der Jugendlichen im Jugendforum zeigen deutlich, dass es viele Berührungspunkte zwischen den Interessen der Jugendlichen und der Kulturschaffenden gibt.

Adressat der Veranstaltungen waren jedoch zunächst Kommunalpolitik und Verwaltung. Die Themenkomplexe und Aussagen der Jugendlichen betreffen aber auch in starkem Maße den Freizeitbereich und die Kulturvereine.

Beispielhafte Aussagen/Wünsche:

- ▶ Jugendgruppen/-treffs in den Orten, bei denen sie die Angebote mitbestimmen können
- ▶ Regelmäßige Angebote, auch in kleineren Orten und am Abend
- ▶ Jugendliche mögen die Struktur von Vereinen, z.B. fester Termin, leichter Zwang zur Mitarbeit, aber auch Mitbestimmung; viele würden später gerne Vorstandsarbeit machen.
- ▶ Mitbestimmung funktioniert nur, wo Kinder und Jugendliche ernstgenommen werden.
- ▶ Viele Kinder und Jugendliche wissen gar nicht, wo sie überall mitbestimmen dürfen.
- ▶ Viele Erwachsene tun nur so, als dürften Kinder und Jugendliche mitbestimmen, sie hören aber nicht auf die Wünsche und Aussagen oder setzen sie nicht um.

Deutlich wurde, dass Jugendliche die Vereinsstruktur und ihre „Heimat“ schätzen, insbesondere aber mitbestimmen wollen, welche Angebote für sie gemacht werden. Sie sind auch bereit, sich zu engagieren, möchten aber auch Gehör finden, was ihre Wünsche und Bedürfnisse anbelangt.

Im Gegenzug wurde in den Gesprächen mit vielen Vereinen eine hohe Bereitschaft signalisiert, die Wünsche Jugendlicher stärker zu berücksichtigen,

wenn sich diese im Gegenzug im Verein engagieren. Aus diesen Aussagen ergibt sich die Konsequenz, Erwachsene und Jugendliche ins Gespräch zu bringen und so gemeinsam zukunftsträchtige Formate zu entwickeln.

So liegt es nahe, keine Doppelstruktur zu schaffen, sondern das bereits bestehende Format des Jugendforums mit den Interessen der Kulturakteure zu verknüpfen und so die Kulturakteure als Adressaten für die Vorstellungen der Jugendlichen anzusprechen. Im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung wurde ein Konzept erarbeitet, wie beide Seiten von einer solchen Beteiligung profitieren könnten (siehe Anhang 11).

Im Anschluss an das erste Jugendforum sollte zeitnah ein weiteres veranstaltet werden. Verantwortlich für die Organisation und Durchführung ist eine Arbeitsgruppe der Kommunalpolitik mit Unterstützung der Stadtjugendpflege. Aus unterschiedlichen Gründen ist derzeit noch kein neuer Termin gefunden. Teilnehmerkreis, Zielvorstellung der Veranstaltung, Ablauf und Ausblick werden ebenfalls noch diskutiert.

Empfehlenswert ist die Entwicklung eines Konzeptes, das die Beteiligung von Jugendlichen langfristig vorsieht. So kann sich das Jugendforum als feste und verbindliche Einrichtung zur Mitgestaltung bei den Jugendlichen etablieren. Jugendbeteiligung sollte als Querschnittsthema unterschiedlicher Bereiche gedacht werden – so

ist der zivilgesellschaftliche Sektor, neben Politik und Verwaltung ein Feld, in dem die Beteiligung Jugendlicher von zentraler Bedeutung ist. Gleichzeitig sollte über Konzepte nachgedacht werden, wie die Interessen der Jugendlichen auch nachhaltig Einzug in die drei Bereiche finden und den Jugendlichen vermittelt wird, dass ihr Engagement im Jugendforum auch Einfluss auf ihre gesellschaftliche Realität hat. Dabei ist nicht maßgeblich, dass alle Interessen und Wünsche umgesetzt werden, sondern dass sie ernstgenommen werden und Gehör finden.

Jugendpilotreise in die Partnerstadt Wimereux

Ein Beispiel aktiver Jugendbeteiligung ist die Jugend-Pilotreise des Freundeskreises Wimereux. Der Freundeskreis Wimereux musste in den letzten Jahren eine starke Überalterung und einen Rückgang jungen Engagements verzeichnen. Der Vorstand des Vereins stellte sich die Frage, was könnte Jugendliche an einem Partnerstadtverein interessieren. Nach eigener Aussage zielt das Programm der Bürgerfahrten wenig auf die Interessen Jugendlicher ab. Der Verein entschloss sich, mit einer kleinen Gruppe Jugendlicher herauszufinden, was Jugendliche an der Partnerstadt interessieren könnte. Unterstützt vom Deutsch-Französischen-Jugendwerk reisten acht Jugendliche mit pädagogischer Begleitung nach Wimereux. An fünf Tagen sollten

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

sie verschiedene Aufgaben in den Bereichen Geschichte, Sehenswertes, Freizeitangebote, Kultur, Küche und Kontakte mit Menschen vor Ort erfüllen. Sie sammelten Informationen und Ideen zu Angeboten vor Ort, die andere Jugendliche interessieren könnten. Die Jugendlichen dokumentierten ihre Aktivitäten mit Flip-Kameras. Auf diese Film-Aufgabe wurden die Jugendlichen durch Fachdozenten der Jugendkunstschule vorbereitet. Zurück zu Hause entwickelten die Jugendlichen gemeinsam mit dem Verein einen Reiseplan für eine weitere Projektgruppe. Die dokumentierten Filmschnipsel wurden in einem Schnitt-Workshop, ebenfalls in der Jugendkunstschule, zu einem kurzen Image-Film zusammengefügt, der im nächsten Jahr zur Bewerbung der Reise genutzt werden kann. Die Jugendlichen der Pilotreise erhielten für ihren Einsatz ein Zertifikat für interkulturelles Projektmanagement, unterzeichnet vom Freundeskreis und der Stadt Schmallenberg.

4.7 Theater vernetzt?!

Theater findet in Schmallenberg in unterschiedlichen Facetten und in großer Vielfalt statt. Neben Laienspielgruppen, gibt es Schultheater, theaterpädagogische Projekte, Musiktheater, Improvisationen oder Veranstalter, die ein Programm aus professionellen Theatervorführun-

gen der Landesbühnen, kleinerer Ensembles und Kabarett zusammenstellen. Trotz dieser großen Vielfalt gibt es nur vereinzelt Kontakt zwischen den Akteuren. Die Kooperation der Theaterakteure verspricht positive Auswirkung auf die Qualität und den Stellenwert von Theater:

- ▶ Tausch von Equipment und Kostümen
- ▶ Gemeinsame Werbung, um theaterinteressiertes Publikum auch auf andere Angebote aufmerksam zu machen
- ▶ Gemeinsame Interessen bei Raumaussstattung und Bauvorhaben formulieren
- ▶ Jungen Schauspielern die Möglichkeit geben, vom Jugendtheater/Schultheater in andere Vereine/Formationen zu wechseln
- ▶ Gemeinsame Fördergelder für größere Vorhaben akquirieren
- ▶ Für eigene Qualifizierung Workshop Angebote einkaufen

Die Akteure begrüßten, dass durch die Kulturentwicklungsplanung die Initiative ergriffen wurde, sich miteinander auszutauschen. Erster Anknüpfungspunkt und gemeinsames Anliegen war zunächst der Wunsch, einen geeigneten Raum für die unterschiedlichen Aufführungsformen zur Verfügung zu haben. Dabei spielten eine flexible Raumgestaltung sowie die technische Ausstattung eine entscheidende Rolle.

Als Fragestellungen kristallisierten sich drei Themenkomplexe heraus, an denen die Beteiligten Interessen hätten zu arbeiten:

- ▶ Wie kann man ermöglichen, dass theaterbegeisterte Jugendliche Kontakt zu den Theatervereinen bekommen?
- ▶ Welche Gruppen und welche Schauspieler gibt es? Wie lässt sich das für die Öffentlichkeit und potenzielle interessierte Spieler darstellen?
- ▶ Wie können die Theater-Macher einen Austausch z.B. von Bühnenbildern, Requisiten, Equipment etc. gewährleisten?

Als Vorschlag wurde die Idee eines gemeinsamen Theaterfestivals geäußert, durch das eine Verbindung zwischen allen Akteuren hergestellt werden könnte. Denkbar sei eine Verbindung über Gegenstände oder Personen, die in allen Stücken immer wieder auftauchen oder die Bearbeitung eines gemeinsamen Themas. Gewünscht wurde für ein solches Vorhaben ein externer Spielleiter, der den Blick von außen gewährleisten könne und auch in der Lage sei, Zeit in das Vorhaben zu investieren. Zudem entstand die Idee, ein solches Festival von Workshops zu flankieren, um Neuen den Zugang zum Theaterspielen zu erleichtern. Für ein solches Vorhaben wurde ein professioneller Rahmen gewünscht.



In einem nächsten Treffen wurde vereinbart, im kommenden Jahr ein Theaterfestival mit Vereins- und Schultheater an ungewöhnlichen Orten auf die Beine zu stellen. Die Planung soll von einem Antrag auf Fördermittel durch die Regionale Kulturpolitik (siehe Anhang 12) unterstützt werden.

4.8 Bundesfreiwilligendienst Kultur und Bildung

Zusammenarbeit, Austausch von Informationen, Teilnahme an Veranstaltungen, organisatorische Unterstützung zwischen Kulturakteuren

und städtischem Kulturbüro hängen sehr stark von den Beziehungen der einzelnen Akteure zu den Mitarbeitern der Stadtverwaltung ab. Die direkte persönliche Kontaktpflege ist daher seitens der Stadt essentiell, um einen guten Überblick über die Aktivitäten in der Kulturlandschaft zu haben und bei Bedarf Unterstützung und Beratung leisten zu können. Die Stadt Schmallenberg hat sich entschlossen, ihre Präsenz mit Hilfe eines Freiwilligendienstes im Kulturbüro weiter auszubauen. Das Aufgabenspektrum ist eng mit dem Bewerber abzustimmen, wird jedoch im Wesentlichen folgende Gebiete umfassen:

Treffen der Theatermacher Schmallenberg in der Theaterschmiede Wormbach.

- ▶ Unterstützung, Vor- und Nachbereitung von Projekttreffen und Veranstaltungen (Fotos, Dokumentation)
- ▶ Besuch von Veranstaltungen und Netzwerktreffen der Kulturvereine
- ▶ Mitwirken bei Veranstaltungen ehrenamtlicher Kulturschaffender
- ▶ Mitarbeit bei der Darstellung der Kulturlandschaft im Internet, Bewerbung von Qualifizierungsangeboten bei Kulturschaffenden
- ▶ Hilfe bei Auf- und Abbau von Ausstellungen
- ▶ Unterstützung bei allgemeinen Bürotätigkeiten (Pflege von Listen, telefonische Auskünfte, Ablage, Datenerfassung, einfacher Schriftverkehr)
- ▶ ggf. Umsetzung eines eigenen Projektvorhabens (Konzeption, Organisation, Umsetzung)
- ▶ ggf. Teilnahme am Qualifizierungsprogramm für Laien als Museumsführer für zielgruppenspezifische Angebote, Durchführung von Führungen

Die Stelle wird voraussichtlich Anfang 2015 eingerichtet.

4.9 Kooperationen zwischen Kulturvereinen und Schule – außerschulische Lernorte, Heimatkunde im Unterricht

Vereine beklagen, dass es seitens der Schulen immer weniger Anknüpfungspunkte gibt. Waren vor einigen Jahrzehnten oftmals die Musiklehrer auch die Chorleiter der Gesangsvereine, würde heute in der Schule nicht mehr gesungen. Auch die große Kenntnis der Heimatgeschichte bei den Heimatvereinen wird von den Schulen nicht abgerufen. Nachgelassen haben auch die Museumsbesuche durch Schulklassen. Viele der Gründe liegen in der Erweiterung des Schulunterrichts in die Nachmittagsstunden, inhaltliche Vorgaben durch Richtlinien, den zeitlichen und finanziellen Aufwänden, Angebote zu erreichen, oder auch in den Angeboten der Vereine und Museen selbst.

Positive Ausnahme ist die seit Jahren erfolgreiche Kooperation zwischen der vereinsgeführten Musikschule Wittgenstein und dem Johannes-Althusius-Gymnasium im Bereich der Musikklassen/Musikprojekt. Durch diese intensive musikalisch-instrumentale Bildung in den Klassen 5 und 6 konnte sich das Gymnasium profilieren und die Musikschule erfolgreich Schüler gewinnen.

Um neue Vernetzungen zwischen Vereinen und Schulen sowie Jugendeinrichtungen und Verei-

nen zu schaffen, die für beide Seiten positive Ergebnisse bringen, ist es notwendig, beide Seiten zusammen zu bringen und aufzuzeigen, dass solche Kooperationen handhabbar sind. Gerade im Schnittpunkt zwischen Schule und Verein sind verschiedene Förderprogramme wie „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“, „Kultur und Schule“ oder „Südwestfalen macht Schule“ angesiedelt, die langfristig Erfolg haben können.

Im Rahmen dieses Modellprojektes fanden erste Gespräche mit Schulen, Einrichtungen der Jugendpflege, Vereinen sowie der Arbeitsstelle Kulturelle Bildung statt. Da die Entscheidungsprozesse und Vorlaufzeiten bei den Beteiligten aber länger sind als die Projektphase, ist die Durchführung von Maßnahmen im Bereich der Kulturellen Bildung erst in den kommenden Jahren möglich.

»Kultur fällt uns nicht wie eine reife Frucht in den Schoß. Der Baum muss gewissenhaft gepflegt werden, wenn er Frucht tragen soll.«

Albert Schweitzer (1875 – 1965)

5 Empfehlungen / Strategische Ziele

1. Zusammenarbeit von Ehrenamt und Hauptamt

Besonders ehrenamtlich arbeitende Vereine, die ihre Inhalte auf Mitglieder und nicht auf Zuschauer ausrichten, benötigen Hilfestellung in der Entwicklung ihrer Profile und der Durchführung von neuen Ideen und Projekten. Häufig mangelt es an einer klaren Analyse der bestehenden Probleme und es bestehen Hemmungen, Neues anzugehen und sich mit anderen in Kontakt zu setzen. Qualifizierungsveranstaltungen sind häufig zu weit entfernt von der Vereinsrealität oder werden aufgrund anderer Zugangsbarrieren nicht genutzt. Direkte Hilfestellungen durch gemeinsame Gespräche setzen hingegen schnell fruchtbare Impulse, so dass häufig schnell weitere Kräfte mobilisiert werden können.

Zu empfehlen ist daher konkrete Beratungstermine mit einzelnen Akteuren zu vereinbaren und gemeinsam mit einem oder mehreren neue Konzepte zu entwickeln.

2. Vernetzung und Kooperation, überregional und vor Ort

Kultur in ländlichen Räumen war bislang nur selten im Fokus der Planungen von Ministerien, Verbänden oder Stiftungen. Bei der Entwicklung von Förderprogrammen sollten nicht nur die Rahmenbedingungen urbaner Räume bedacht werden, sondern auch Hürden und Stärken der ländlichen Räume explizit adressiert werden. Um die Bedarfe ländlicher Räume entsprechend vertreten zu können, bedarf es fachlich qualifiziertes Personal, das Kapazitäten und Kontakte besitzt, um ländliche Bedarfe zu formulieren und überregional zu vertreten.

Vor Ort ist zu empfehlen, die Vernetzung von Sparten und Themengebieten zu systematisieren und turnusmäßig zu wiederholen. Informationen, die eine bestimmte Sparte oder einen Themenschwerpunkt betreffen, finden so umfassend den Weg zu den Adressaten. Vernetzungsveranstaltungen können dafür genutzt werden, persönliche Beziehungen der Akteure aufzubauen, den Informationsfluss verlässlich zu gestalten, gemeinsame Ideen und Projekte zu entwickeln oder über „best-practice-Beispiele“ gegenseitig von erfolgreichen Aktivitäten zu profitieren.

3. Qualifizierung und Professionalisierung

Die Kulturlandschaft wird zwar zum größten Teil von ehrenamtlichem Engagement getragen, in vielen Bereichen ist jedoch eine Fachexpertise notwendig. Der Anspruch an Qualität und Niveau von Kultur steigt und kann im ehrenamtlichen Bereich nur partiell beantwortet werden. Besonders in der Kunst- und Kulturvermittlung bedarf es ausgebildeter Personen, die in der Lage sind, zielgruppengerecht Menschen an die Kunst und Kultur heranzuführen. Auch der Wettbewerb um Fördermittel ist stark von der Qualität der Arbeit abhängig. Akuter Bedarf kann jedoch meist nur teuer von außen eingekauft werden. Es ist zu empfehlen langfristig Qualifizierungsangebote im ländlichen Raum zu entwickeln, die sowohl auf ehrenamtliche wie professionelle Kulturschaffende zugeschnitten sind. Im Wettbewerb um qualifizierte Künstler und Kulturarbeiter kann die Attraktivität des Angebots auch über besonders attraktive Rahmenbedingungen geschaffen werden, wie etwas Kunst- und Kultur-Residenzen einzurichten anstelle einer Zahlung von hohen Honoraren und Fahrtkosten. Weiterhin sollten Übersichten und Verzeichnisse von allen aktiven Kulturschaffenden

den angelegt, gepflegt und veröffentlicht werden. Hier ist auch der Austausch mit Nachbarkommunen sehr hilfreich.

4. Profilierung des Angebots für Zielgruppe und Publikum

Die eingehende Auseinandersetzung der Kulturakteure mit ihrem eigenen Angebot und dem potenziellen Publikum oder Mitgliedern vor Ort stellt einen flächendeckenden Bedarf dar. Einerseits sind viele Bevölkerungsgruppen als Kulturnutzer nicht im Bewusstsein der Kulturakteure vertreten. So sind insbesondere Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen aus bildungsfernen oder prekären Verhältnissen oder Menschen mit Behinderung nur selten als Zielgruppe adressiert. Andererseits kann mit einer klaren Darstellung von Zielen und Ansprüchen des eigenen Angebotes hilfreich sein, neue Menschen zum Mitmachen zu bewegen. Es bedarf einer Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Bedürfnissen und Zugängen von bestimmten Gruppen, Wegen der Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen, aber auch einer klaren Definition, wen das Angebot erreichen soll.

Für einige Institutionen und Vereine ist die Beschäftigung mit Milieustudien oder den Ergeb-

nissen des Ehrenamtssurvey im Rahmen von Qualifizierungsworkshops zu empfehlen. Andere Akteure benötigen eher Unterstützung durch professionelle Fachkräfte (etwa Museumspädagogen, Theaterpädagogen) mit denen gemeinsam konkrete Maßnahmen entwickelt werden können. Es ist zu empfehlen besondere Fördermöglichkeiten für Akteure bereitzustellen, die ein explizites Augenmerk auf die Ansprache neuer Zielgruppen legen und neue Bevölkerungsgruppen für die Kultur gewinnen.

5. Kulturtourismus

Als Tourismusregion wird die Gruppe der Kulturtouristen mit ihren Erwartungen und Interessen noch sehr wenig in den Fokus genommen. Eine eingehendere Analyse, welche Kulturtouristentypen hauptsächlich die Region besucht, könnte besonders zielführend für eine Kooperation zwischen Tourismus und Kulturakteuren sein. Es ist daher zu empfehlen aus der Datenlage der Tourismus-Gesellschaften, sowie über gezielte Befragungen ein kulturtouristisches Profil der Region zu entwickeln. Entsprechend der Befunde bieten sich dann Kooperationen zwischen Kulturakteuren, Tourismus-Gesellschaften, Gastgebern und Hoteliers und Kulturbüro/abteilung an.

6. Kulturelle Bildung

Kultur bedarf früher, positiver Erlebnisse, um zum Teil des Lebens und zur persönlichen Ausdrucksmöglichkeit zu werden. Welche Kraft Kulturelle Bildung bereits in frühen Jahren entfalten kann und welche Chancen sie bietet, betont nicht nur die derzeitige Landes- und Bundeskulturpolitik, sondern auch eine Vielzahl privater Initiativen.

Besonders in Regionen wie Schmallebenberg und Bad Berleburg, in denen die selbst gemachte Kultur die Kulturlandschaft maßgeblich prägt, sollte ein früher und positiver Kontakt mit Kultur stark gefördert werden. Zahlreiche Förderprogramme unterstützen die Aktivitäten und können Mittel und Profession in die Region holen.

Zu empfehlen ist, Kunst- und Kulturvermittlungsangebote in den Fokus von Kulturarbeit zu stellen, Kooperationen zwischen Einrichtungen der Kulturellen Bildung, der formalen Bildung, der informellen Bildung sowie der Kultur miteinander in Kooperation zu bringen. Darüber hinaus ist es zielführend die breit gefächerte Förderlandschaft im Bereich der Kulturellen Bildung im Blick zu halten und passende Angebote zu nutzen.

Miteinander die Zukunft der Kultur gestalten

7. Jugendkultur, Freiräume und Beteiligung

Jugendkultur ist als eigenständiger Bereich kaum sichtbar und besitzt nur wenige Freiräume und Unterstützer. Gleichzeitig haben viele Vereine kaum noch jugendliche Mitglieder und entfernen sich so immer mehr von den Interessen der jungen Generation. Austausch wird notwendig, aber auch eine klare Bereitschaft der Erwachsenen, Platz zu machen, Raum und Unterstützung zu gewährleisten, auch wenn die Ideen und Vorstellungen der Jugend nicht den eigenen entsprechen. Es ist zu empfehlen, Anlässe und Formate zu etablieren, die Jugendlichen Gehör schenken und ihre Bedürfnisse an die entsprechenden Adressaten, in diesem Fall die Kulturlandschaft, zu kommunizieren. Darüber hinaus sollten Konzepte entwickelt werden, in denen Jugendliche ihre Kultur gestalten können, aber die Unterstützung und das Expertenwissen der Erwachsenen abrufen können.

8. Kulturelles Erbe und Bewahrung von Wissen

Die kulturelle Identität ist stark mit der Kulturlandschaft, kulturellen, meist landwirtschaftlichen Praktiken und geschichtlichen Ereignissen verknüpft. Heimatpflege wird von vielen unterschiedlichen Akteuren betrieben. Um sowohl

den identitätsstiftenden als auch den touristischen Wert dieser Arbeit schöpfen zu können, empfiehlt es sich, die vielen Einzelaktivitäten zu bündeln, gesammelt darzustellen und mit zielgruppengerechten Vermittlungskonzepten zu unterfüttern.

Das gesammelte Wissen, auch über die Heimatpflege hinaus, ist ein Wissensschatz, den es für die nachfolgende Generation zu sichern gilt. Da die schriftliche Dokumentation nicht selten zu aufwändig ist, bieten sich etwa Mentorenmodelle an, in denen jüngere Vereinsmitglieder schon früh in die Vorstandsarbeit einbezogen werden, oder rotierende Vorstandsmodelle, in denen in einem festen Turnus ein neues Vereinsmitglied den Posten übernimmt. Auch die Übernahme von Vorstandsposten in einem Team ist eine weitere Möglichkeit, langfristig Wissen zu sichern und den Arbeitsaufwand gering zu halten.

9. Kulturelle Infrastruktur

Die Kulturlandschaft beider Städte verfügt über eine Vielzahl von Räumlichkeiten, technischem Equipment und Ausstattung. Es bietet sich an, Modelle zu entwickeln, die den Austausch von Equipment fördern. Zudem sind Verzeichnisse über Räume und deren Nutzbarkeit eine Erleichterung bei der Planung neuer Vorhaben. Es empfiehlt sich, solche Plattformen online anzulegen, so dass überörtlich darauf zugegriffen werden kann.

Bei Anschaffung von Equipment oder (Um-)Baumaßnahmen sollten flexible und transportable Lösungen bedacht werden. Auch atmosphärisch ist es hilfreich neutrale Lösungen zu suchen, die entsprechend der Veranstaltungen und Projekte gestaltet werden können.

10. Kulturmarketing und Öffentlichkeitsarbeit

So handgemacht die Kultur ist, so erscheint sie häufig auch in Bild und Form. In Zeiten, wo Kulturprogramme Kunstkatalogen ähneln, fällt eine selbstgemachte Werbung auf. Verstaubte Images werden nicht zuletzt wegen des Aussehens von Öffentlichkeitsmaterialien beschrieben. Zudem ist individuelle Werbung schwierig geworden. Viele versuchen ihre Flyer, Plakate, Programme zu verbreiten und scheitern häufig, da sie an keiner Stelle mehr Platz finden. Kultur wirkt häufig unübersichtlich, kann oft nicht von Tourismus, Sport oder kommerziellen Angeboten unterschieden werden. Veranstaltungen stehen in Konkurrenz zueinander, weil keine zentrale Stelle besteht, an der Termine flächendeckend vermerkt werden.

Kultur kann Marke und Aushängeschild sein, etwas Besonderes aus der Region vermitteln. Und sie sollte sichtbar werden, feste Orte ha-

ben, in Form von Werbemöglichkeiten, aber auch als Ort. Ticketvorverkaufsstellen, Kulturbüros im Stadtraum, Treffpunkte für Veranstaltungen oder Workshops, dies sind Kulturorte, die wahrgenommen werden und auch als Multiplikationsplattform für die gesamte Landschaft dienen.

Zu empfehlen ist, Kultur im Stadtmarketing mitzudenken und entsprechende Dienstleistungen für die Kultur anzubieten. Dazu zählt einen umfassenden Kulturkalender anzubieten, den die Akteure auch entsprechend ihrer Bedürfnisse und Möglichkeiten nutzen, Orte zu schaffen, an denen Werbung platziert und Eintrittskarten verkauft werden, atmosphärische Räume für Kultur bereitzustellen und ggf. Technik und Materialien für Veranstaltungen vorzuhalten.

Derzeit ist die Tür für Kulturentwicklung weit offen. Viele Kulturakteure sind hochmotiviert, ihre derzeitige Arbeit zu hinterfragen, sich zu qualifizieren, Kooperationen einzugehen oder begonnene Maßnahmen weiter zu verfolgen. Aus diesen strategischen Zielen kann eine Fülle unterschiedlicher Maßnahmen zum dauerhaften Erfolg ehrenamtlicher Kultur entwickelt werden. Entscheidend ist, dass die Initiative aufgegriffen wird und das Ehrenamt professionelle Begleitung erhält.

11. Kulturförderung und Kulturpolitik

Die in der Kulturentwicklungsplanung formulierten strategischen Zielsetzungen und Handlungsprioritäten bedeuten für Kulturförderung und Kulturpolitik die Umsetzung in konkrete Maßnahmen stärker zu unterstützen. Das könnte unter anderem beinhalten, klare Zielvereinbarungen mit öffentlich geförderten Kulturinstitutionen und Projekten abzuschließen und öffentliche Kulturförderung stärker an konkret definierten Zielen und Kriterien auszurichten. Damit könnte man zum Beispiel die traditionellen Kultureinrichtungen erhalten, das kulturelle Erbe pflegen und sie zugleich durch neue Formate und Programme für ein neues Publikum öffnen. Es könnte beinhalten, den Kulturbereich und Kulturpolitik stärker mit anderen Sektoren wie dem Bildungssektor oder der Jugendarbeit zusammenzudenken und in Gesamtstrategien zu vernetzen. Es würde bedeuten, Kulturakteure und die Interessen potentieller neuer Kulturnutzer stärker in den Blick zu nehmen und in die Kulturelle Bildung aller Bevölkerungsgruppen zu investieren, damit diese eine Chance haben, kulturelle Interessen herauszubilden und in das gesellschaftliche Kulturleben einzubringen.

6 Zusammenfassung

Das interkommunale Modellprojekt „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“ der Städte Schmallenberg und Bad Berleburg untersucht die Auswirkungen des demografischen Wandels auf die hauptsächlich ehrenamtlich geprägte Kulturlandschaft und zeigt spezifische Problemlagen und Entwicklungspotenziale auf. Bad Berleburg und Schmallenberg als Modellkommunen weisen auf den ersten Blick viele Unterschiede in historischer Entwicklung, Konfession, Zugehörigkeit zu Kreisen und Kulturregionen auf und sind lange auch kulturell durch die natürliche Grenze des Rothaargebirges getrennt gewesen. Dennoch sind die Bevölkerungsstrukturen sowie die demografischen Prognosen ähnlich und auch die Kulturlandschaft ist weitgehend vergleichbar.

Im Projekt wurden auf Grundlage dieser Erkenntnisse in einer umfassenden Bestandsaufnahme Daten zu Rahmenbedingungen und Problemlagen der Kulturlandschaft erhoben. Bereits die Befragung, das Miteinander-Ins-Gespräch-kommen, löste bei vielen Kulturschaffenden hohe Motivation zur Mitarbeit und eine zukunfts-gewandte Aufbruchsstimmung aus.

Deutlich wurde, dass drei Themengebiete eine besondere Relevanz für das kulturelle Schaffen haben:

Am häufigsten wurde das Thema der Zielgruppe von den Akteuren angesprochen. Viele Vereine und Initiativen leiden unter zurückgehenden Mitglieder- und Zuschauerzahlen oder können mit ihren Angeboten die gewünschten Bevölkerungsgruppen nicht mehr erreichen.

Das Thema Qualifikationen und Ressourcen besaß ebenfalls eine hohe Relevanz. Dabei standen weniger finanzielle Ressourcen im Vordergrund, sondern die Nutzung dem Anlass entsprechender Räumlichkeiten, fehlendes qualifiziertes Personal wie Museumsführer oder Dirigenten sowie die Schwierigkeit steigender Anforderungen an das Ehrenamt.

Als dritter Themenkomplex konnte das Thema Vernetzung und Kooperation identifiziert werden. Dabei spielten sowohl Möglichkeiten der Bewerbung des eigenen Angebotes als auch die erwünschte Zusammenarbeit der Sparten und Akteure eine entscheidende Rolle.

Als Antwort auf die bestehenden Problemfelder wurde eine Auswahl von Praxisprojekten gemeinsam mit interessierten Akteuren entwickelt, die auf die formulierten Bedarfe antworten.

Zur vertiefenden Auseinandersetzung mit dem Thema Zielgruppe wurden erste Schritte in Richtung eines strategischen Audience Developments (Publikums- und Angebotsentwicklung)

eingeführt. Dabei spielt auch in Zukunft die Analyse der kulturellen Interessen der unterschiedlichen Zielgruppe im Abgleich mit dem kulturellen Angebot der Akteure eine entscheidende Rolle. Auch Erkenntnisse aus anderen Studien, wie zum Beispiel dem Ehrenamtssurvey der Bundesregierung, können Aufschluss über eine strategische Anwerbung von potenziellen Mitmachern geben.

Ebenfalls das Thema Zielgruppe adressieren Konzepte zur Beteiligung von Jugendlichen, in denen Jugendliche ermächtigt werden, ihre eigenen Interessen mit Unterstützung der erwachsenen Kulturschaffenden umzusetzen. Mit Blick auf eine frühe Zielgruppengewinnung für die Kultur sind auch die ersten Schritte in Richtung Kooperationen zwischen Kulturvereinen und Schulen unternommen worden. Außerschulische Lernorte spielen bei diesem Thema eine Rolle, aber auch Konzepte, um Schulen und Vereine in einen Austausch zu bringen. So treten Theatervereine mit Schultheatern zusammen und planen gemeinsam ein Theaterfestival. Im Bereich der Museen wurde u.a. ein Projekt angestoßen, das sowohl die Themen Zielgruppe, Qualifizierung und Kooperation anspricht. Dabei sollen Ehrenamtliche als Museumsführer ausgebildet werden, die in der Lage sind, auch zielgruppengerechte Angebote zu konzipieren.

Der neu entstandene Pool an Museumsführern ist so in der Lage, Angebote in unterschiedlichen Museen zu machen. Mit diesem Konzept können zukünftig unterschiedliche Zielgruppen in den Museen angesprochen sowie das Wissen der Museen gesichert und geteilt werden. Auch eine touristische Vermarktung kann so im Verbund der Museen besser greifen.

Alle Praxisprojekte wurden in Kooperation unterschiedlicher Akteure aufgesetzt und haben entweder besonders eine Kultursparte in den Blick genommen oder eine Interessensgemeinschaft zu einem bestimmten Thema oder einem Anliegen aufgebaut. Das hohe Engagement und die guten Beziehungen der Akteure in unterschiedlichen Feldern waren ein fruchtbarer Boden, viele neue Ideen anzustoßen und über die Laufzeit des Modellprojektes zu sichern.

Im Projektverlauf hat sich schnell gezeigt, dass der Austausch und das Zusammentreffen der Kulturakteure die Motivation hebt und viele neue Ideen hervorbringt. Die Kulturlandschaft versteht sich so als Interessensgemeinschaft, die gemeinsame Ziele hat und in ihrer Vielfalt sichtbar wird. Was in direktem Zusammentreffen schnell fruchtbare Wurzeln schlägt, gelingt auf der virtuellen Ebene nur begrenzt. Die Projekt-Website www.kultur-ausblick.de, mit den Funktionen eines selbst zu bedienenden Kultur-

kalenders und einem Marktplatz für den Austausch von Informationen konnte die Vernetzung untereinander, ohne äußeren Impuls, nicht vorantreiben.

Kultur wird auf der Beziehungsebene verhandelt und es braucht Anlässe, Gespräche und Zeit, um zukunftsfähig zu bleiben.

Literaturverzeichnis

- Arbeitsgemeinschaft der Kulturregionen in Nordrhein-Westfalen (2014): **VERNETZEN. KOORDINIEREN. FÖRDERN.** Regionale Kulturpolitik NRW. Leitfaden zur Antragstellung. Projektbeispiele. Profile. Altena.
- Bertelsmann-Stiftung „Wegweiser Kommune“ (2012): **DEMOGRAFIEBERICHTE FÜR BAD BERLEBURG UND SCHMALLEMBERG.** U. a. „Bevölkerungsprognose bis 2030“, „Indikatoren Soziale Lage 2012“, „Indikatoren Demografischer Wandel 2012“.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2010): **HAUPTBERICHT DES FREIWILLIGENSURVEYS 2009.** Ergebnisse der repräsentativen Trenderhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und Bürgerschaftlichem Engagement. Zusammenfassung, München.
- Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V. (2012): **ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN FÜR JUGEND, BILDUNG UND KULTUR.** Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Social Media und Fundraising, Remscheid.
- Calmbach, Marc / Thomas, Peter Martin (Hg.) (2013): **JUGENDLICHE LEBENSWELTEN. PERSPEKTIVEN FÜR POLITIK, PÄDAGOGIK UND GESELLSCHAFT,** Berlin Heidelberg: Springer Spektrum.
- Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen. Abteilung Kultur (2010): **VON KULT BIS KULTUR. VON LEBENSWELT BIS LEBENSART. ERGEBNISSE DER REPRÄSENTATIVUNTERSUCHUNG „LEBENSWELTEN UND MILIEUS DER MENSCHEN MIT MIGRATIONSHINTERGRUND IN DEUTSCHLAND UND NRW“.** Staatskanzlei des Landes NRW
- Düsseldorf.Deutscher Bundestag (Hg.) (2007): **KULTUR IN DEUTSCHLAND.** Schlussbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages.
- Die Bundesregierung. Staatsministerin für Kultur und Medien Monika Grütters (2014). **KULTUR. KUNST- & KULTURFÖRDERUNG.** http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/Beauftragtefuere/KulturundMedien/kultur/kunstKulturfoerderung/_node.html. Stand: 30.07.2014.
- Föhl, Patrick S. (2014): **KULTURENTWICKLUNGSPLANUNG. INSTRUMENTE ZEITGEMÄßER KULTURPOLITIK ODER ÜBERLADENER HOFFNUNGSTRÄGER?** In: Kulturpolitische Mitteilungen. Zeitschrift für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft. Kulturpolitik & Planung. Nr.144. 1/2014.
- Götzky, Doreen (2012): **KULTURPOLITIK IN LÄNDLICHEN RÄUMEN. EINE UNTERSUCHUNG VON AKTEUREN, STRATEGIEN UND DISKURSEN AM BEISPIEL DES LANDES NIEDERSACHSEN.** Dissertation, Universität Hildesheim.
- Hausmann, Andrea / Körner, Jana (Hg.) (2009): **DEMOGRAFISCHER WANDEL UND KULTUR.** Veränderungen im Kulturangebot und der Kulturnachfrage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hochsauerlandkreis (2013). **ZUKUNFTSPROGRAMM FÜR DEN HOCHSAUERLANDKREIS.** Meschede. http://www.hochsauerlandkreis.de/politik_verwaltung/zukunftsprogramm/Zukunftsprogramm_HSK.php, Stand: 20.08.2014.
- ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH (2014): **TOURISMUSKONZEPT FÜR DIE STADT BAD BERLEBURG.**
- Interkultur.pro (2010): **FORSCHUNGSGESTÜTZTES AUDIENCE DEVELOPMENT.** Siebter Theorie-Praxis-Diskurs. Dokumentation. Veranstaltung am 28.04.2010 in Düsseldorf.
- Interkultur.pro (2010): **CHANGE MANAGEMENT IN INTERKULTURELLEN PROZESSEN.** Zehnter Theorie-Praxis-Diskurs. Dokumentation. Veranstaltung am 15.12.2010 in Düsseldorf.
- IT NRW (2013) in ift (2014): **Tourismuskonzept für Bad Berleburg.**
- Jacobi, Anne (November 2013): **KULTURBEDARFE UND DAS SAUERLAND.** FH Südwestfalen. Kulturkonferenz Bad Fredeburg.
- Keuchel, Susanne (Hg.) (2012): **DAS 2. JUGEND-KULTURBAROMETER „ZWISCHEN XAVIER NAIDOO UND STEFAN RAAB ...“.** Zentrum für Kulturforschung. Bonn. ARCult Media Verlag.
- Kreis Siegen-Wittgenstein (2014): **DARSTELLUNG DER STRUKTUREN UND AKTIVITÄTEN** auf der Internetpräsenz www.siegen-wittgenstein.de/standard/page.sys/296.htm.
- Kulturkontakt Westfalen. **PILOTPLANUNGSPROZESSE.** <http://kulturkontakt-westfalen.de/informieren/kulturagenda-westfalen/pilotplanungsprozesse>. Stand: 20.08.2014.
- Kur und Freizeit GmbH (2010): **SCHMALLEMBERG & ESLOHE. LEITBILD 2010-2015.** Zukunft und Ziele des Tourismus. SchmalleMBERG.
- Landmann, Peter (Juni 2013): **REGIONALE KULTURPOLITIK IN NORDRHEIN-WESTFALEN,** in: Institut für Kulturpolitik der Kultur (2013): Jahrbuch für Kulturpolitik 2013. Thema: Kulturpolitik und Planung, Bonn: Klartext Verlag, 151-156.
- Mandel, Birgit (Juni 2013): **KULTURMANAGEMENT ALS ZENTRALER AKTEUR EINER KONZEPTBASIERTEN KULTURPOLITIK,** in: Institut für Kulturpolitik der Kultur (2013): Jahrbuch für Kulturpolitik 2013. Thema: Kulturpolitik und Planung, Bonn: Klartext Verlag, 325-332.
- Landschaftsverband Westfalen-Lippe. **KULTURFÖRDERUNG UND KULTURPARTNERSCHAFTEN.** http://www.lwl.org/LWL/Kultur/Kulturabteilung/Kulturfoerd_part. Stand: 20.08.2014.
- Martin, Olaf (Juni 2013): **KULTUR AUF DEM LAND(E?).** Die Sprechblasen, Illusionen und Möglichkeiten einer Kulturpolitik im ländlichen Raum, in: Institut für Kulturpolitik der Kultur (2013): Jahrbuch für Kulturpolitik 2013. Thema: Kulturpolitik und Planung, Bonn: Klartext Verlag, 171-184.
- Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport. **SPARTEN. KUNST UND KULTUR IN NORDRHEIN-WESTFALEN.** <http://www.mfkjks.nrw.de/kultur/sparten/>. Stand: 30.07.2014.
- Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (2011): **KULTUR IM WANDEL.** Kulturförderung 2010. Düsseldorf.
- Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (2012): **KULTURBERICHT DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN.** Kulturförderung 2011. Düsseldorf.
- Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport (2013): **KULTURBERICHT DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN.** Kulturförderung 2012. Düsseldorf.
- Regionale Südwestfalen. 2013. **ÜBER UNS.** <http://regionale.suedwestfalen.com/die-regionale/ueber-uns.html>, Stand: 21.08.2014.

Sauerland-Tourismus (2012): **ZAHLEN, DATEN, FAKTEN**. Der Tourismus im Sauerland in Zahlen – 2012, Schmallenberg.

Morr, Markus (Juni 2013): **LÄNDLICHE RÄUME: KULTURARBEIT UND KULTURENTWICKLUNG**, in: Institut für Kulturpolitik der Kultur (2013): Jahrbuch für Kulturpolitik 2013. Thema: Kulturpolitik und Planung, Bonn: Klartext Verlag, 163-169.

Pröbstle, Yvonne (2014): **KULTURTOURISTEN. EINE TYPOLOGIE**, Wiesbaden: Springer VS.

Stadt Bad Berleburg: (2012): **LEITBILD "MEINE STADT BAD BERLEBURG 2020"**, veröffentlicht: <http://www.bad-berleburg.de/index.phtml?sNavID=1746.326&mNavID=1.100&La=1>, Stand: 09.09.2014.

Stadt Schmallenberg (2012): **SCHMALLENBERG 2030**. Integriertes Stadtentwicklungskonzept. Herdecke.

Wege zum Leben. In Südwestfalen. **SPIRITUELLER SOMMER 2014**. http://www.wege-zum-leben.com/wege-zum-leben/index.php?ber_id=8262&inh_id=73462. Stand: 13.08.2014.

ZENSUS 2011 (BERICHTSZEITPUNKT 9. MAI 2011). <https://ergebnisse.zensus2011.de/#dynTable>. Stand: 10.06.2014.

Abbildungsverzeichnis

Abb.01: Demografische Daten Schmallenberg/Bad Berleburg

Abb.02: Integriertes Stadtentwicklungskonzept Stadt Schmallenberg. Ortsentwicklung und Zentralität.

Abb.03: Erreichte Akteure. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.04: Veränderung der Altersstruktur von 2009 bis 2030. Aus: Wegweiser Kommune 2012.

Abb.05: Ein- und Auspendler. Aus: Zensus 2011.

Abb.06: Altersstruktur Vereine insgesamt Schmallenberg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.07: Altersstruktur Chöre gesamt Schmallenberg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.08: Altersstruktur Musikvereine Schmallenberg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.09: Altersstruktur Vereine insgesamt Bad Berleburg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.10: Altersstruktur Chöre Bad Berleburg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.11: Altersstruktur Heimatvereine Bad Berleburg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.12: Beschreibung des kulturellen Angebotes in Schmallenberg nach Sparten. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.13: Beschreibung des kulturellen Angebotes in Bad Berleburg nach Sparten. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.14: Kommunikationswege Kulturakteure gesamt Schmallenberg und Bad Berleburg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.15: Häufigkeit der Problemlagen zusammengefasst aus Bestandsaufnahme in Schmallenberg/Bad Berleburg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.16: Altersstruktur Kulturvereine insgesamt Schmallenberg und Bad Berleburg. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2013.

Abb.17: Auswahl der Modellprojekte nach Priorität der Bedarfe. Aus: Bestandserhebung „Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum“. 2014.

Anhang (auf www.kultur-ausblick.de)

Anhang 1: Mitglieder der Lenkungsgruppe

Anhang 2: Interkommunaler Vertrag zwischen Bad Berleburg und Schmallenberg

Anhang 3: Stellenausschreibung

Anhang 4: Fragebögen zur Bestandsaufnahme

Anhang 5: Gesprächsleitfaden Institutionen und Einzelakteure zur Bestandsaufnahme

Anhang 6: Vertiefung Milieumodell und Audience Development

Anhang 7: Analyseinstrument: Stellschrauben für erfolgreiche Kulturarbeit

Anhang 8: Empfehlungen für die Museumslandschaft, erstellt durch die Geschichtsmanufaktur

Anhang 9: Qualifizierungsprogramm für die Ausbildung von ehrenamtlichen Museumsführern, erstellt durch die Geschichtsmanufaktur

Anhang 10: RKP Förderantrag: Museumsführerqualifikation als strategische Maßnahme aus der Kulturentwicklungsplanung, Teilantrag Schmallenberg; Museumsführerqualifikation als strategische Maßnahme aus der Kulturentwicklungsplanung, Teilantrag Bad Berleburg

Anhang 11: Konzept: Kulturelle Jugendbeteiligung im Jugendforum

Anhang 12: RKP-Antrag: Theaterfestival: Ungewöhnliches Theater an ungewöhnlichen Orten oder Schule-Theater-Verein

Anhang 13: Konzept Kulturförderprogramm ländlicher Raum

Anhang 14: Mögliche Maßnahmen

Anhang 15: Pressespiegel

Autoren



Nadine Rousseau

Aufgewachsen im südlichen Sauerland studierte Nadine Rousseau in Siegen, Sydney (Australien), Halle an der Saale und Leipzig Literatur-, Kultur- und Medienwissenschaften und Interkulturelle Europa- und Amerikastudien. Seit 2010 arbeitete sie in unterschiedlichen Projektzusammenhängen an den Themen Kulturelle Bildung, Internationales, Integration und Interkultur. Verbindendes Element aller Bereiche ist ihr Interesse an gesellschaftlichen Transformationsprozessen – eine Perspektive, die in der Kulturentwicklungsplanung im ländlichen Raum ebenfalls von großer Bedeutung ist.



Christoph Haupt

Studierte in Heidelberg und Hildesheim. Dipl. Kulturpädagoge. 1986 Aufbau und Leitung Bereich Freizeit & Kultur der Klinik Wittgenstein in Bad Berleburg, ab 2004 auch Leitung der Öffentlichkeitsarbeit der Region Wittgenstein im Ev. Johanneswerk. Mitarbeit in kultur-konzeptionellen Planungsgremien im Raum Siegen-Wittgenstein. 2008 - 2012 selbstständig mit einer Kultur-Gastronomie. Kulturberichterstattung für die Presse. Wichtig ist die Verbindung der eigenen künstlerischen Aktivitäten mit kreativen neuen Ideen und deren Umsetzungen.