

Kulturkonzeption Wetzlar

ERGEBNISPROTOKOLL THEMENWORKSHOPS

Im Auftrag von

STADT WETZLAR



Oktober 2021

Projektleitung:

Céline Kruska

Kulturgold GmbH

Rotebühlstr. 66 | 70178 Stuttgart

Tel. 0711/72256225 | Mail info@agentur-kulturgold.de

Web www.agentur-kulturgold.de

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Autorinnen:

Céline Kruska | Sabine Marinescu | Teresa Geiger

Moderator*innen:

Sylvia Beiser | Karin Buchner | Kornelia Dietsch | Celine Moravek | Michaela Ripl | Bettina Twrsnick

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung zum Prozess.....	4
Ziele und Methodik.....	5
1.1 Zielsetzung	5
1.2 Ablauf	6
1.3 Methoden	6
1.4 Auswertung	7
2 Zentrale Ergebnisse aus den Themenworkshops	8
2.1 Handlungsfeld 1: »KULTUR-RAUM-FÖRDERUNG: Neue (Frei-) Räume für die Kultur«	8
2.2 Handlungsfeld 2: »KULTURANGEBBOT- UND VERMITTLUNG: Dynamisierung der Wetzlarer Kultur«	14
2.3 Handlungsfeld 3: »EHRENAMT IM WANDEL: zukunftsfähige Trägerstrukturen«	21
2.4 Handlungsfeld 4: »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG: Kultur in Wetzlar neu erzählt«	24
3 Ausblick auf den Abschlussworkshop	28
Abbildungsverzeichnis	29

Vorbemerkung zum Prozess

Im Herbst 2020 fiel der Startschuss für einen beteiligungsorientierten Prozess, in dessen Fokus die Kulturarbeit und das Kulturangebot in Wetzlar stehen. Ziel des Prozesses ist die Erarbeitung einer Kulturkonzeption und die Setzung von Rahmenbedingungen, welche – unter Berücksichtigung lokalspezifischer und gesamtgesellschaftlicher Gegebenheiten – die Weiterentwicklung von Kunst und Kultur erlauben und fördern. Voraussetzung einer gelungenen Kulturkonzeption ist, die Ergebnisse gemeinsam zu erarbeiten, gemeinschaftlich zu tragen und umzusetzen. Die Bestandsaufnahme umfasste neben einer vorgeschalteten Dokumentenanalyse die Durchführung leitfadengestützter Experteninterviews. Aufgrund von pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen musste die ursprünglich im Frühjahr 2021 vorgesehene Konzeptphase in den Sommer 2021 verlegt werden. Die so entstandene zeitliche Lücke im Projektplan wurde mit einem zusätzlichen digitalen Beteiligungsverfahren produktiv überbrückt. Das Beteiligungsmodul umfasste neben einer Online-Befragung zwei leitfadengestützte Gruppendiskussionen mit ausgewählten Fokusgruppen und einen Auftaktworkshop. Die einzelnen Prozessschritte wurden sorgfältig dokumentiert und sind zentral auf der Website der Stadt Wetzlar einsehbar unter: www.wetzlar.de/kultur/Kulturkonzeption/kulturkonzeption.ph. Das vorliegende Ergebnisprotokoll dokumentiert die Ergebnisse der Themenworkshops und gibt einen Ausblick auf das weitere Vorgehen.

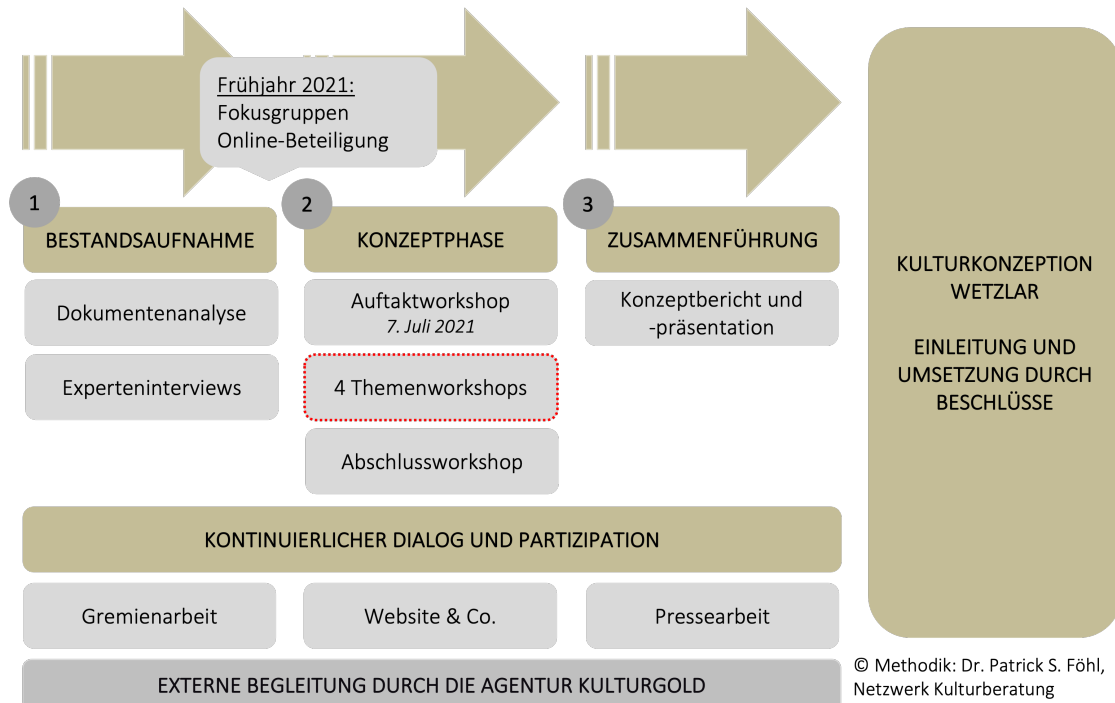


Abbildung 1: Prozessdesign zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Wetzlar in der Übersicht (Methodik © Dr. Patrick S. Föhl)

Ziele und Methodik

1.1 Zielsetzung

Auf Basis der im Auftaktworkshop durchgeführten Analyse der Stärken und Herausforderungen wurden vier Handlungsfelder als Schwerpunkte des zu erarbeiteten Kulturkonzepts definiert.¹ Im September 2021 wurden vier Themenworkshops zu den Handlungsfeldern »KULTUR-RAUM-FÖRDERUNG: Neue (Frei-) Räume für die Kultur« (20.09.2021), »KULTURANGEBOT- UND VERMITTLUNG: Dynamisierung der Wetzlarer Kultur« (21.09.2021), »EHRENAMT IM WANDEL: zukunftsfähige Trägerstrukturen« (21.09.2021) sowie »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG: Kultur in Wetzlar neu erzählt« (28.09.2021) durchgeführt. Die Themenworkshops hatten zum Ziel, die sondierten Themen- und Fragestellungen mit 10 bis 15 lokalen Themenexpert*innen aus dem Kulturbereich und relevanten angrenzenden Bereichen (z.B. Bildung, Stadtentwicklung, Tourismus) nicht nur in der Breite, sondern auch in der Tiefe zu bearbeiten und auf die Ebene konkreter Maßnahmen herunterzubrechen. Konzeption und inhaltliche Moderation der Themenworkshops lagen bei der Agentur Kulturgold als externe Projektleitung. Die Workshops fanden als Präsenzveranstaltungen unter Einhaltung der gelten Hygienevorschriften in der Stadtbibliothek Wetzlar statt.

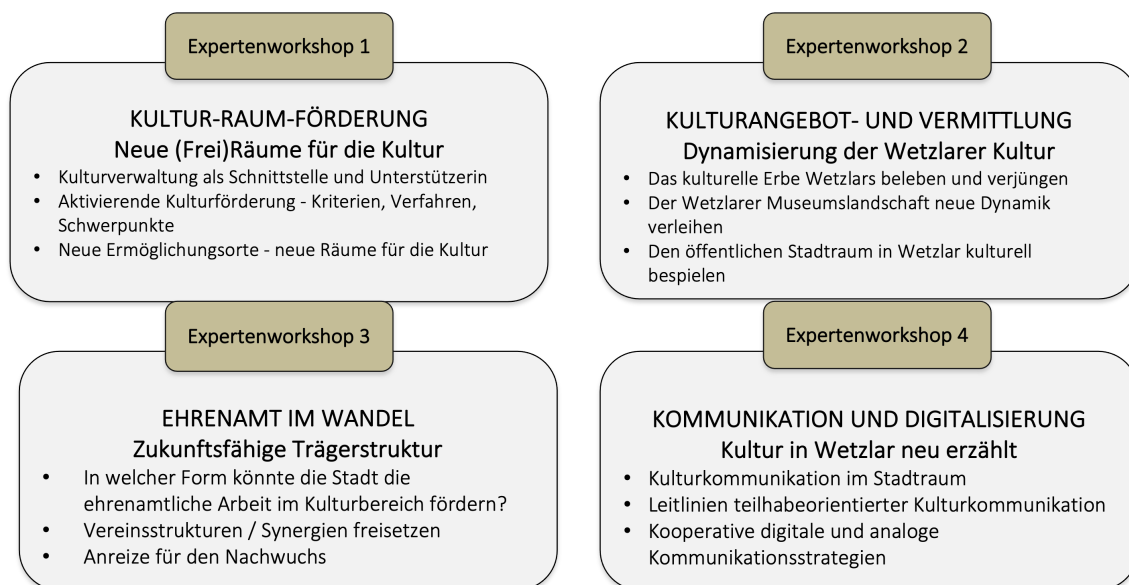


Abbildung 2: Übersicht der Workshop-Module zur Vertiefung der 4 Handlungsfelder

¹ Die ausführlichen Ergebnisse des Auftaktworkshops vom 07. Juli 2021 können dem dazugehörigen Ergebnisprotokoll entnommen werden.

1.2 Ablauf

Nach einer offiziellen Begrüßung folgte eine Einführung in den Prozess der Kulturkonzeption durch die Agentur Kulturgold. Die externe Projektleitung Céline Kruska stellte Prozessziele und -methodik vor, verwies auf beteiligte Akteursgruppen, skizzierte Ergebnisse aus den bereits durchgeführten Experteninterviews, Fokusgruppen, der Online-Beteiligung und des Auftaktworkshops und erläuterte schließlich den Ablauf sowie Schwerpunkte der Themenworkshops. Der Großteil der Zeit galt im Folgenden der Arbeit in parallel stattfindenden Ideenwerkstätten. Die Arbeitsergebnisse wurden abschließend im Plenum diskutiert. Die nachfolgende Abbildung zeigt den Programmablauf in der Übersicht:

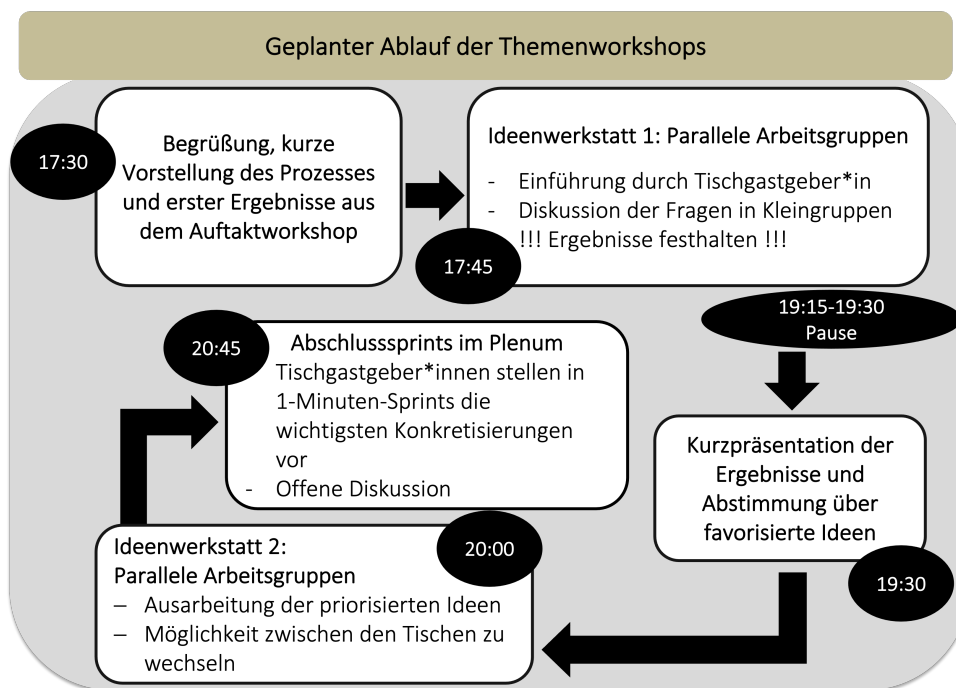


Abbildung 3: Gepplanter Ablauf der Themenworkshops

1.3 Methoden

Auf der Grundlage der gewonnenen Ergebnisse aus den vorangegangenen Interviews, Fokusgruppen und der Online-Beteiligung wurden insgesamt vier Handlungsfelder abgeleitet und für jedes Handlungsfeld Leitfragen formuliert. An insgesamt vier Abenden wurden die jeweiligen Handlungsfelder intensiv diskutiert und priorisiert.

Für jedes Handlungsfeld wurden in den Themenworkshops zwei bis drei parallele Arbeitsgruppen gebildet, welche die identifizierten Fragestellungen innerhalb der Handlungsfelder bearbeiteten. Die Themenworkshops umfassten jeweils zwei Gruppenarbeitsphasen, eine kurze Zwischenpräsentation im Plenum

sowie einer Abschlusspräsentation mit sich anschließender Diskussion im Plenum. Gearbeitet wurde jeweils an mehreren Tischen zu unterschiedlichen Fragestellungen (siehe dazu im Detail die folgenden Kapitel). An jedem Tisch befand sich ein/e sog. »Gastgeber*in«, die/der eine moderierende Funktion übernahm und die Ergebnisse aus den verschiedenen Gruppen bündelte und schließlich clusterte. Am Ende jeden Workshops konnten die Teilnehmer*innen mithilfe von Klebepunkten zum Ausdruck bringen, welche der erarbeiteten Ideen sie weiterverfolgen würden. Auf diese Weise ergab sich eine erste Priorisierung der erarbeiteten Maßnahmenvorschläge.

An den 4 Themenworkshops nahmen jeweils zwischen 10-15 Teilnehmer*innen teil. Die Auswahl der Teilnehmer*innen erfolgte aufgrund ihrer Expertise und Relevanz für das jeweilige Handlungsfeld und rekrutierte sich aus Kulturpolitik und -verwaltung sowie aus den Bereichen Kultur, Bildung und Soziales. Die Ergebnisse der Gruppenarbeiten wurden von Tischgastgeber*innen festgehalten, die Plenumsdiskussion von der Agentur Kulturgold dokumentiert und bilden die Grundlage der vorliegenden Ergebnisdokumentation.

1.4 Auswertung

Das folgende Ergebnisprotokoll basiert auf den Moderationskärtchen aus den verschiedenen Arbeitsgruppen sowie auf den Mitschriften von Teresa Geiger (Kulturgold) und Sabine Marinescu. Die Ergebnisse werden gesondert für jedes Handlungsfeld dargestellt und fassen jeweils die wichtigsten Ideen und Maßnahmenvorschläge aus den Arbeitsgruppen sowie der Plenumsdiskussion zusammen. Lösungsansätze und Maßnahmen zu zentralen Herausforderungen, wie die Einrichtung einer digitalen Kommunikationsplattform oder der Ausbau der Unterstützungs- und Beratungsleistungen des Kulturamtes wurden themenübergreifend in allen Workshops diskutiert. Bei der Dokumentation und Auswertung der Themenworkshops wurden die Ergebnisse im jeweiligen Handlungsfeld festgehalten, um Dopplung zu vermeiden und die Verständlichkeit zu verbessern. Es wurde zudem zu jedem Handlungsfeld eine Maßnahmen-Priorisierung vorgenommen, die auf der Einschätzung der Arbeitsgruppen sowie der Moderationsleitung beruhen.

2 Zentrale Ergebnisse aus den Themenworkshops

2.1 Handlungsfeld 1: »KULTUR-RAUM-FÖRDERUNG: Neue (Frei-) Räume für die Kultur«

Im Fokus des ersten Themenworkshops stand die Frage, welche neuen (Förder-) Strukturen und Instrumente notwendig sind, um die Kulturarbeit in Wetzlar nachhaltig zu professionalisieren und neue Ermöglichungsorte für die Wetzlarer Kultur zu schaffen. Die im bisherigen Prozess identifizierten Herausforderungen und Fragestellungen für das Handlungsfeld »KULTUR-RAUM-FÖRDERUNG: Neue (Frei-)Räume für die Kultur« wurden anhand folgender Leitfragen bearbeitet:

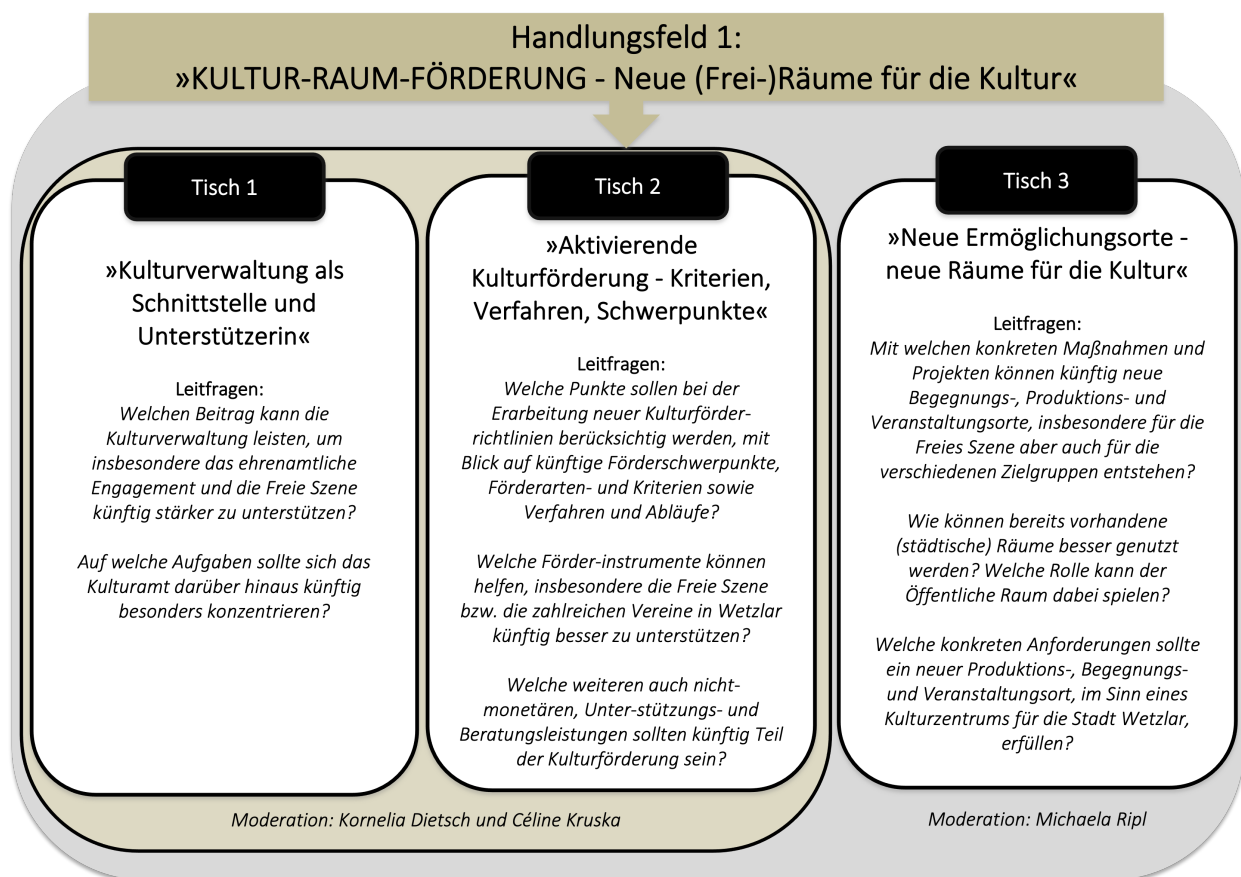


Abbildung 4: Themen-Tische und Leitfragen des ersten Handlungsfeldes in der Übersicht

Methodisch vorgesehen war, das Leitthema in drei Arbeitsgruppen anhand der Leitfragen zu bearbeiten. Die Teilnehmenden entschieden sich zu Beginn der Arbeitsphase, zwei der drei Themen-Tische zusammenzufassen. Die geplante zweite Runde in Kleingruppen fand gemeinschaftlich im Plenum statt.

Eine entscheidende Rolle spielte in der Gesprächsrunde die Festlegung eines neuen Aufgabenprofils der Kulturverwaltung, als Schnittstelle und Unterstützerin der Kulturschaffenden in Wetzlar. Gleichzeitig wurde auch der Mehrbedarf in Form zusätzlicher personeller Ressourcen thematisiert, der mit solchen zusätzlichen Beratungs- und Unterstützungsleistungen der Kulturverwaltung einhergehe. Auch wurden erste Lösungsansätze, für eine umfassendere Förderstrategie – insbesondere der Freien Szene – entwickelt, sowie für die Verbesserung der Raumsituation, unter der aktuell die Mehrheit der Wetzlarer Kulturschaffenden leidet. Obwohl nicht eigentlich im Fokus des Handlungsfeld spielte auch das Thema der fehlenden Sichtbarkeit und Kommunikation der Kulturangebote eine Rolle. Im Folgenden werden die Ergebnisse aus dieser Gruppe zusammengeführt. Die Priorisierungen der ersten Ideen und Maßnahmen stellen lediglich ein erstes Stimmungsbild dar.

Tisch 1 + Tisch 2: »Kulturverwaltung als Schnittstelle und Unterstützerin« + »Aktivierende Kulturförderung – Kriterien, Verfahren, Schwerpunkte«

KULTURAMT ALS KOORDINIERENDE UND BERATENDE SCHNITTSTELLE

- HOHE PRIORITÄT –

Kulturamt als »offenes Haus« gestalten

Konkretisierungsvorschläge:

Kulturbüro/ Kulturstation einrichten

- Das Kulturamt soll sich neu als »Kulturbüro«, »Kulturhaus« oder »Kulturstation« definieren
> Die Bezeichnung »Amt« wird als eher abweisend und zu förmlich wahrgenommen, insbesondere auch für junge Menschen.
- Konkret soll definiert werden, für was und für wen das Kulturamt in Zukunft stehen möchte.
- Umzug des Kulturamtes aus dem bisherigen dritten Stock in eine offene, einladende und gut zugängliche Räumlichkeit im Zentrum der Stadt
- Das »Kulturbüro« soll Verwaltungsvorgängen sichtbar machen und einen niederschweligen Zugang ermöglichen, bspw. bei der Raumvergabe durch eine Raumbörse im »Kulturbüro«.

- HOHE PRIORITÄT –

Schaffung einer professionellen Personalstelle am Kulturamt

Konkretisierungsvorschläge:

Kulturmanager*in installieren

- Es wird empfohlen, einen »Kümmerer« bzw. ein*e »Kulturmanager*in« einzusetzen, die/der gut in der Wetzlarer Kulturlandschaft vernetzt ist, und als Vermittler*in zwischen Stadtverwaltung und den (freien) Kulturschaffenden fungiert
- Zum Aufgabenprofil soll u.a. gehören
 - die Beratung und Unterstützung bei administrativen Fragen, bspw. bei der Drittmittelakquise oder Förderprogrammen auf EU-, Bundes- und Landesebene
 - die bereichs- und spartenübergreifenden Vernetzung der Akteur*innen, z.B. durch die Organisation eines Jour Fixe für Vereine (»Runder Tisch Kulturvereine«)
 - die Koordination der »Raumbörse«
 - Funktion als »Problemlöser« und zentrale Anlaufstelle für alle Kulturschaffenden

- HOHE PRIORITÄT –

Die Sichtbarkeit von Kulturangeboten durch mehr zentrale Koordination erhöhen

Konkretisierungsvorschläge:

Wetzlarer Kultur-CI entwickeln

- Entwicklung eines gemeinsamen Logos/CIs als Erkennungszeichen für alle Wetzlarer Kulturangebote, ohne dass das individuelle Corporate Design der Einrichtungen/Organisationen verloren geht

Zentrale Kulturkampagnen

- Städtische Screens mit Kulturwerbung bespielen
- Informationen über Kulturveranstaltungen auch über die Parkleitbildschirme verbreiten (Prüfung durch das Kulturamt)
- Zusammenstellung und Versand eines regelmäßigen Newsletter über Kulturveranstaltungen durch das Kulturamt

Vermittlung von städtischen Werbeflächen

- Vermittlung von zentralen Leerstands-Schaufenstern zu Kommunikationszwecken

- HOHE PRIORITÄT –

Bereichsübergreifenden Kommunikation und Vernetzung verbessern und ausbauen

Konkretisierungsvorschläge

Kulturforum als Interessensvertretung

- Ausbau des Kulturforums als zentrales Organ der Interessenvertretung, Vernetzung und des Austausches zwischen Kulturschaffenden und angrenzenden Bereichen (Bildung, Soziales, Tourismus) sowie der Stadt

Sonstiges

- Engere Zusammenarbeit des Kulturamtes mit dem Stadtmarketing, um die Kommunikation und Vermarktung von Kulturangeboten zu verbessern

Professionalisierung der Freien Szene/des Ehrenamts/ der Vereinslandschaft

Konkretisierungsvorschläge

Qualifizierungsangebot auflegen

- Angebote durch das Kulturamt zur Qualifizierung/Professionalisierung der freien Kulturarbeit
Themen: u.a. Digitalisierung, diversitätsorientierte Organisationsentwicklung, Antragsstellung
- Erfassung der Freien Kulturszene und Identifikation der Bedürfnisse der Freien Szene:
Die unklare Bedarfslage der Freien Szene systematisch ermitteln und in die Planung einbeziehen

Büro-Serviceleistungen anbieten

- Serviceleistungen des Kulturamtes für freie und ehrenamtliche Kulturschaffende, die bei Bedarf abgerufen werden können, z.B. kostenfreies Kopieren, WLAN, unbürokratisches Raummanagement etc.

KULTUR-FÖRDERUNG

- HOHE PRIORITÄT –

Stärkung der Freien Szene durch gezielte Förderung

Konkretisierungsvorschläge:

Neue Förderrichtlinien erarbeiten

- Neben der Vereinsförderung, soll auch gezielt die Förderung von freien Kulturschaffenden und selbstständigen Künstler*innen etablieren
- Aufnahme der Raumförderung in die Kulturförderung
> Förderschwerpunkt auf junge Künstler*innen und innovative Programmformate (Format, Inhalt, Vermittlung) legen
- Aushandlung eines neuen Budgets für freie Projektförderung und Aufnahme in die Kulturförderung aufnehmen
- Duale Förderstrategie: Institutionelle Förderung soll gesichert, Projektförderung auf- und ausgebaut werden

Förderkuratorium einrichten

- Das Förderkuratorium soll mit seiner Fachexpertise die Vergabe der zur Verfügung stehenden Fördermittel (ab einer gewissen Summe) begleiten

Förderberatung installieren

- Einrichtung einer Förderberatung zur Drittmittelförderung (EU, Bund, Land, Kommune)

Querschnittsfond kulturelle Teilhabe etablieren (Kultur / Bildung / Soziales)

Konkretisierungsvorschläge:

- Um die Querschnittsaufgabe kultureller Teilhabe bereichsübergreifend (städtische Abteilungen Kultur, Soziales, Bildung) zu fördern, soll ein gemeinsamer Fond aufgelegt werden. Gemeinschaftliche Projekte im Bereich Kultur, Bildung und Soziales können hierdurch einfacher finanziell gefördert werden
- Alternativ: Gemeinsamer Teilhabe-Fonds mit Partnern aus der Wirtschaft (Corporate Citizenship)

Tisch 3: »Neue Ermöglichungsorte – neue Räume für Kultur«

DAS RAUMANGEBOT ERWEITERN UND SICHTBARMACHEN

- HOHE PRIORITÄT –

(Kostenlose) Kultur-Raumangebote zur Verfügung stellen und nach außen kommunizieren

Konkretisierungsvorschläge:

Raumbörse installieren

- Raumkonzepte sollen erarbeitet werden und überprüft, welche Räume für die Kulturschaffenden zur Verfügung stehen, welche Ausstattung sie haben und zu welchen Konditionen sie nutzbar sind
- Raum-Kataster muss aktualisiert, weiterentwickelt und kommuniziert werden: Barrierefreie und leicht zugängliche digitale Übersicht über vorhandene Kultur-Räume und deren Belegung, filterbar nach Größe, Funktions- und Ausstattungsmerkmalen
- Aufnahme vorhandener Veranstaltungsräume
- Auch für Veranstaltungen ohne Vereinsstrukturen nutzbar machen
- Klare Regelung der Verantwortlichkeiten und Ansprechpartner

Neue Räume erschließen

- Suche nach neuen Räumen, die als Probenräume und für Aufführungen genutzt werden können z.B. Schulen, (Frei-) Kirchen, Moscheen

- Erschließung von alternativen Räumen für Kulturveranstaltungen und -programmen im öffentlichen Raum und nicht nur in der Altstadt (z. B. Unterführung, Bahnhof) oder an außergewöhnlichen Orten (z. B. Euler Brauerei)
- Die Schließung des bisher privatwirtschaftlich geführten Kinos führt zu der Forderung, neue Möglichkeiten / Räume für ein (Open-Air) Kino zu suchen

- HOHE PRIORITÄT –

Leerstände nutzen und gestalten

Konkretisierungsvorschläge:

Leerstandsmanagement aufbauen

- Die Möglichkeit der Nutzung vorhandener Leerstände und Freiflächen überprüfen
- Ermöglichung von Pop-up-Flächen auf ungenutzten Gewerbeflächen oder in leerstehenden Schaufenstern
- Leerstände können an Kulturschaffende vermittelt und proaktiv angeboten werden
- Leerstände bieten Räume für temporäre Ausstellungen oder können von darstellenden Künstler*innen genutzt werden
- Nutzung von zentralen Leerstandes-Schaufenstern zu Kommunikationszwecken (bspw. über Bildschirme)
- Ansprechpartner*in »Leerstände« benennen

2.2 Handlungsfeld 2: »KULTURANGEBOT- UND VERMITTLUNG:

Dynamisierung der Wetzlarer Kultur«

Die Gruppenarbeit war Fragestellungen gewidmet, die sich aus Handlungsfeld 2 »KULTURANGEBOT- UND VERMITTLUNG: Dynamisierung der Wetzlarer Kultur« ableiteten. Die Teilnehmer*innen hatten die Möglichkeit in den Gruppenarbeitsphasen alle 30 Minuten den Tisch zu wechseln. Die Arbeitsergebnisse aus dieser Runde werden im Folgenden zusammengeführt. Die Leitfragen lauteten:

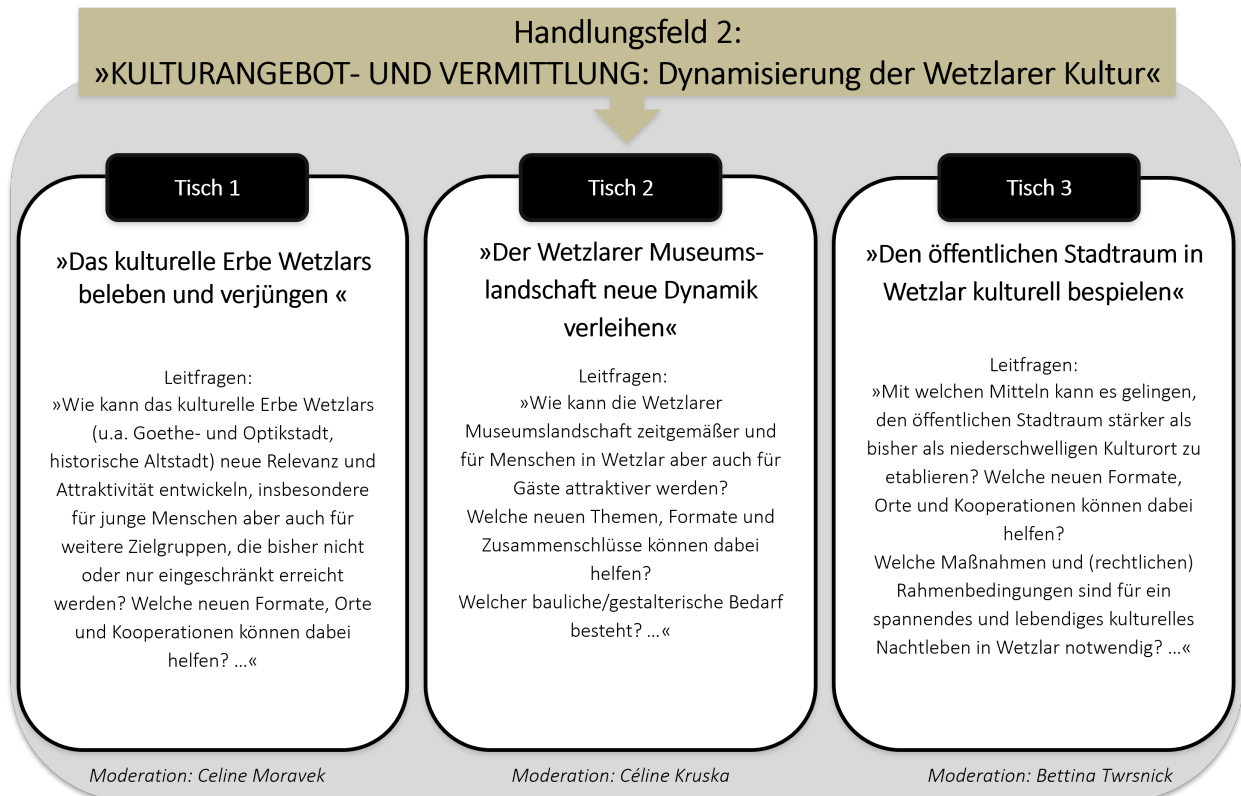


Abbildung 5: Themen-Tische und Leitfragen des zweiten Handlungsfeldes in der Übersicht

Die eingeladenen Expert*innen thematisierten die Maßnahmen, die dazu beitragen können, das kulturelle Angebot Wetzlars zu beleben und zu »verjüngen«. Darüber hinaus wurde besprochen, wie der Museumslandschaft neue Dynamik verliehen und der kulturelle Stadtraum in Wetzlar bespielt werden kann. Neben diesen Themenschwerpunkten wurde auch themenübergreifend diskutiert. So bestand ebenfalls in dieser Gruppe ein Konsens darüber, dass eine zusätzliche personelle Unterstützung im Kulturamt benötigt wird, um die entwickelten Ideen und Maßnahmen umzusetzen (vgl. z.B. die Diskussion über den Ausbau der Kulturverwaltung in der Arbeitsgruppe zu Handlungsfeld 1). Darüber hinaus wurde die Entwicklung des Kulturkatasters und eines digitalen Kulturkalender für grundlegend erachtet. Der große Bedarf,

neue Kommunikationswege – insbesondere auch die Nutzung von Kommunikationskanälen, die junge Menschen besser erreichen (Social Media) – wurde deutlich. Besonders der Wunsch nach Vernetzung und einer digitalen Kulturplattform, die dies ermöglicht, wurde mehrheitlich geäußert. Viele der zuvor genannten Maßnahmen wurden in auch in den anderen Expert*innenworkshops diskutiert.

Tisch 1: »Das kulturelle Erbe Wetzlars beleben und verjüngen«

NEUE (JÜNGERE) ZIELGRUPPEN ERREICHEN

- HOHE PRIORITÄT –

Teilhabeorientiertes Kultur-und Bildungsangebot für Kinder und Jugendlichen entwickeln

Konkretisierungsvorschläge:

Kulturelles Bildungsprogramm für Schulen

- Nachhaltiger Beziehungsaufbau der Kultureinrichtungen zu Kindern und Jugendlichen, indem Kooperationsverträge mit Schulen geschlossen und Angebote kultureller Bildung verstetigt werden
- Konkret ausgearbeitete Bildungskonzepte, die an den Lehrplan der Schüler*innen angepasst sind, sollen den Schulen vorgelegt werden
- In der Testphase Fokussierung zunächst auf eine Auswahl fester Angebotspartner*innen und Schulen (vgl. »Kulturrucksack«-Programm der Stadt Esslingen²).

Kulturmobil einsetzen

- Ein Kulturmobil soll gebaut oder angeschafft und den Kulturschaffenden angeboten werden. Dieses soll flexibel nutzbar sein, indem es mit einer einfachen Ausrüstung bestückt wird (z.B. Tische, Bierstischgarnituren, kreativ Material).
- Abwechselnde Bespielung des Kulturmobils durch verschiedene Kulturschaffenden
- Das Kulturmobil soll als mobile Bühne dienen und in den verschiedenen Stadtteilen zum Einsatz kommen. (Vgl. Kulturarche Esslingen³).

Partizipative Vermittlungsformate

² Der Esslinger Kulturrucksack ist ein kulturpädagogisches Angebot zum Kennenlernen von Kultureinrichtungen für Esslinger Schüler*innen der fünften und sechsten Klassen (siehe: https://www.esslingen.de/start/es_themen/kulturrucksack.html).

³ Die Kulturarche ist ein Projekt des Kulturzentrums Dieselstrasse in Kooperation mit Gerhard Wollnitz, dem Erfinder des "kleinen Parkraumwunders". Bei der »Kulturarche« handelt es sich um ein 5 x 2 m großes Holzboot, welches ursprünglich für das Festival »Stadt im Fluss: ATLANTIS« 2021 an verschiedenen Orten als DJ-Station mobil eingesetzt war, da sie von Ort zu Ort geschoben werden kann. Ein vergleichbares Projekt wurde mit dem »Kleinen Parkraumwunder Stuttgarts« bereits in Stuttgart durchgeführt (vgl. <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.stuttgarter-fuer-social-design-award-nominiert-das-kleine-parkraumwunder-koennte-bald-ein-grosses-werden.8114f386-fb0b-46fb-a524-6f2d4132d0b2.html>) (letzter Zugriff: 06.10.2021).

- Zielgruppenanalysen soll durchgeführt bzw. in Austausch mit der Zielgruppe getreten werden, um zu erfahren, auf welchen Wegen, durch welche Formate (z.B. Jugendlichen und jungen Erwachsenen) am besten zu erreichen sind. (vgl. Fragemobil)
- Ein »Fragemobil« soll Menschen, insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene, dort erreichen und zu ihren Wünschen und Bedarfen befragen, wo ihr Alltag stattfindet (z.B. Stadtteilzentren, Öffentliche Plätze, Jugendhaus)

Zielgruppenspezifische Projektförderung

- Auflage einer Nachhaltigen Projektförderung für Projekte mit der Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene bzw. für Projekte des »Community Buildings«

Kulturscouts ausbilden

- Gewinnung geschulter Vertreter*innen aus der Zielgruppe, diese qualifizieren und so kommunikative Zugänge zu verschiedenen Nutzer*innengruppen bilden.

Tisch 2: »Der Wetzlarer Museumslandschaft neue Dynamik verleihen«

MUSEUMSLANDSCHAFT MODERNISIEREN

- HOHE PRIORITÄT –

Ausbau der Personalstrukturen

Konkretisierungsvorschläge:

Stelle für Museumspädagogik

- Schaffung einer festen halben Stelle für die Museumspädagogik
- Zunächst Fokussierung auf Angebote der kulturellen Bildung für Kinder und Jugendliche, anschließend Ausweitung auf weitere Zielgruppen
- Die Aufgaben sollen in der Ausarbeitung von Konzepten und Kooperationsverträgen bestehen

Aufbau Pool Honorarkräfte

- Mitwirkung von Honorarkräften, die gefunden und qualifiziert werden (Pool von Honorarkräften aufbauen)

- HOHE PRIORITÄT –

Beteiligungsorientierte Neukonzeption

Konkretisierungsvorschläge:

Neukonzeption des Stadtmuseums

- Neugestaltung und Neukonzeption der Ausstellung im Stadtmuseum (Budget für die Neukonzeption aufstellen), z.B. Domschatz ins Stadtmuseum holen, Palais Papius ins Stadtmuseum integrieren, Stadtgeschichte visuell und partizipativ aufsetzen

Projekt »Bau Dir dein Museum«

- Ansatz des »Design Thinking«⁴ soll für die Museen übernommen und potenzielle Nutzer*innen der Wetzlarer Museumslandschaft in die Entwicklung neuer Konzepte einbezogen werden. Dazu Expertise von außen einholen
- Spielerischer Einbezug der Wetzlarer Bewohner*innen in den Gestaltungsprozess der Museen, z.B. Lego Serious Play, ein moderierter spielerischer Prozess, der durch das Modellieren mit Legosteinen neue Ideen zum Vorschein bringt und die Bedarfe der Nutzer*innen offenlegen kann. Frei nach dem Motto »Bau dir dein eigenes Museum«.
- Gestaltung von Workshops innen und außen, z.B. auch in Leerständen im Stadtraum, um einen niederschweligen Zugang zu ermöglichen
> anwendbar auch mit Führungskräften und Personal der Institutionen, damit Strukturen durchbrochen werden können

Gutachten Reichskammergerichtsmuseum

- Ein externen Gutachten soll klären, in welcher Form das Reichskammergerichtsmuseum weitergeführt werden soll: Integration ins Stadtmuseum, eine Neuausrichtung oder die Schließung.

- HOHE PRIORITÄT -

»Dritte Orte«⁵ in der Wetzlarer Museumslandschaft schaffen

Konkretisierungsvorschläge:

Museums-Café/Lounge

- Ein Museums-Café kann z.B. am Wochenende durch die Mithilfe und Bewirtung der Vereine organisiert werden. Dieses bietet für die Vereine gleichzeitig die Möglichkeit einer Präsentation und monetären Zugewinns
- Prüfung der Örtlichkeiten für ein potenzielles Museums-Café

⁴ Design-Thinking ist ein Ansatz zur Lösung komplexer Problemstellungen. Der Fokus liegt hierbei auf den Bedürfnissen und Wünschen der Nutzer*innen, um gemeinsam eine anwenderorientierte Lösung zu kreieren und neue Ideen zu entwickeln.

⁵ Das Konzept der »Dritten Orte« wurde von dem Stadtsoziologen Ray Oldenburg (1991) entwickelt. »Dritte Orte« stellen inszenierte Lebensräume dar, in denen man sich vorübergehend aufhält. Auch Kultureinrichtungen können solche Orte der Gemeinschaft sein, die als Ausgleich zum eigenen Zuhause und der Familie (erster Ort) und der Arbeitswelt/Arbeitsstätte (zweiter Ort) aufgesucht werden. »Dritte Orte« üben eine gesellschaftliche Funktion aus. Dort kann es etwas zu essen und trinken geben und Gespräche können geführt werden.

- Koordination des Museums-Cafés kann vom Museum übernommen werden

Projekt »Die Bühne gehört Euch«

- Museale Räume können im Rahmen von Veranstaltungen der »Nacht der Museen/Kunst« zur Bespielung z.B. zu einem bestimmten Motto (»Wetzlar neu denken«) an verschiedene Zielgruppen übergeben werden – z.B. Jugendvereine, Freie Künstler

PROFILSCHÄRFUNG NACH INNEN UND AUSSEN

Zusammenschlüsse und Verbünde

Konkretisierungsvorschläge:

Stadt des (Industrie)-Designs und (neuen) Kunsthandwerks

- Belegung etablierter Angebote im Bereich Möbel, Fotografie oder Industriedesign in Kooperation mit jungem Design und Handwerkskunst aus Wetzlar. z.B. Palais Papius mit jungen Gestalter*innen.

»Lahn-Perlen« verstetigen

- Verstetigung des Zusammenschluss zu den »Lahnperlen« mit weiteren umliegenden Städten und Gemeinden, um die (touristische) Stahlkraft der Wetzlarer Museen auch überregional zu stärken

Tourismus-Card einführen

- Einführung einer Tourismus-Card, um den Zugang zu verschiedenen Sehenswürdigkeiten, Museen und anderen kulturellen Einrichtungen und Orten zu ermöglichen und dadurch einen Überblick über die Wetzlarer Kulturlandschaft zu bieten

Überregionales Marketing etablieren

- Kulturregion kann als »Lahn-Dill-Kreis« beworben werden. Dafür muss eine überregionale Kulturmarketingstrategie erarbeitet und durchgeführt werden.

Kulturtouristische Bildungspakete entwickeln

- Weiterführend könnte ein kulturtouristisches Bildungspaket entwickelt werden z.B. für Schüler*innen, die auf Klassenfahrt nach Wetzlar kommen und ein fertig geschnürtes Bildungspaket mitbuchten können, mit unterschiedlichem Kulturprogramm, wie Altstadtführungen, Besuch des Naturschutzzentrums etc.

Tisch 3: »Den öffentlichen Stadtraum in Wetzlar kulturell bespielen«

NEUE ANGEBOTSFORMATE ENTWICKELN

- HOHE PRIORITÄT -

Das Nachtleben Wetzlars attraktiver gestalten

Konkretisierungsvorschläge:

Ausweisung von neuen »Nightspots«

- Die Stadt soll neue Orte als »Nightspots« z.B. Leerstandszwischennutzungen oder ungewöhnliche Orte z.B. Parkhaus, Industriebrache, Flusssufer prüfen und sie zur Nutzung für Musik- und Clubveranstalter*innen zu Verfügung stellen

Positionspapier Nightlife

- Dokumentation von Verhinderungsfaktoren der Veranstalter*innen und Clubbetreiber*innen müssen überprüft (u.a. Räume, Sperrzeiten, Auflagen) und den konkreten Bedarfen gegenübergestellt werden. Prüfung, inwiefern ein Arbeitskreis oder Verein »Neues Nachtleben Wetzlar« sinnvoll ist

Musik- und Kneipenfestival organisieren

- Organisation eines jährlich stattfindenden Musik- und/oder Kneipenfestivals in der ganzen Stadt verteilt: In jeder Kneipe könnte eine andere Band (regionale Künstler*innen der Freien Szene) spielen. Damit die rechtlichen Rahmenbedingungen eingehalten werden können, soll es bis 22 :00 Uhr Musik geben und danach regulärer Kneipenbetrieb

- HÖHERE PRIORITÄT -

Open-Air Kultur ausbauen

Konkretisierungsvorschläge:

Öffentliche Open-Air Bühne schaffen

- Im öffentlichen Raum gezielt Flächen und Infrastruktur schaffen für Auftrittsmöglichkeiten. Beispiel: eine einfache, aber fest installierte (überdachte) Bühne oder ein Kulturzelt auf der »Marienwiese« oder am »Lahn-Ufer«, um kleine Veranstaltungen, auch ohne viel Technik, zu ermöglichen. Diese soll unkompliziert buchbar sein. Damit diese bekannt wird, wäre eine spartenübergreifende Veranstaltungsreihe denkbar, die über mehrere Wochenenden oder Abende hinweg durchgeführt wird.⁶

Stadtraum als Bühnenraum nutzen

- Öffentliche Wände können im Stadtraum bespielt werden, bspw. Betonwände des Parkhauses künstlerisch bespielen (Projektionen / Lichtkunst).
- Fußgängerzone als Bühne verstehen

⁶ Der Wunsch nach einer öffentlichen, überdachten und erhöhten Bühne, z.B. an der Lahnbrücke, wurde auch im Expert*innenworkshop 2 geäußert und konkretisiert. Hierzu wurde der Vorschlag gemacht, über QR-Codes auf einen Kalender zugreifen zu können, um hierüber eine unkomplizierte Terminbuchung vorzunehmen. Diese Maßnahme erfuhr von den Teilnehmer*innen des zweiten Expert*innenworkshops ebenso hohe Priorität.

- Ausweisung Öffentlicher Plätze für Straßenmusiker*innen
- Ermöglichung qualitativ hochwertiger Straßenkunst in der Stadt
 - > Kommunikation über diese Orte im öffentlichen Stadtraum verstetigen.

Street-Art-Festival /Straßenmusikfestival

- Ein Street-Art-Festival mit einem spartenübergreifenden Programm und einem Schwerpunkt auf junger Street Art (Floor Painting, Tape Art, Break Dance, Poetry Slam, Jam Sessions, Singer-Songwriter-Konzerte) soll initiiert werden
- Das Festival findet auch in den verschiedenen Stadtteilen statt. Bspw. Bewohner*innen einer Straße schließen sich zusammen und organisieren mit Ehrenamtlichen ihren Programmbeitrag
- Organisatorische und finanzielle Unterstützung durch das Kulturamt
- Der Wunsch nach einem großen spartenübergreifenden Straßenmusikfestival wurde geäußert, das Straßentheater, Straßenmusiker, Malerei etc. miteinschließt. Für das Jahr 2022 wird bereits ein Straßenmusikfestival vom Stadt-Marketing Wetzlar geplant

Neue Formate entwickeln und alte erweitern

Konkretisierungsvorschläge:

Kulturgarten initiieren

- Ein von Vereinen und Kulturschaffenden selbst angelegter Garten kann als Erholungs- und Kommunikationsort dienen, ebenso wie als Ausstellungs- und Präsentationsfläche für Kultur.

Pop-it-up: »Kultur-Krämerladen«

- Hier können Kulturinstitutionen, Vereine sowie Künstler*innen ihre Projekte abwechselnd in einem zentralen Ladengeschäft in der Innenstadt vorstellen.

Wochenmarkt-Konzerte

- Bespielung des Wetzlarer Stadtraums mit Musik, z.B. auf dem Wochenmarkt alle zwei Wochen eine Bühne aufbauen oder auch klassische Konzerte raus aus den Hallen und in die Stadt holen

Cross-Over Projekte

- Durchführung von Cross-Over Projekten, um ein breiteres Publikum anzusprechen z.B. literarisch/historische Gesellschaften mit Jugendtheaterverein oder Jugendhausgruppen. Ein kultureller Mix soll das Interesse für neue Sparten wecken.

Themenjahre/Themenprogramme

- Freie und öffentliche Kulturanbieter können im Rahmen eines Themenjahrs gemeinsam zu sparten- und kulturübergreifenden Themen z.B. Wasser erarbeitet werden

2.3 Handlungsfeld 3: »EHRENAMT IM WANDEL: zukunftsfähige Trägerstrukturen«

Ergebnisse aus den Kleingruppen

Die Gruppenarbeit war Fragestellungen gewidmet, die sich aus Handlungsfeld 3 »EHRENAMT IM WANDEL: zukunftsfähige Trägerstrukturen« ableiteten. Im Fokus stand die Frage, welche (neuen) (Förder-)Strukturen, Zusammenschlüsse und Instrumente der Nachwuchsgewinnung notwendig sind, um zukunftsfähige Trägerstrukturen für die Wetzlarer Kultur zu schaffen:



Abbildung 6: Themen-Tische des dritten Handlungsfeldes in der Übersicht

Methodisch vorgesehen war es, die Leitfrage in drei Kleingruppen anhand konkreter Einzelfragen zu bearbeiten sowie nach einer Zwischenpräsentation im Plenum innerhalb der Gruppen weiter zu vertiefen. Die Teilnehmenden erarbeiteten die Konkretisierung nicht, wie vorgeschlagen, in drei Kleingruppen, sondern entschieden sich diese gemeinsam im Plenum die Ergebnisse zusammenzufassen. Die Teilnehmer*innen hatten die Möglichkeit in den Gruppenarbeitsphasen den Tisch zu wechseln. Die Arbeitsergebnisse aus dieser Runde werden im Folgenden zusammengeführt.

NEUE ORGANISATIONSSTRUKTUREN

- HOHE PRIORITÄT -

Unterstützenden Strukturen für Vereine

Konkretisierungsvorschläge:

Städt. Servicestelle Vereins/Ehrenamtsmanagement

- Einrichtung einer niederschwellig und zentral angelegten Anlaufstelle bzw. einer Ansprechperson für alle Ehrenamts- und Vereinsbelange im neuen Kulturbüro (vgl. Kulturverwaltung als Schnittstelle und Unterstützerin)

Dachverband Wetzlarer Vereine

- Gründung eines Dachverbandes der Wetzlarer Vereine, um Herausforderungen (z.B. Nachwuchsgewinnung) gemeinsam zu begegnen bzw. als gemeinsame Interessenvertretung gegenüber der Politik aufzutreten
- Einrichtung einer gemeinsamen Geschäftsstelle (integriert im neuen Kulturbüro) und Bestellung eines Geschäftsführers. Personelle Unterstützung durch Expert*innen aus dem Vereinsnetzwerk, die regelmäßige »Themen-Sprechstunden« anbieten u.a. zu Themen wie Recht, Buchhaltung, Förderung.

Vereins-Kultur-Stammtisch

- Austauschformate schaffen bzw. regelmäßig einen Kultur-Vereins-Stammtisch etablieren z.B. ange-dockt an das Kulturforum

Kooperationsprojekte

- Fortführung der Kulturstationen als gemeinsamem Projekt oder Aufbau eines neuen Formats, bei dem sich Vereine und Kulturschaffenden vorstellen können und ins gemeinsame Arbeiten kommen.

»Vereins-schaufenster«

- Bestehende Veranstaltungen z.B. Festival als Orte des Austausches und der Präsentation für Vereine anbieten und Vereine gleichzeitig gezielt bei Veranstaltungen programmatisch mit einbinden.

STRATEGIEN DER NACHWUCHSGEWINNUNG

- HOHE PRIORITÄT -

Neue Formen des Vereinsengagements entwickeln

Konkretisierungsvorschläge:

Beteiligungsformen öffnen

- Prüfung von Modellen des projektbezogenen Engagements, da sich jüngere Generation nicht mehr so langfristig verpflichten möchten.

Einstiegsmöglichkeiten schaffen

- Jungen Menschen die Möglichkeit geben, Vereine kennenzulernen, indem über eine gewissen Zeit Mitgliedsbeiträge wegfallen z.B. im ersten Jahr.

Neues Wording finden

- Einfache und weniger bürokratische Sprache verwenden z.B. bei den Stellenbezeichnungen wie Kassenswart. Ansprache auch in anderen Sprachen und entsprechend den Kommunikationsgewohnheiten und des Sprachgebrauchs der Zielgruppe.

Ehrenamtsbotschafter/-Testimonials

Multiplikatoren identifizieren und zu Wort kommen lassen z.B.

- You-Tube-Clips
- Auftritte in den Stadtteilen
- Projekttag an Schulen für Schnupperprojekte der Vereine nutzen
- Schulen direkt ansprechen, um junge Menschen fürs Ehrenamt zu begeistern
- Richtlinien, Fortbildungen oder Informationsveranstaltungen für (neue) Mitglieder anbieten

Ehrenamtskarte

- Um das Ehrenamt attraktiver zu gestalten, soll ein gestaffeltes Belohnungssystem eingeführt und vergünstigte Veranstaltungstickets, Rabatte bei Vereinsmitgliedschaften etc. angeboten werden

Ehrenamtszertifikat

- Anreiz für junge Menschen durch ein städtisches Ehrenamtszertifikat das den Lebenslauf bei Bewerbungen ergänzt.

2.4 Handlungsfeld 4: »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG: Kultur in Wetzlar neu erzählt«

Ergebnisse aus der Gruppe

Die Gruppenarbeit im Handlungsfeld 4 »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG: Kultur in Wetzlar neu erzählt« war der Frage gewidmet, welche Maßnahmen dazu beitragen könnten, das kulturelle Angebot in Wetzlar nach innen und außen sichtbar zu machen. Im Fokus stand die Frage, welche (neuen) (Förder-)Strukturen, Zusammenschlüsse und Instrumente der Nachwuchsgewinnung notwendig sind, um zukunftsfähige Trägerstrukturen für die Wetzlarer Kultur zu schaffen.

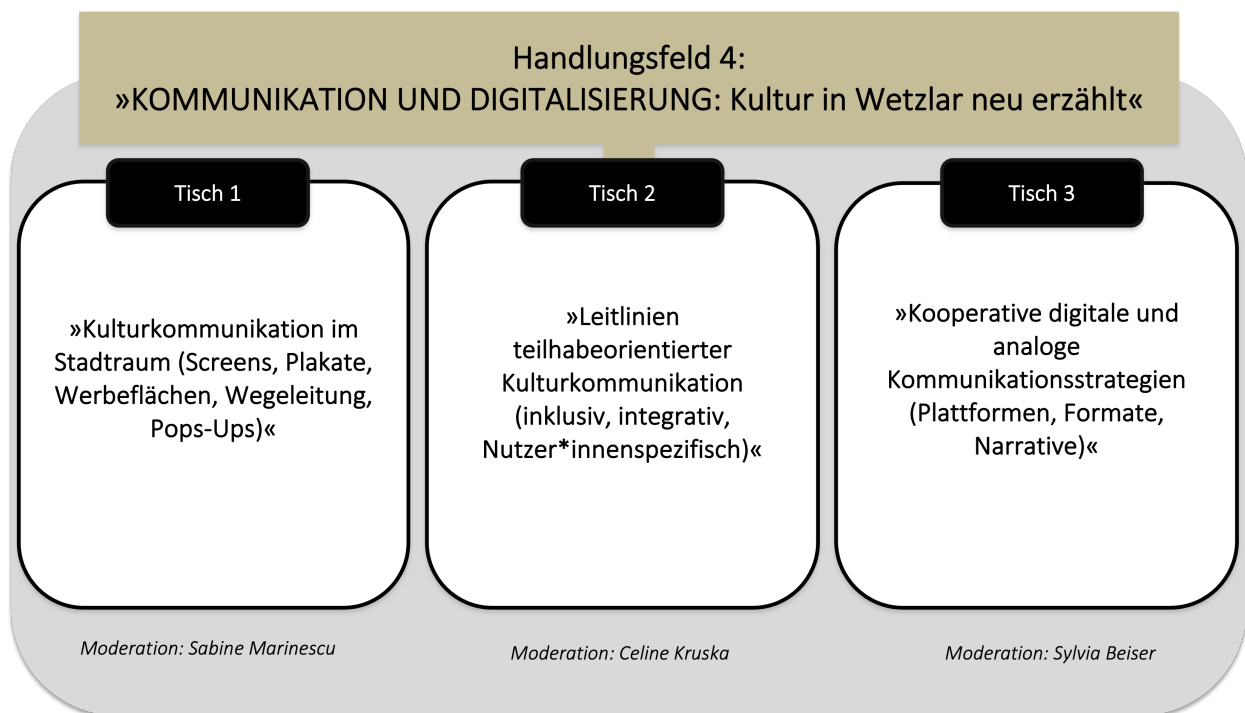


Abbildung 7: Themen-Tische des vierten Handlungsfeldes in der Übersicht

Methodisch vorgesehen war es, die Leitfrage in drei Kleingruppen anhand konkreter Einzelfragen zu bearbeiten sowie nach einer Zwischenpräsentation im Plenum innerhalb der Gruppen weiter zu vertiefen. Die Teilnehmenden erarbeiteten die Konkretisierung nicht, wie vorgeschlagen, in drei Kleingruppen, sondern entschieden sich diese gemeinsam im Plenum die Ergebnisse zusammenzufassen.

Innerhalb der Kleingruppen wurde vor allem über eine digitale Kulturplattform diskutiert und deren Ausgestaltung sowie einer Professionalisierung der Kulturkommunikation im Allgemeinen. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass zunächst gewisse Voraussetzungen geschaffen werden müssen. Vor allem auf

den Ausbau des Angebots für Jugendliche und junge Menschen soll der Fokus verstärkt werden. Die Teilnehmer*innen hatten die Möglichkeit in den Gruppenarbeitsphasen den Tisch zu wechseln

Die Arbeitsergebnisse aus dieser Runde werden im Folgenden zusammengeführt.

NEUE KOMMUNIKATIONSSTRUKTUREN

- HOHE PRIORITÄT -

Aufbau hybriden (analogen-digitalen) Kommunikationsstrukturen

Konkretisierungsvorschläge:

Aufbau einer Digitalen Kommunikationsplattform

Aufbau und Umsetzung einer Plattform für Nutzer*innen und Kulturschaffende gleichermaßen mit folgenden Funktionen:

- einen Veranstaltungskalender, der alle Kulturangebote in der Stadt Wetzlar und perspektivisch der Region bündelt
- Stadtkarte Kultur
- eine Schnellsuche für Angebote und Veranstaltungen (z.B. »aktuell«, »heute«)
- umfangreiche Filterfunktionen (z.B. nach Sparte, Zielgruppe, Stadtteil, etc.)
- proaktive Vorschläge auf Basis der eingegebenen Suche (»Auch Folgendes könnte Sie interessieren...«)
- Informationen zu den Einrichtungen, Spielstätten und Veranstaltungsorten sowie zu den jeweiligen Ansprechpartner*innen vor Ort
- eine Chatfunktion für die Kommunikation zwischen Kulturanbietern und Kulturinteressierten
- einen persönlichen Login-Bereich mit Profilerstellung für Künstler*innen, Kultureinrichtungen und -veranstalter inklusive einer Suchfunktion insbesondere für Künstler*innen sowie Akteursgruppen, deren Leistungen gebucht werden können
- die Möglichkeit für Kulturakteur*innen sich auszutauschen
- neben der Möglichkeit der Freitexteingabe vorkategorisierte Suchfunktionen für sämtliche Angebote und Veranstaltungen
- Schnittstellen zu weiteren Social-Media-Plattformen (Veranstaltungen, die auf der Plattform gepflegt werden, sollten über Facebook und andere Kanäle anschließend geteilt und kommuniziert werden können)
- enthält Planungstool, um Veranstaltungskollisionen zu verhindern
- bietet perspektivisch direkten Ticketkauf, Gang zur Vorverkaufsstelle entfällt
- klarer Kriterienkatalog, welche Angebote in den Kalender aufgenommen werden

- Plattform als Prozess verstehen, kein abgeschlossenes Werkzeug
- Ein*e Verantwortliche*r übernimmt die Pflege und das Eintragen kommender Veranstaltungen
- Werbung für den digitalen Kulturkalender auch über Soziale Medien schalten, um auch junge Menschen darüber zu informieren

Hochschul-Kooperation

- Aus Budgetgründen wird eine Realisierung der technischen Infrastruktur in Kooperation mit einer Hochschule, konkret der THM (Technische Hochschule Mannheim) angestrebt

Digital-Coaching

- Einführung durch Digital Natives, um älteren Generationen die Funktionsweisen der digitalen Plattform zu erläutern= Stärkung des Intergenerativen Austausch

PROFESSIONALSIERUNG DER KULTURKOMUNIKATION

- HOHE PRIORITÄT -

Aufbau von zielgruppengerechten Ansprachen = Inhalt (Narrativ), Darstellung (Sprache, Visualisierung) und Medium (online, analog)

Konkretisierungsvorschläge:

Kommunikationskonzept Kultur

- übergreifendes Kommunikationskonzept für die Wetzlarer Kultur soll erarbeitet werden und in ein städtisches Corporate Design integriert werden
- Aufbau einer professionellen Kommunikationsstruktur kann durch einen externen Dienstleister übernommen werden, der als Schnittstelle zwischen Kulturtreibenden und der Stadt fungiert

Zielgruppengerechte Kommunikationswege

- Neben den klassischen Kommunikationswegen sollen vermehrt verschiedene Kommunikationskanäle bespielt werden, die auch von jüngeren Generationen genutzt werden, z.B. stärkeren Fokus auf Soziale Medien, wie Instagram oder digitale Bildschirme im Stadtraum
- Um einen einfachen Zugang zu schaffen, sollten Werbung/Anzeigen/Broschüren in leichter Sprache und/oder (mehr) Fremdsprachen veröffentlicht werden
- Quartierstrukturen für Kommunikationskonzepte nutzen
- Bildbasierte Sprache und/oder Film stärker nutzen

- HOHE PRIORITÄT -

Stadtraum als niederschweligen Kommunikationsort nutzen

Konkretisierungsvorschläge:

Temporäre Kommunikationsflächen

- Öffentlichen (Stadt-)Raum mit Kulturinformationen bespielen. Beispiel: Fassaden, Böden, Stadtmobiliar, zukünftiges Stadthaus am Dom, Parkhaus »die Welle« etc.)
- Schaufenster von Leerständen nutzen

»Knotenpunkte des Alltags« nutzen

- Bahnhof als zentralen Kommunikations-Ort nutzen
- Busse und öffentliche Verkehrsmittel als »Werbeflächen« nutzen
- Pop-up-Aktionen in Kooperationen mit Einkaufszentren

QR-Codes

- QR-Codes im öffentlichen Raum platzieren und mit visuellem »Stolperer« (z.B. Kultur-Logo/ Kultur-Maskottchen) verbinden, um die Verlinkung zum digitalen Angebot zu gewährleisten

Screens und Parkleitanzeigen bespielen

- Statt lediglich kommerzieller Werbung, soll auf öffentlichen Screens mehr »Kultur-Werbung« gezeigt werden. Dafür muss die Stadt mit den Betreibern neue Rahmenverträge ausarbeiten

Leitsystem

- Pflege des Stadtbildes in den Fokus rücken und Kulturleitsystem entwickeln, welches die Sichtbarkeit der Kulturinstitutionen stärkt

3 Ausblick auf den Abschlussworkshop

Der Abschlussworkshop zielt darauf ab, die bisher erarbeiteten Ziel- und Maßnahmenvorschläge kritisch zu reflektieren. Es gilt zu fragen: Wo besteht Konkretisierungs- oder Änderungsbedarf? Wer sollten sinnvollerweise die Verantwortlichen sein bzw. wer erklärt sich bereit, an der weiteren Planung einzelner Ziele und Maßnahmen mitzuwirken? Wo tun sich ggf. noch Fehl- und Leerstellen auf? Und welche Prioritäten zeichnen sich ab?

Anders als bei den vorausgegangenen Workshops wird es keine geschlossenen Arbeitsgruppen geben, für die sich die Teilnehmenden im Vorfeld anmelden müssen. Vielmehr werden offene Themengruppen zu den Handlungsfeldern angeboten, das heißt die Teilnehmenden wandern je nach persönlicher Interessenslage alle 30 Min. von Gruppe zu Gruppe oder bleiben in einer Gruppe. Innerhalb der Gruppen erfolgt die Diskussion auf der Grundlage der jeweils für das Thema relevanten Ziel- und Maßnahmenvorschläge.

Abschließen erfolgt eine Priorisierung im Plenum.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Prozessdesign zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Wetzlar in der Übersicht (Methodik © Dr. Patrick S. Föhl)	4
Abbildung 2: Übersicht der Workshop-Module zur Vertiefung der 4 Handlungsfelder	5
Abbildung 3: Geplanter Ablauf der Themenworkshops	6
Abbildung 4: Themen-Tische und Leitfragen des ersten Handlungsfeldes in der Übersicht.....	8
Abbildung 5: Themen-Tische und Leitfragen des zweiten Handlungsfeldes in der Übersicht	14
Abbildung 6: Themen-Tische des dritten Handlungsfeldes in der Übersicht.....	21
Abbildung 7: Themen-Tische des vierten Handlungsfeldes in der Übersicht	24