

Kulturkonzeption Wetzlar

ERGEBNISPROTOKOLL ABSCHLUSSWORKSHOP

Im Auftrag von

STADT WETZLAR



November 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

Moderatorinnen: Sylvia Beiser | Karin Buchner | Kornelia Dietsch | Céline Kruska | Sabine
Marinescu | Bettina Twrsnick

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung zum Prozess	4
1 Ziele und Methodik	5
1.1 Zielsetzung	5
1.2 Ablauf	5
2 Ergebnisse aus der Diskussion in den Arbeitsgruppen über den vorläufigen Ziel- und Maßnahmenkatalog	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«	15
2.3 Handlungsfeld 3: »EHRENAMT IM WANDEL: zukunftsfähige Trägerstrukturen«	21
2.4 Handlungsfeld 4: »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG: Kultur in Wetzlar neu erzählt«	25
3 Priorisierung und Abschlussdiskussion	30
Abbildungsverzeichnis	31

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.

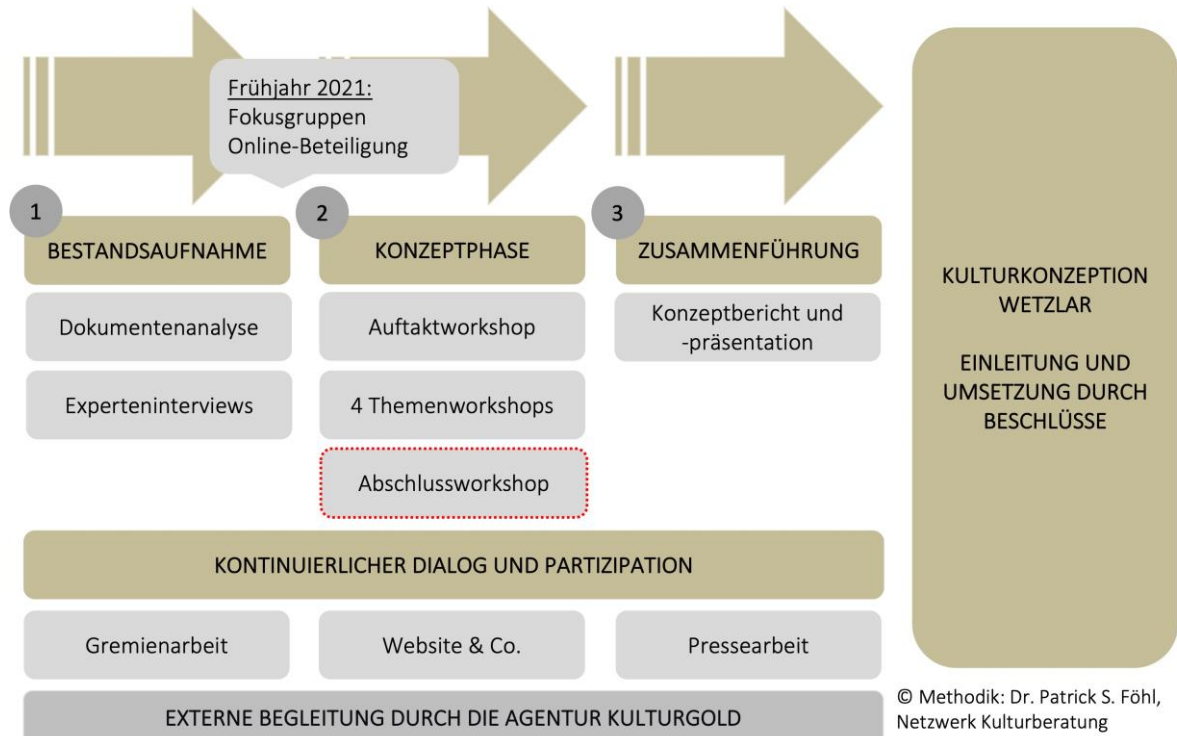


Abbildung 1: Prozessdesign zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Wetzlar in der Übersicht (Methodik © Dr. Patrick S. Föhl)

1 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 durchgeführt: »KULTUR-RAUM-FÖRDERUNG: Neue (Frei-) Räume für die Kultur« (20.09.2021), »KULTURANGEBBOT- 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). Der Abschlussworkshop zielte darauf ab, die bisher erarbeiteten Ziel- und Maßnahmvorschläge kritisch zu reflektieren. Im Mittelpunkt des Abschlussworkshops stand die Priorisierung der entwickelten Ziel- und Maßnahmvorschläge. Es galt zudem 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?

Im Vorfeld des Abschlussworkshops war bereits ein dreistündiger, digitaler Austausch mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen erfolgt, mit dem Ziel den vorläufigen Maßnahmenkatalog durch Vertreterinnen und Vertreter dieser wichtigen Zielgruppe kritisch prüfen zu lassen. Diese Ergebnisse fließen farblich hinterlegt ebenfalls in das nachfolgende Protokoll ein.

1.2 Ablauf

Einführung

Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer erhielt bei der Anmeldung ein ausgedrucktes Handout, das den bis dato gemeinsam erarbeiteten Ziel- und Maßnahmenkatalog für die künftige Kemptener Kulturpolitik und Kulturarbeit enthielt. Bei dem Ziel- und Maßnahmenkatalog handelte es sich um einen Auszug aus dem Ergebnisprotokoll des Auftaktworkshops im Juli 2021, sowie den Themenworkshops im September 2021. Der Ziel- und Maßnahmenkatalog wurde zusätzlich großflächig ausgedruckt und für die Teilnehmenden gut sichtbar an Pinnwänden angebracht. Auf die offizielle Begrüßung durch den Kulturdezernenten der Stadt Wetzlar, Jörg Kratkey, sowie die Kulturamtsleiterin Kornelia Dietsch folgte eine Erläuterung

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

der Leitfragen für den Workshop und des weiteren Ablaufs durch die externe Projektleiterin Céline Kruska, Agentur Kulturgold.

Arbeitsphase

Anders als bei den vorausgegangenen Workshops gab es keine geschlossenen Arbeitsgruppen, für die sich die Teilnehmenden im Vorfeld anmelden mussten. Vielmehr wurden vier offene Themengruppen zu den vier Themenfeldern angeboten, das heißt die Teilnehmenden brachten sich je nach persönlicher Interessenslage in verschiedenen Arbeitsgruppen ein oder verblieben über die gesamte Dauer in einer Gruppe. Innerhalb der Gruppen erfolgte die moderierte Diskussion auf der Grundlage der jeweils für das Thema relevanten Ziel- und Maßnahmenvorschläge aus den bisherigen Prozessphasen. Die Moderation der einzelnen Gruppen wurde im Tandem ausgeführt. Das folgende, ergänzte Ergebnisprotokoll basiert auf den Moderationskärtchen, die an den zur Verfügung gestellten Metaplanwänden in den Arbeitsräumen angebracht wurden, sowie auf den Mitschriften der Moderierenden.

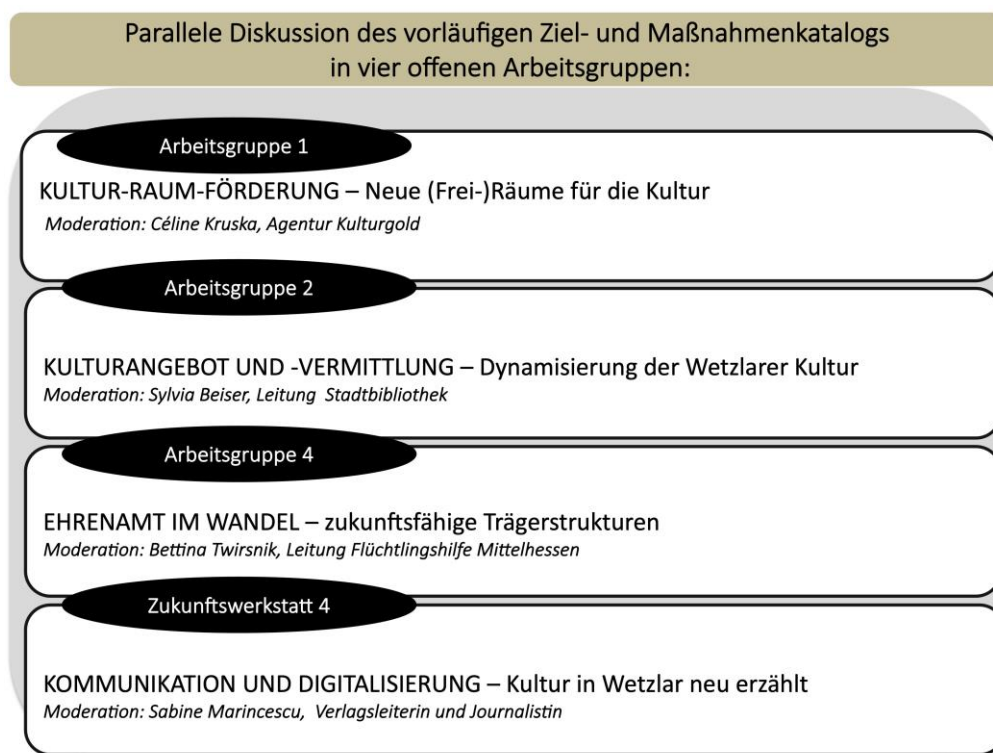


Abbildung 2: Übersicht moderierte Arbeitsgruppen des Abschlussworkshops

Priorisierung der Ergebnisse und Abschlussdiskussion

Im Anschluss an die Diskussion in den Zukunftswerkstätten wurde eine gemeinsame Priorisierung der erarbeiteten Maßnahmen durch die Teilnehmenden vorgenommen. Die Teilnehmenden erhielten eine begrenzte Anzahl an Klebepunkte, die sie jenen Maßnahmenvorschlägen zuordnen, die sie als besonders dringlich in der Umsetzung erachten. Das Moderatorenteam wertete die Punktevergabe im Folgenden aus und stellte schließlich daraus jene Maßnahmen vor, die als besonders prioritär bewertet wurden.

Den Anwesenden bot sich daraufhin und zum Abschluss des Workshops noch die Gelegenheit, sich zu den Ergebnissen des Abschlussworkshops im Speziellen sowie allgemein zum bisherigen Prozessverlauf zu äußern.

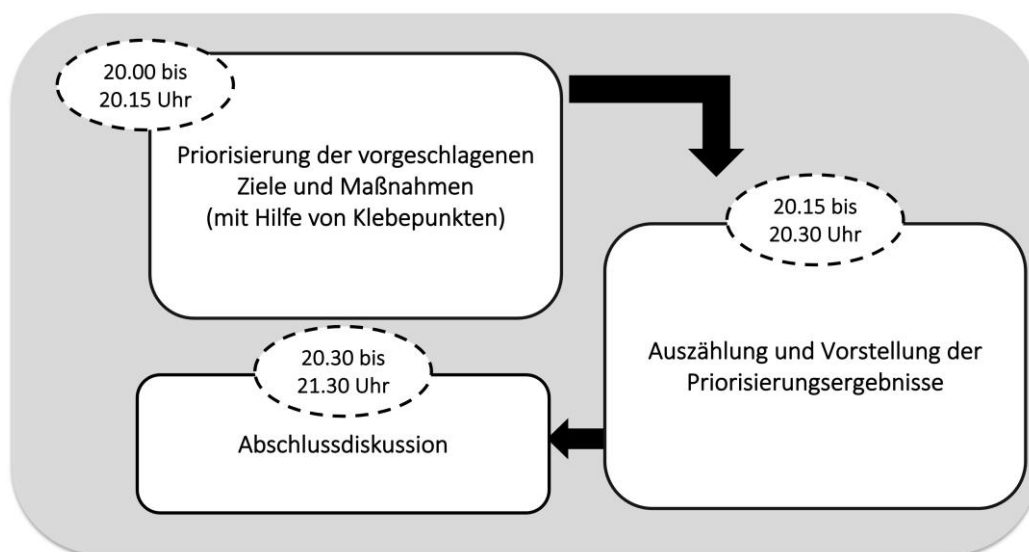


Abbildung 3: Geplanter Ablauf der Themenworkshops

2 Ergebnisse aus der Diskussion in den Arbeitsgruppen über den vorläufigen Ziel- und Maßnahmenkatalog

Der folgende Ziel- und Maßnahmenkatalog basiert auf dem Handout, das zu Beginn des Workshops an die Teilnehmenden ausgegeben wurde. Änderungen und Ergänzungen, die im Diskussionsverlauf in den verschiedenen Arbeitsgruppen vorgenommen wurden, sind farblich hervorgehoben.

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

In der ersten Arbeitsgruppe wurden jenen Ziele- und Maßnahmen diskutiert und priorisiert, die neue (Förder-) Strukturen und Instrumente im Fokus haben und darauf abzielen die Kulturarbeit in Wetzlar nachhaltig zu professionalisieren und neue Ermöglichungsorte für die Wetzlarer Kultur zu schaffen.

Handlungsfeld 1: »KULTUR-RAUM-FÖRDERUNG – Neue (Frei-)Räume für die Kultur«				
Anmerkungen und Konkretisierungen aus dem digitalen Austauschpanel mit der Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene				
Anmerkungen der Teilnehmenden des Abschlussworkshops				
Kulturamt als koordinierende und beratende Schnittstelle				
Lfd. Nr.	Prioritäre Ziele	Maßnahmenvorschläge	Konkretisierungen Anmerkungen	Priorität
1.	Kulturamt als »offenes Haus« gestalten	Das Kulturamt stellt sich namentlich als <u>»Kulturbüro«</u> , <u>»Kulturhaus«</u> oder <u>»Kulturstation«</u> neu auf	<p>Wording-Wünsche zur Benennung des Kulturamts: Der Begriff <u>»Kulturstation«</u> wurde bereits in Wetzlar verwendet. Er ist »besetzt« und sollte nicht für das neue Kulturamt gewählt werden</p> <p>Prioritär: <u>»Kulturbüro«</u> sollte horizontale Strukturen haben. Zudem sollte es als Koordinationspunkt für Beratungen, Weiterbildungen und die/den Kümmerer*in dienen.</p>	X
2.		Umzug des Kulturamtes aus dem bisherigen dritten Stock in eine <u>offene, einladende und gut zugängliche Räumlichkeit</u> im Zentrum der Stadt	<i>u.a. konkreter Ort?</i>	

3.		Erarbeitung eines neuen Aufgabenprofil, das umfasst für <u>wen</u> und für <u>was</u> das Kulturamt in Zukunft zuständig ist	Kulturamt sollte künftig <u>proaktiv</u> auf die jungen Kulturschaffenden zugehen Stellenausschreibung für die Nachfolge im formulieren	
4.		<u>Digitale oder analoge Handreichung</u> die Verwaltungsvorgängen und Ansprechpartner sichtbar macht z.B. zur Raumbellegung, Genehmigungsverfahren, Förderungen_	Wer ist an der Erarbeitung beteiligt? Format? Kommunikationskanäle	
5.	Schaffung einer professionellen Kulturmanagement-Stelle am Kulturamt	Es wird ein*e »Kümmerer*in« eingesetzt, der gut in der Wetzlarer Kulturlandschaft vernetzt ist, um eine <u>Schnittstelle</u> zwischen Stadt und den Ehrenamtlichen/ Kulturschaffenden herzustellen.	Vorsicht: Überforderung! PRIORITÄR: Eine neue Art von Kulturbüro/Kulturhaus als zentrale Anlaufstelle mit einem Kümmerer der auf »Augenhöhe« agiert wird priorisiert Arbeit der/des »Kümmerers*in« auf mehrere Schultern verteilen > Vereins-Sprechstunde > Synergien schaffen: Zuständige Ansprechpartner für Öffentlichkeitsarbeit/PR/Marketing etablieren und mit Stadtmarketing/Tourismus verknüpfen	X X
6.		Der*die »Kümmerer*in« berät bei <u>administrativen</u> Fragen, z.B. Förderanträge, Kommunikationsmöglichkeiten, Genehmigungsverfahren		
7.		Der*die »Kümmerer*in« <u>vernetzt</u> Kulturschaffende untereinander, z.B. Organisation »Runder Tisch Kulturvereine«	PRIORITÄR: Vernetzungsauftrag. Berät nicht nur im Notfall, sondern soll im regelmäßigen Austausch zu den jungen Kulturschaffenden stehen und den Beziehungsaufbau verstetigen. <u>Regelmäßiges Plenum</u> einführen (z.B. eine Sprechstunde für junge Kulturschaffende) Der Kümmerer erstellt eine <u>Liste mit ehemaligen Engagierten</u> , die bei Projekten mitgewirkt haben und stellt diese zur Verfügung	X
8.		Der*die »Kümmerer*in« übernimmt den <u>Aufbau</u> und die <u>Koordination</u> der »Raumbörse«	Erster Schritt: <u>Vorschläge der Akteure*innen an Kümmerer*in weitergeben</u>	

9.	Weitere Unterstützungs- und Beratungsleistungen durch die Stadt/ das Kulturamt	<u>Weiterbildungsangebote</u> zur Professionalisierung der Kulturarbeit u.a. Digitalisierung, Teilhabe- und Inklusionsorientierung, Presse und Kulturmarketing	<p>PRIORITÄR: Kulturelle Ermächtigung der Kulturschaffenden</p> <p>> »Coaching«-Angebote für Kulturschaffende schaffen > Niederschwelliger Zugang für alle Zielgruppen</p> <p>Einsatz von <u>fachlichen Berater*innen/Coaches</u>, die die jungen Kulturschaffenden bei der Umsetzung von eigenen Projekten unterstützen (Projektmanagement, Digitalisierung, Rechtsfragen) Auf Niederschwelligkeit der Weiterbildungsangebote achten.</p>	X X
10.		Einrichtungen eines städtischen <u>Arbeits-Meeting-Raums</u> für Vereine/Ehrenamtliche, inkl. kostenloser Nutzung der technischen Infrastruktur (WLAN, Kopierer) im neuen Kulturbüro		
11.	Vernetzung und Austausch verbessern und ausbauen	Unterstützung beim Ausbau des <u>Kulturforums zu einem zentralen Austausch und -Vertretungsorgan</u> und um eine <u>engere und nachhaltige Zusammenarbeit</u> zu fördern, z.B. durch zwei große Treffen der Kulturschaffenden im Jahr (Themensetzung) + kleinere, operative Arbeitsgruppen (Projektrealisierungen)	<p>Kulturforum nicht diskussionsfreudig genug, keine Interessenvertretung im eigentlichen Sinne</p> <p>»Runder Tisch Kultur« zur Themenabstimmung etablieren, Mehrwert für Akteurinnen und Akteure schaffen z.B. durch Kopplung mit Qualifizierungsangeboten oder</p> <p>> Treffen 2x im Jahr, erstes Treffen muss zeitnah nach dem Beschluss stattfinden > Koordination durch Kümmerer</p> <p>»Stammtisch« als niederschwelliges Austausch-und Vernetzungsformat</p> <p>> monatliche oder quartalsweise Treffen > selbstverwaltet</p>	

Innovative und Impulsgebende Kulturförderung				
12.	Eine neue geregelte Kulturförderung gibt Impulse und schafft Innovation	Erarbeitung und Verabschiedung <u>umfassender neuer Förderrichtlinien</u> , die Aussagen zu Förderschwerpunkten -Kriterien, -und Verfahren enthalten		
13.		Einrichtungen einer <u>Förderberatung</u> für Kulturschaffenden (Kommunal, Region, Bund, EU)		
14.		Die <u>Förderung von freien Kulturschaffenden und solo-selbständige Künstler*innen</u> wird neben der Vereinsförderung gezielt berücksichtigt		
15.		Ein besonderer <u>Förderschwerpunkt</u> stellt die Förderung von Kulturvorhaben <u>junger Kulturschaffender und Künstler*innen</u>	<i>Wie kann das aussehen? Was ist sinnvoll?</i>	
16.		<u>Förderlinie zur Teilhabeorientierung</u> auflegen (Menschen mit internationalen Wurzeln, Menschen mit sozioökonomischen Einschränkungen, Menschen mit Behinderungen etc.)	Vorschlag für »Naming«: <u>Förderlinien zur kultureller Vielfaltsförderung</u> Menschen, die von Rassismus und Antisemitismus betroffen sind mit einbeziehen	
17.		Die Richtlinien enthalten eine <u>erweiterte Raumförderung</u> , z.B. die Möglichkeit 1-2 Jahr kostenlos eine öffentliche Stadtbühne zu bespielen und ggf. auch technische Unterstützung zu erhalten.	<i>Welche Fördermodelle/Pakete sind konkret hilfreich?</i> Städtischer Arbeitsraum etablieren > Kulturschaffende können sich einmieten > mit Arbeitsinfrastruktur Kann auch als Versammlungsraum genutzt werden	
18.		Ab einer gewissen Summe vergibt ein <u>Förderkuratorium</u> auf der Grundlage seiner Fachexpertise, die zur Verfügung stehenden Fördermittel. Das Fachkuratorium verfügt nach Möglichkeit über eine <u>Quote für junge Kuratoriumsmitgliedern</u> unter 30 Jahren	<i>Besetzung?</i>	
19.		Insgesamt soll der Etat für <u>Projektförderungen</u> erhöht werden, um die Dynamisierung des Kulturprogramms zu ermöglichen z.B. durch die Einrichtungen einer Anschubs-und/oder <u>Innovationsförderung</u> die auch neuen Programmformate ermöglichen sollen		

			<p>Freiflächen für kreative Projekte, Grünflächen). Nutzung auch als <u>Feriencamp</u> und <u>Festivalgelände</u></p> <p>Streetart (u.a. Skaten, Sprühen,) → Infrastruktur und potenzielle Flächen in der Stadt prüfen</p> <p>Treffpunkte für junge Musiker*innen anbieten (z.B. Räume schaffen, in denen sich junge Musiker*innen einmal in der Woche abends zum gemeinsamen Musizieren treffen können).</p>	
23.	Realisierung eines niederschweligen »Kulturhauses«	<p>Ein <u>Kulturquartier</u> mit Atelier-, Probe- und Veranstaltungsräumen ermöglicht Austausch, Vernetzung und kreative Innovation unter den Kulturschaffenden, fördert die kulturelle Teilhabe unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen und entwickelt regionale Strahlkraft</p> <p>»</p>	<p><i>Träger, Finanzierung</i></p> <p>Kulturhaus« mit <u>additiven Orten</u>, »Satelliten« <u>verknüpfen</u> (Quartiere mit <u>einbeziehen</u>)?</p>	
24.	Open-Air Kultur ausbauen	<p><u>Modellprojekt: Öffentliche Bühne(n) im Stadtraum²</u></p> <p>Im öffentlichen Raum gezielt Flächen und Infrastruktur schaffen für Auftrittsmöglichkeiten. Bspw. eine einfache, aber fest installierte (überdachte) <u>öffentliche Bühne</u> 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</p>	<p><i>Beteiligte? Vorgehen?</i></p> <p>»Public Spaces« am Wochenende zur Bühne werden lassen</p>	<p>X</p> <p>X</p>
25.		<p><u>Stadtraum als Gesamtbühne</u></p> <p>z.B. öffentliche <u>Wände im Stadtraum bespielen</u>, bspw. Betonwände des Parkhauses künstlerisch bespielen (Projektionen/ Lichtkunst,</p>	<p><i>Genehmigungssituation?</i></p>	

² Der Wunsch nach einer öffentlichen, überdachten und erhöhten Bühne, z.B. an der Lahnbrücke, wurde auch in weiteren WS konkretisiert. Hierzu wurde der Vorschlag gemacht, über QR-Codes auf einen Kalender zugreifen zu können, um hierüber eine unkomplizierte Terminbuchung vorzunehmen.

		<u>Fußgängerzone als Bühne</u> verstehen in der Plätze für Straßenmusiker*innen ausgewiesen werden		
26.		<u>Street-Art-Festival / Straßenmusikfestival</u> Ein Kultur-Straßenfest mit einem spartenübergreifenden Programm und einem Schwerpunkt auf <u>junger Street Art</u> (Floor Painting, Tape Art, Breakdance Battle, Poetry Slam) das auch in den verschiedenen <u>Stadtteilen</u> stattfinden kann. Dieses sollte von der Stadt unterstützt und auch finanziell subventioniert werden. Alternativ: <u>spartenübergreifendes Straßenmusikfestival</u> , dass Straßentheater, Straßenmusiker, Malerei etc. miteinschließt (Für das Jahr 2022 wird bereits ein Straßenmusikfestival vom Stadt-Marketing Wetzlar geplant)	<u>Neue Konzepte entwickeln</u> , die die alten Strukturen der <u>Straßenfeste</u> aufbrechen (z.B. nicht immer die »gleichen« Musiker*innen auf den Festen spielen lassen oder aktuelle Themen, wie »Nachhaltigkeit« oder »Veganismus« aufnehmen) → <u>Offenheit gegenüber neuen Konzepten entwickeln</u>	X
			<u>Intergenerative Projekte innerhalb bereits existierender Veranstaltungen</u> (Weinfest, Stadtfest etc.) etablieren > »Franzis-Bühne« einrichten junge Bands aus Wetzlar und aus den Partnerstädten einladen und eine Bühne bieten, kuratiert durch das Franzis (Kooperationspartner) <u>Intergeneratives Goetheprojekt</u> initiieren z.B. zwischen Goethegesellschaft und Jugendtheaterverein	X
27.	Leerstrände nutzen und gestalten	<u>Kulturelle Bespielung von Leerständen</u> Ausweisung von Pop-up-Flächen auf ungenutzten Gewerbeflächen oder leerstehenden Schaufenstern durch das Kulturamt prüfen. Bespielung mit <u>temporären Ausstellungen</u> oder <u>Pop-up-Aktionen</u> darstellender Künstler*innen. Fokus: junge Initiativen und Projekte	»Herkules Corner« als freien <u>Möglichkeitsraum nutzbar machen</u>	
28.	Kommunales Kino/ Kino im öffentlichen Raum	<u>Kommunales Open-Air-Sommerkino</u> Neue Möglichkeiten/ Räume für ein (Open-Air) Kino suchen		

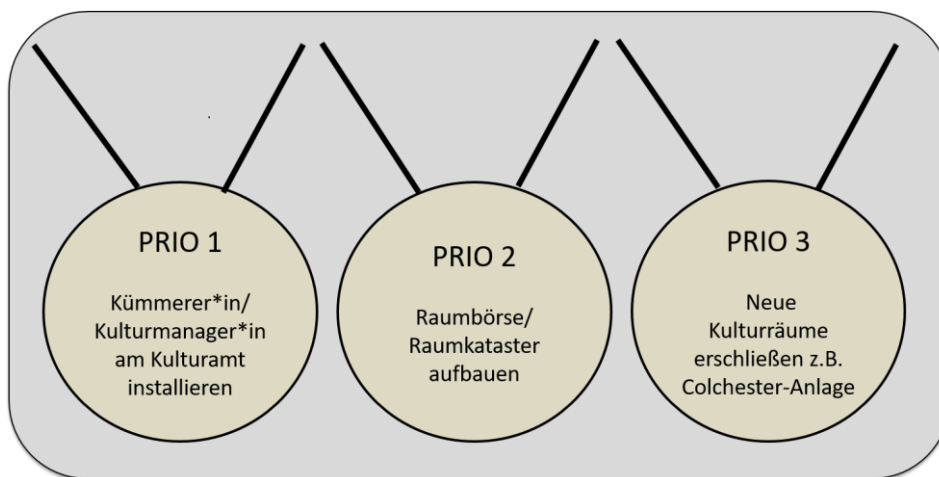


Abbildung 4: Maßnahmen-Priorisierung der Workshop-Teilnehmenden für Handlungsfeld 1

2.2 Handlungsfeld 2: »KULTURANGEBBOT- UND VERMITTLUNG: Dynamisierung der Wetzlarer Kultur«

In der zweiten Arbeitsgruppe wurden jenen Ziele- und Maßnahmen diskutiert und priorisiert, die sich auf das Handlungsfeld 2 »KULTURANGEBBOT- UND VERMITTLUNG: Dynamisierung der Wetzlarer Kultur« bezogen.

Handlungsfeld 2: »Kulturangebot- und Vermittlung – Dynamisierung der Wetzlarer Kultur«				
Anmerkungen und Konkretisierungen aus dem digitalen Austauschpanel mit der Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene				
Anmerkungen der Teilnehmenden des Abschlussworkshops				
Neue (jüngere) Zielgruppen erreichen				
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge	Konkretisierungsbedarf Voraussetzungen, Verantwortlichkeit, Ressourcen	Priorität
1.	Nachhaltiges Kulturelles (Bildungs-) Angebot für Kinder und Jugendliche entwickeln	Nachhaltiger Bildungsaufbau der Kultureinrichtungen zu verschiedenen Zielgruppen, indem <u>Kooperationsverträge mit Schulen</u> geschlossen werden.	Verstärkung der strukturellen Netzwerkarbeit, Besonderer Fokus: Kitas und Grundschulen ebenso unterstützen, um eine frühzeitige Förderung zu schaffen.	
2.		Erarbeitung eines jährlichen <u>Bildungsprogramm Kultur</u> für Schulen, die an den Lehrplan der Schüler*innen angepasst sind= Schule als Ort frühzeitige kulturelle Bildung und Teilhabe	Erweiterung auf »Kinder-Projekt-Topf«, der auch Vereinen zur Verfügung steht > mögliche Maßnahme: Eintritte	X

		stärken. Fokussierung zunächst auf <u>ausgesuchte Bildungseinrichtungen</u> , später dann Ausweitung der teilnehmenden Schulen (vgl. »Kulturrucksack«-Programm der Stadt Esslingen ³)	<p>etc. für Schüler werden von den Förderern/Institutionen übernommen</p> <p>Gezieltes Angebot für Kinder schaffen, um auch die Eltern (Erwachsene) zu erreichen. Ein möglicher Ort für die Ansprache können Familienzentren sein.</p> <p>Konkrete Ideen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Parcours durch die Altstadt als Wettbewerb für Kinder, um die (Kultur-)Stadt besser kennenzulernen. - Regelmäßige Kinder-Kulturveranstaltungen an verschiedenen Orten, von unterschiedlichen Veranstaltungen (immer Samstagvormittag) 	
3.	Junge Akteur*innen/Nutzer*innen stärker mit einbeziehen, um Wetzlar zur jungen Kulturstadt zu machen	Spezielle <u>Förderprogramme für Projekte mit der Zielgruppe Jugendliche und jungen Erwachsene</u> bzw. für Projekte des »Community Buildings« auflegen	<p>PRIORITÄR: Beziehungsaufbau mit den Jugendlichen und jungen Erwachsenen verstetigen</p> <p>Kooperation zwischen Goethe-Gesellschaft und Jugendlichen aufnehmen (siehe auch Maßnahme 26)</p>	X
4.		<p><u>Fragemobil</u></p> <p>Fragemobil entwickeln, das die Jugendlichen dort erreicht und befragt, wo sich diese im Moment aufhalten und/ oder im Haus der Jugend. Durch <u>Beteiligungsmöglichkeiten</u> und <u>Partizipation</u> stärkere Ausrichtung an den Bedarfen der Jugendlichen.</p>	<p>Anachronismus. Sollte digital umgesetzt werden</p> <p>Fragemobil könnte auch ein Fahrrad sein, das die unterschiedlichen Stadtteile und Jugendzentren abfährt. Nicht nur im Haus der Jugend befragen, sondern Jugendzentren und Jugendtreffs miteinbeziehen.</p>	
5.	Stadtteilkultur ausbauen, Kulturangebot dezentralisieren	<p><u>Kulturmobil vor Ort</u></p> <p>Ein Kulturmobil bauen oder anschaffen und den <u>Kulturschaffenden</u> anbieten. Dieses soll flexibel nutzbar sein, indem es mit einer einfachen Ausrüstung bestückt wird (z.B. Tische, Biertischgarnituren, kreativ Material). Dieses</p>	<p>Zusammenarbeit mit dem Jugendamt und freien Trägern verstärken</p> <p>»Aufsuchende« Jugendarbeit initiieren</p>	X

³ 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).

		Kulturmobil soll als <u>mobile Bühne</u> dienen und in den <u>verschiedenen Stadtteilen</u> zum Einsatz kommen.		
6.		»Kulturscouts« »Kulturscouts« bzw. Kulturvermittler*innen aus den verschiedenen Communities aussuchen, qualifizieren und als 450 € -Jobs vergüten. Koordination über Kulturamt /Kulturbüro und die Kultureinrichtungen.		X
7.		»KulturKids« Geschulte Kinder, die als Vermittler*innen fungieren. Für die Organisation und Schulung wird ein fester Ansprechpartner etabliert.		
8.		<u>Offene, nicht kommerzielle Orte/Räume aktivieren</u> , die einen niederschweligen Zugang bieten (Beispiel: Stadtbücherei)	Altstadt kulturell erschließen und zu einem spannenden Ort für ALLE Menschen in Wetzlar machen	
9.		Um Kulturorte »für alle« zu schaffen, sollen die <u>Strukturen der Quartiere</u> mit einbezogen werden	Etablierung eines »Kulturquartiers-Managements« »Bunte Katze« als Förderverein unterstützen, in dem ein Kooperationsvertrag mit der Stadt geschlossen wird.	
Museumslandschaft modernisieren				
10.	Museumpädagogischen Stellen- aufbau realisieren und Angebotsfokus »Kulturelle Bildung für Kinder und Jugendliche« ausbauen	Schaffung einer festen <u>1/2 Stelle</u> für die <u>Museumpädagogik</u> . Aufgaben: Zunächst Fokussierung auf Angebote der Kulturelle Bildung für Kinder und Jugendliche, anschließend Ausweitung auf weitere Zielgruppen Fokus: Ausarbeitung von Konzepten und Kooperationsverträgen		X
11.		Mitwirkung von <u>Honorarkräften</u> , die gefunden und qualifiziert werden (Pool von Honorarkräften aufbauen)	Honorarkräfte gegenüber ausreichend Wertschätzung aufbringen	
12.	Beteiligungsorientierte Neukonzeption des Stadtmuseum / der Muse-	<u>Neukonzeption Stadtmuseum</u> (Budget für die Neukonzeption aufstellen), Stadtgeschichte visuell und partizipativ aufsetzen	Die Neukonzeption sollte besonders niederschwellig sein und vor allem jüngere Menschen ansprechen (z.B. ein »Su-	

	umslandschaft		per-Museum«, anstatt verschiedene kleine Museen) und nicht nur kulturraffines Publikum	
13.		<p>Ansatz des »Design Thinking«⁴ für die Entwicklung des Stadtmuseums (der Museumslandschaft) übernehmen und potenzielle Nutzer*innen in die Entwicklung neuer Konzepte einbeziehen</p> <p>»Bau dir dein eigenes Museum«: Spielerischer Einbezug der Wetzlarer*innen in den Prozess zur Neukonzeption, z.B. <u>Lego Serious Play</u>, ein moderierter spielerischer Prozess, der durch das Modellieren mit Legosteinen neue Ideen zum Vorschein bringt und die Bedarfe der Nutzer*innen offenlegen kann.</p> <p>Anwendbar auch mit den Führungskräften und dem Personal der Institutionen, damit die Strukturen durchbrochen werden können. Externe Expertise dazu holen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Museum als Lernort etablieren - Räumliche Konzentration der Museen - Must-have: interaktive Elemente integrieren - Räume des »Viseums« sollen nach dem Umzug in die Domhölfe für Kultur erhalten bleiben und weitergenutzt werden 	
14.		<p><u>Externes Gutachten</u> zum Reichskammergerichtsmuseum in Auftrag geben</p> <p>Prüfen der verschiedenen Funktionen: Reichskammergerichtsmuseum als Ort der Politischen Bildung, Integration ins Stadtmuseum, oder die Schließung</p>		
15.	»Dritte Orte« ⁵ in der Wetzlarer Museumslandschaft schaffen	<p><u>Museums-Café</u>: Prüfung der Realisierungsmöglichkeiten z.B. durch <u>Kooperationen mit den Vereinen</u>, die sich so am Wochenende präsentieren und ein Zubrot verdienen können. Die Gesamtkoordination des Museums-Cafés liegt bei den Museen.</p>	Museums-Café mit einem Erzähl-Café verbinden	
Profilschärfung				
16.	Kulturelle Profilschärfung nach Innen und außen	<p>Profil Wetzlars als <u>Stadt des jungen (Industrie-)Designs und der (neuen) Handwerkskunst stärken</u>. Nicht nur im Bereich Möbel, sondern auch Industriedesign, Fotografie, z.B. Angebo-</p>	<p>Die Interessen der Jugendlichen abfragen und in die Entwicklung der Profilschärfung einbeziehen.</p> <p>»Proflierungszwang« vermei-</p>	

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.

		te des Palais Papius mit Handwerkskunst und jungem Design beleben	den.	
17.	Touristische Zusammenschlüsse ausbauen	Den Zusammenschluss zu den »Lahnperlen« mit weiteren umliegenden Städten und Gemeinden verstetigen, um die (touristische) Stahlkraft Wetzlars auch überregional zu verstärken	Touristische Maßnahmen werden von den Jugendlichen als weniger wichtig betrachtet, da die touristischen Maßnahmen die Wetzlarer Anwohner*innen nicht erreicht	
18.		Einführung einer Tourismus-Card, die den Zugang zu verschiedenen Sehenswürdigkeiten, Museen und anderen kulturellen Einrichtungen und Orten ermöglicht und dadurch einen Überblick über die Wetzlarer Kulturlandschaft bietet		
19.		Kulturregion »Lahn-Dill-Kreis« bewerben und eine <u>überregionale Kulturmarketingstrategie</u> erarbeiten und umsetzen		
20.		<u>kulturtouristisches Bildungspaket</u> z.B. für Schüler*innen, die auf Klassenfahrt nach Wetzlar kommen und ein fertig geschnürtes Bildungspaket mitbuchen können mit unterschiedlichem Kulturprogramm, wie Altstadtführungen, Besuch des Naturschutzzentrums etc.		
Neue Angebotsformate entwickeln				
21.	Das Nachtleben Wetzlars attraktiver gestalten	Ausweisung 1-2 neue Orte als <u>»Nightspots«</u> durch die Stadt mit entsprechenden Genehmigungen	Es müssen von der Stadt gezielt Anreize geschaffen werden, um neue <u>»Nightspots«</u> zu schaffen. Aktive Ausschreibung und Akquise der Stadt von Clubbetreibern und Veranstalter*innen ggf. Anreize schaffen. Gefahr: Massive Abwanderung in die umliegenden Städte und zunehmende Überalterung des Kulturlebens	
22.		<u>Dokumentation von Verhinderungsfaktoren</u> für die Ansiedlung von Veranstaltern und Clubbetreibern_(u.a. Räume, Sperrzeiten, Auflagen) dokumentieren und zur politischen Diskussion stellen		

23.		<u>Zwischennutzung:</u> Ungewöhnliche Orte attraktiver gestalten und als Location für kulturelle Events nutzen, z.B. Parkhaus, Industriebrachen, Öffentliche Plätze, »Wohnzimmer Clubbing«		
24.		<u>Musikfestival / Kneipenfestival</u> <u>In</u> der ganzen Stadt verteilt organisieren: In jeder Kneipe spielt eine andere Band (regionale Künstler*innen der freien Szene). Damit die rechtlichen Rahmenbedingungen eingehalten werden können, spielt die Musik bis 22 Uhr und danach regulärer Kneipenbetrieb		
25.	Neue Angebotsformate	Den Wetzlarer <u>Stadtraum mit Musik und Kunst</u> bespielen z.B. auf dem Wochenmarkt alle zwei Wochen eine Bühne aufbauen oder auch klassische Konzerte raus aus den Hallen und in die Stadt holen bzw. jungen Künstler*innen kostenlos eine Bühne geben. Den Wochenmarkt mit Straßenkunst erweitern (spartenübergreifend)	<p>Prioritär: Verweilqualität für Jungen Menschen im öffentlichen Raum schaffen</p> <p>Anreize schaffen, dass Jugendliche und junge Erwachsene die vorhandenen Kulturangebote verstärkt nutzen können z.B. Schüler*innen und Studierenden einen kostenlosen Besuch von Kulturveranstaltungen ermöglichen, falls diese nicht ausverkauft sind.</p> <p>Veranstaltungen für Jugendliche erweitern (z.B. Sommerferienaktionen mit einer Kulturjugendwoche mit Musik, Schauspiel, Kunst bspw. in der Colchester Anlage, vgl. Jam Festival in Gießen)</p>	X
26.		<u>Cross-Over Projekte</u> durchführen, um ein breiteres Publikum anzusprechen z.B. literarische/historische Gesellschaften mit Jugendtheaterverein. Ein kultureller Mix soll das Interesse für neue Sparten wecken		
27.		<u>Themenjahre/Themenprogramme</u> setzen Veranstalten zu sparten und kulturübergreifende Themen z.B. Wasser, Jahreszeiten		
28.		<u>Kulturgarten initiieren</u> Ein von Vereinen und Kulturakteuer*innen selbst angelegten Garten kann als Erholungs- und Kommunikationsort dienen ebenso wie Ausstellungs- und Präsentationsfläche für	Die bereits vorhandenen Angebote besser erreichbar machen (z.B. durch den Ausbau der Infrastruktur und des ÖPNV, Kulturbus-Shuttle, Jugend-	

		Kultur sein	Shuttle-Bus)	
29.		<u>Pop-ups »Kultur-Krämerladen«</u> Hier können Kulturinstitutionen, Vereinen sowie Künstler*innen ihre Projekte abwechselnd in einem Ladengeschäft in der Innenstadt vorstellen	Ort? Initiator? Koordination?	

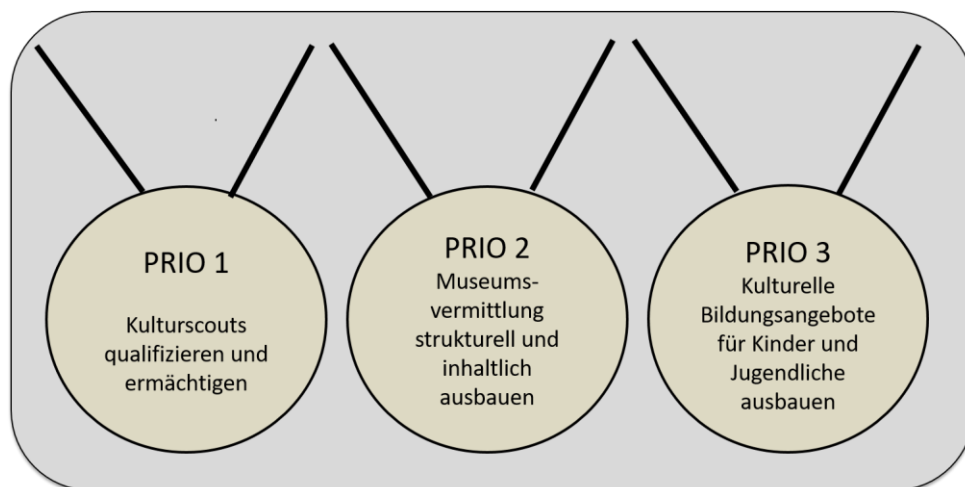


Abbildung 5: Maßnahmen-Priorisierung der Workshop-Teilnehmenden für Handlungsfeld 2

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

Ergebnisse aus der Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppe beschäftigte sich mit Fragestellungen, 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.

Die Arbeitsergebnisse aus dieser Runde werden im Folgenden zusammengeführt.

Handlungsfeld 3: »EHRENAMT IM WANDEL – zukunftsfähige Trägerstrukturen«				
Anmerkungen und Konkretisierungen aus dem digitalen Austauschpanel mit der Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene				
Anmerkungen der Teilnehmenden des Abschlussworkshops				
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge	Konkretisierungsbedarf Voraussetzungen, Verantwortlichkeit, Ressourcen	Priorität
Neue Organisationsstrukturen				
29.	Erhalt und Weiterführung des Wetzlarer Ehrenamts und der Vereinskultur	<u>Städtische Anlaufstelle für Ehrenamts-/ Vereinsmanagement</u> Einrichtung einer niederschwellig und zentral angelegten Anlaufstelle bzw. Ansprechpartner für alle Vereins-Angelegenheiten im neuen Kulturbüro (vgl. Schaffung einer professionellen Kulturmanagement-Stelle am Kulturamt)	Ehrenamtliche Strukturen müssen dringend durch professionelle Strukturen ergänzt werden.	X
30.		<u>Dachverband Wetzlarer Vereine</u> Gründung eines Dachverbandes der Vereine um Herausforderungen (z.B. Nachwuchsgewinnung) gemeinsam zu begegnen bzw. als gemeinsame <u>Interessenvertretung</u> gegenüber der Politik. Einrichtung einer gemeinsamen <u>Geschäftsstelle</u> (integriert im neuen Kulturbüro) und Bestellung eines <u>Geschäftsführers</u> . Personelle Unterstützung durch <u>Sprechstunden</u> von Experten aus dem Vereins-Netzwerk (Bürokratie, Recht, Finanzen, Buchhaltung, Förderung etc.)	Weiterbildung (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Recht, Finanzen etc.) und Beratung kann durch »Coaches« übernommen werden	
31.	Vernetzung & Kooperation der Vereine stärken	<u>»Vereins-Kulturtisch</u> Austauschformat schaffen bzw. regelmäßigen »Vereins-Kulturtisch« als Austauschvehikel etablieren z.B. Kulturforum als regelmäßigen Stammtisch reaktivieren, um »kurze« Wege zu schaffen und Vernetzungsmöglichkeiten zu prüfen	Austausch mit Kulturwerkstatt fördern Vereine und Solokünstler*innen gleichermaßen mit einbeziehen Kulturakteure*innen müssen befähigt werden, bei der Umsetzung beteiligt zu sein »Zugpferde« identifizieren und themenbezogen einladen	
32.		<u>Kooperationsprojekt</u> Fortführung Kulturstationen als gemeinsames Projekt oder Aufbau eines neuen Formats, bei dem sich Vereine und Kulturakteurinnen und -akteure vorstellen können (keine Anknüpfung an das »Internationale Kulturfest«)	Das »Internationale Kulturfest« muss neu konzipiert werden, es ist in seiner jetzigen Form wenig diversitätsorientiert vgl. »Weltausstellungsprinzip« Voraussetzung muss ein Themen- und Projektbezug sein.	

33.		<p>»Vereinsschaufenster« Bestehende Veranstaltungen als Orte des Austauschs und der Vorstellung von Vereinen/Gruppen/Kulturschaffenden anbieten und Vereine gezielt bei Veranstaltungen programmatisch mit einbinden</p>	<p>Auftaktidee: »Zirkuszelt« als für alle Gruppen offener Raum, in dem sie sich vorstellen können</p>	
Neue Strategien der Nachwuchsgewinnung				
34.	Entwicklung Neue Formen des Vereinsengagements die auch für jüngere Menschen attraktiv sind	<p><u>Offene Beteiligungsformate</u> jüngere Generation möchte sich ungern langfristig verpflichten, daher Prüfung von Modellen <u>projektbezogenen Engagements</u></p>	<p>Engagement muss nicht zwingen in Vereinsstrukturen passieren, es braucht neuere und offenere Formen vgl. Jugendtheater Wetzlar</p>	
35.		<p><u>Niederschwellige Einstiegsangebote</u> Jungen Menschen die Möglichkeit geben, Vereine kennenzulernen, indem über eine gewisse Zeit Mitgliedsbeiträge wegfallen. Als Anreiz einem Verein beizutreten, könnten Mitgliedsbeiträge für Jugendliche und junge Erwachsene die ersten Zeit wegfallen bzw. gefördert werden</p>		
36.		<p><u>Neues Wording</u> Für junge Menschen und Menschen mit internationalen Wurzeln anbieten. Einfache Sprache, Übersetzungen in verschiedene Sprachen oder Jugendsprache können dafür verstärkt genutzt werden. Namen der Positionen anpassen z.B. Kassenwart. Zunächst Frage nach individuellen Kompetenzen und Möglichkeiten klären, danach Einsatzgebiet definieren</p>		
37.		<p><u>Ehrenamts-Botschafter/ Testimonials</u> Identifizieren und zu Wort kommen lassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • >z.B. YouTube-Clips • In den Stadtteilen aktiv die Arbeit des Ehrenamts vorstellen • Projektstage an Schulen für Vorstellung von Vereinen/ Gruppen/ Kulturschaffenden nutzen > kurzfristige »Schnupper-Projekte« anbieten • Schulen direkt ansprechen, um junge Menschen fürs Ehrenamt zu begeistern 		
38.		<p><u>Ehrenamtskarte</u> Um das Ehrenamt attraktiver zu gestalten, könnte ein <u>gestaffeltes Belohnungssystem</u></p>	<p>Prioritär: »Stadt Wetzlar sollte etwas zurückgeben«: »Busticket+Kulturticket« einführen</p>	X

		eingeführt: > Vergünstigte Tickets für Veranstaltungen > Rabatte bei Mitgliedschaften von Partnervereinen etc.	ren, dass eine kostenlose Nutzung der Busse und den kostenlosen/vergünstigten Besuch von Kulturveranstaltungen ermöglicht Die »Ehrenamtskarte« benötigt eine Bezeichnung, die auch Jugendliche anspricht	
39.		<u>Ehrenamtszertifikat</u> Anreizsystem für junge Menschen durch städtischen Nachweis des ehrenamtlichen Engagements für den Lebenslauf	Prioritär: Den Ehrenamtspreis neu gestalten: Die Arbeit der Engagierten stärker wertschätzen. Echte Wertschätzung zum Ausdruck bringen	X

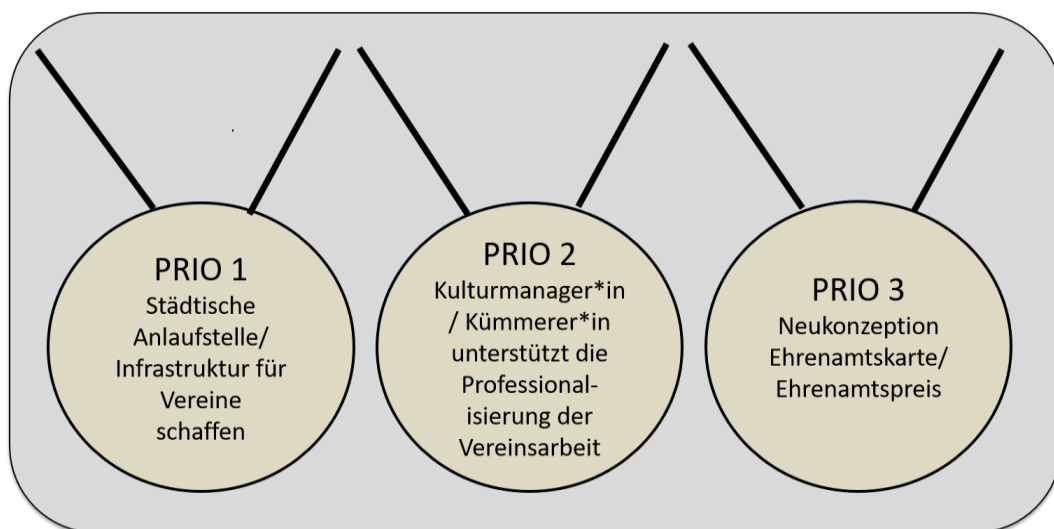


Abbildung 6: Maßnahmen-Priorisierung der Workshop-Teilnehmenden für Handlungsfeld 3*

*Die Priorisierung 3 wurde im Rahmen des digitalen Austauschs mit den Jugendlichen und Jungen Erwachsenen eingebracht.

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

Ergebnisse aus der der Arbeitsgruppe

Die Diskussionen der Arbeitsgruppe 4 »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG: Kultur in Wetzlar neu erzählt« waren Maßnahmen gewidmet die dazu beitragen können, das kulturelle Angebot in Wetzlar nach innen und außen sichtbar zu machen.

Handlungsfeld 4: »KOMMUNIKATION UND DIGITALISIERUNG – Kultur in Wetzlar neu erzählt«				
Anmerkungen und Konkretisierungen aus dem digitalen Austauschpanel mit der Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene				
Anmerkungen der Teilnehmenden des Abschlussworkshops				
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge	Konkretisierungsbedarf Voraussetzungen, Verantwortlichkeit, Ressourcen	Priorität
Digitale Kommunikationsplattform				
40.	EINE städtische Kulturkommunikation wird ganzheitlich und kooperativ im Sinne einer Verzahnung digitaler und analoger Kommunikationsstrategien weiterentwickelt	<u>Digitale Kultur-und Kommunikationsplattform</u> für Nutzer*innen und Kulturschaffende gleichermaßen mit folgenden Funktionen umsetzen: <ul style="list-style-type: none"> 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.) Informationen zu den Einrichtungen, Spielstätten und Veranstaltungsorten sowie zu den jeweiligen Ansprechpartner*innen vor Ort 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 	<ul style="list-style-type: none"> Implementierung eines CMS (Content Management Systems), um die Veröffentlichung zu vereinfachen und zu digitalisieren Das Kulturamt ist die Koordinationsstelle und damit verantwortlicher Ansprechpartner für die Akteurinnen und Akteure <p>PRIORITÄT: Die Kulturplattform optisch ansprechend gestalten und bewerben (z.B. auch an der Ecke des Forums, Unterführung am Bahnhof oder am Leitzplatz mit QR-Codes zur Weiterleitung an den digitalen Kalender). Kommunikation persönlicher gestalten</p> <p>Es muss für ALLE Kulturschaffenden, Vereine und am Kulturbetrieb Beteiligten möglich sein, die Plattform eigenständig zu befüllen – jedoch innerhalb festgelegter Rahmenbedingungen</p>	X

		<p>die Pflege und das Eintragen kommender Veranstaltungen</p> <ul style="list-style-type: none"> Werbung für den digitalen Kulturkalender auch über Soziale Medien schalten, um auch junge Menschen darüber zu informieren 	<p>gen, um keine Ungleichheit aufkommen zu lassen.</p> <p>Verantwortlichkeiten klären: Ansprechpartner etablieren, der auch für Kooperationen mit (städtischen) Medien verantwortlich zeichnet.</p> <p>Konkrete Idee: Anreize für Kulturschaffende schaffen, um mitzumachen. Gewinnspiele etablieren, bei denen eine erhöhte Aufmerksamkeit für die/den jeweiligen Künstler und/oder den Verein gewährleistet wird.</p>	
41.		<p><u>Hochschul-Kooperation</u> Aus Budgetgründen wird eine Realisierung der technischen Infrastruktur in Kooperation mit einer Hochschule, konkret der THM (Technische Hochschule Mannheim) angestrebt.</p>	<p>Kooperation mit der Werner-von-Siemens-Schule prüfen, die bereits in einige Projekte im Bereich Informatik einbezogen wurde.</p>	
42.		<p><u>Kooperation mit dem Kulturtourismus</u> Der bereits beim städtischen Tourismusbüro eingesetzte digitale Veranstaltungskalender (deskline) könnte als Grundlage für den Aufbau dienen und damit eine Verbindung der unterschiedlichen Akteure fördern</p>		
43.		<p><u>Digital-Coaching</u> Einführung durch Digital Natives, um älteren Generationen die Funktionsweisen der digitalen Plattform zu erläutern= Stärkung des intergenerativen Austausch</p>		
Professionalisierung der Kulturkommunikation				
44.	<p>Aufbau von zielgruppengerechten Ansprachen = Inhalt (Narrativ), Darstellung (Sprache, Visualisierung) und Medium (online, analog)</p>	<p><u>Zielgruppengerechte Kommunikationswege</u> 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</p>	<p>Professionelle Nutzung von Social-Media-Kanäle, damit die Posts auch bei den Zielgruppen ankommen</p> <p>Die vorhandenen Angebote verstärkt bewerben (z.B. <u>die Emma und Jim Angebote des Jugendbildungswerk</u> stärker bei der Zielgruppe bewerben) Neben der Grundschule und der Mittelstufe auch gezielt die</p>	X

			<p><u>Oberstufen ansprechen</u> (z.B. Vorstellung der verschiedenen Angebote/Vereine bei Oberstufen Vollversammlungen, wie bspw. das Junge <i>Sinfonie-Orchesters Wetzlar</i> e.V. etc. oder Kontakt zu Vertrauenslehrern aufbauen, die kontinuierlich Kulturangebote für Jugendliche bewerben können)</p> <p>Öffentliche <u>Kulturpinnwand in den Schulen</u> einführen, die auf Kulturangebote für die Jugendlichen hinweist. Neben dem »schwarzen Brett« ein »<u>buntes Brett</u>« aufhängen, um Kultur in Wetzlar für die Jugendlichen zu bewerben</p> <p>Voraussetzung: Prüfung der möglichen Kanäle und Auswahl der Kommunikationswege nach Analyse des Zielgruppenspezifischen Nutzerverhaltens (vgl. Maßnahme 48)</p>	
45.		<u>Professionelle Zielgruppenanalysen</u> durchführen, um zu erfahren, auf welchen Kommunikationswegen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu erreichen sind		
46.		Ein städtisches Kultur <u>Corporate Design</u> soll entwickelt und in einem übergreifenden Kommunikationskonzept verankert werden		
47.		<u>Kooperative Kommunikation</u> Zusammenarbeit des Kulturamtes und des Stadtmarketing verstetigen, Quartierstrukturen für Kulturkommunikation nutzen		
48.		<u>Zentrale Kulturwerbeaktionen</u> Durch das Kulturamt aufsetzen und für Kulturschaffende durchführen	<p>Um Bewohner*innen und Besucher*innen zu über die Plattform zu informieren, muss diese aktiv beworben werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - Social Media - Werbung im öffentlichen Raum (QR Codes) - (individualisierte) Newsletter - Verweis auf den Websites der städtischen Ein- 	

			richtungen	
49.		Regelmäßiger Newsletter über Kulturveranstaltungen wird vom Kulturamt zusammengestellt und verschickt		
Kommunikation im Stadtraum				
50.	Stadtraum als niederschweligen Kommunikationsort nutzen	Öffentlichen (Stadt-)Raum als <u>temporäre Kommunikationsflächen</u> für Kultur aktivieren. (Beispiel: Fassaden, Böden, Stadtmobiliar, zukünftiges Stadthaus am Dom, Parkhaus »die Welle« etc.) -	<i>Genehmigungsfragen wo klären?</i> Um die Aufmerksamkeit für das Kulturangebot weiter zu steigern, kann Werbung an folgenden Orten gezeigt werden: <ul style="list-style-type: none"> - Sehenswürdigkeiten - Privatunternehmen - Hotels, Cafés - Ladengeschäfte - Kultur-Litfaßsäulen - Screens - Plakate - Regionale Zeitungen/Zeitschriften/Online-Medien 	
51.		Busse und <u>öffentliche Verkehrsmittel als »Werbeflächen«</u> nutzen Bahnhof als zentralen Kommunikations-Ort nutzen		
52.		Statt lediglich kommerzieller Werbung, soll auf <u>öffentlichen Screens</u> mehr »Kultur-Werbung« gezeigt werden. Dafür muss die Stadt mit den Betreibern neue Rahmenverträge ausarbeiten	Verträge prüfen!	
53.		<u>QR-Codes</u> im öffentlichen Raum platzieren, um die Verlinkung zum digitalen Angebot zu gewährleisten		
54.		Pflege des Stadtbildes in den Fokus rücken und <u>Kulturleitsystem</u> entwickeln, welches die Sichtbarkeit der Kulturinstitutionen stärkt		

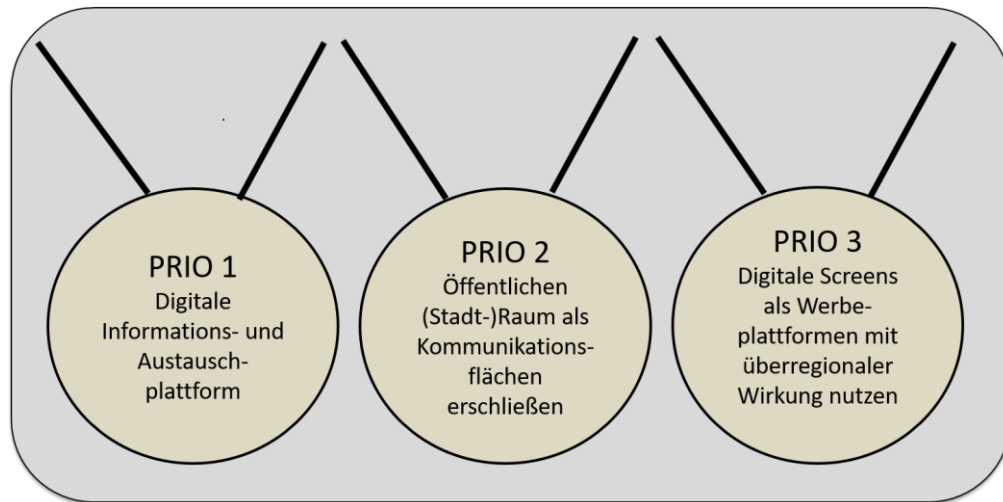


Abbildung 7: Vorgeschlagene Maßnahmen-Priorisierung Handlungsfeld 4

3 Priorisierung und Abschlussdiskussion

In der folgenden Übersicht sind die im Verlauf des Prozesses und der abschließenden Bewertung als prioritär erachteten Maßnahmen nach Handlungsfeldern geclustert. Neben strukturellen Maßnahmen als Voraussetzung für die weitere Kulturentwicklung und »Quick-Wins«, die schnelle Resultate erzeugen, umfasst der prioritäre Maßnahmenkatalog auch Leuchtturmprojekte mit entsprechender Impulskraft (vgl. Abb. 4). Angesichts der Komplexität bzw. des erforderlichen Ressourceneinsatzes der Maßnahmen, sind diese mit einem Prüfauftrag verbunden und/oder werden bei der Finalisierung der Konzeption sowie der nachfolgenden Umsetzung weiter konkretisiert. Mit der Formulierung dieses »Starterkits« sind die weiteren Maßnahmenvorschläge keinesfalls obsolet. Im Gegenteil: Mit der Umsetzung des prioritären Maßnahmenpakets wird die Grundlage für einen fortlaufenden Austausch über die strategischen Bausteine und deren Operationalisierung geschaffen. Der Strategieentwurf dient dabei als Navigationshilfe für die Stadtpolitik und -verwaltung und ihre Partnerinnen und Partner auf dem Weg zu einer Kulturlandschaft, die für alle Menschen der Stadt Wetzlar geöffnet werden soll.

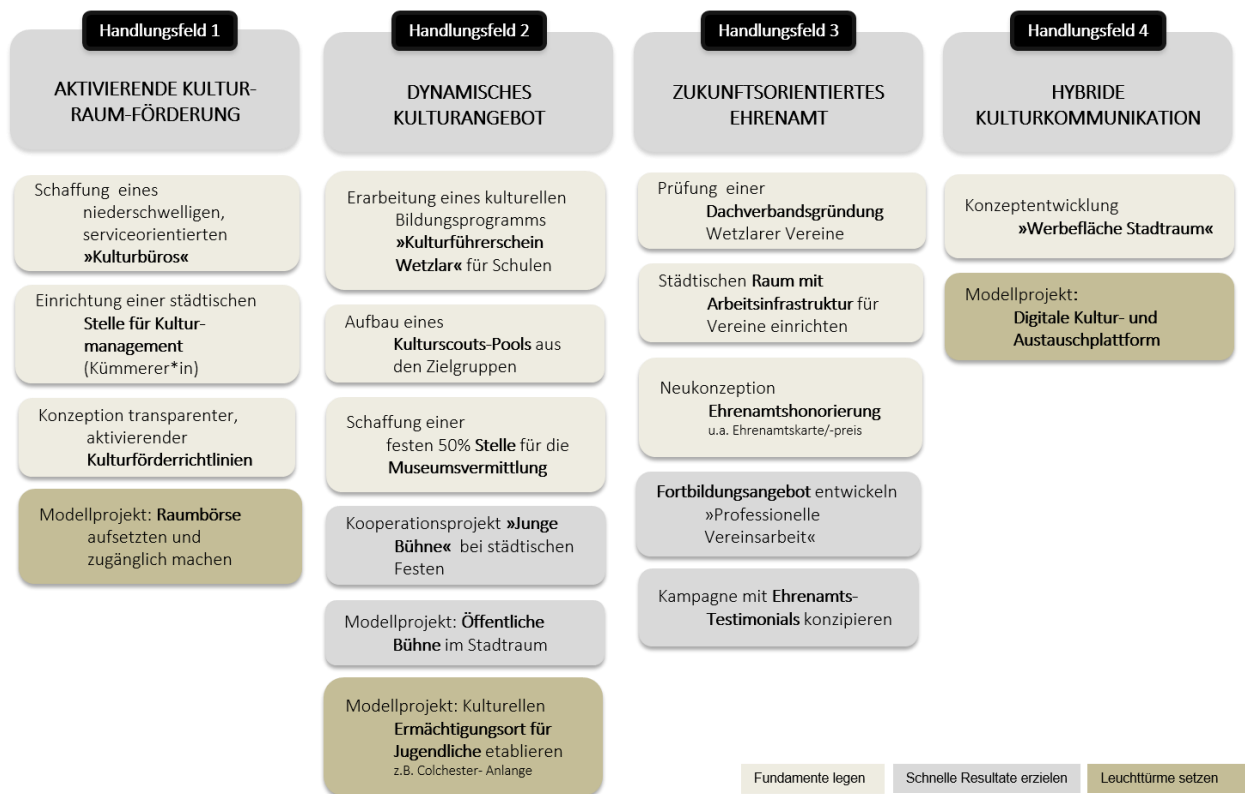


Abbildung 8: Maßnahmen-Priorisierung für das »Starter-Kit«

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Prozessdesign zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Wetzlar in der Übersicht (Methodik © Dr. Patrick S. Föhl).....	4
Abbildung 2: Übersicht moderierte Arbeitsgruppen des Abschlussworkshops	6
Abbildung 3: Geplanter Ablauf der Themenworkshops	7
Abbildung 4: Maßnahmen-Priorisierung der Workshop-Teilnehmenden für Handlungsfeld 1	15
Abbildung 5: Maßnahmen-Priorisierung der Workshop-Teilnehmenden für Handlungsfeld 2	21
Abbildung 6: Maßnahmen-Priorisierung der Workshop-Teilnehmenden für Handlungsfeld 3*	24
Abbildung 7: Vorgeschlagene Maßnahmen-Priorisierung Handlungsfeld 4	29
Abbildung 8: Maßnahmen-Priorisierung für das »Starter-Kit«	30