

Kulturkonzeption Heilbronn

Leitlinien für eine zukunftsorientierte Kulturarbeit
und Förderpraxis der Stadt Heilbronn

ERGEBNISPROTOKOLL 2. WORKSHOP

Im Auftrag von



H | N Heilbronn

Juni 2018

Projektleitung: Dr. Yvonne Pröbstle

Kulturgold GmbH

Rotebühlstr. 66 | 70178 Stuttgart

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

Web www.agentur-kulturgold.de

KULTURGOLD
KONZEPTE UND TATEN

Autoren:

Johannes Gerlitz M.A.

Marco Di Giacomo M.A.

Sabrina Guschlbauer B.A.

Ellen Heidelberger M.A.

Dr. Yvonne Pröbstle

Dr. Petra Schneidewind

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	5
1 Ziele und Methodik	7
1.1 Zielsetzung	7
1.2 Ablauf	7
1.3 Methoden.....	8
1.4 Auswertung	10
2 Zentrale Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen	11
2.1 (Frei-)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte, zeitgemäße und mutige städtische Kulturförderung und alternative Finanzierungs- und Förderpartner	11
2.1.1 Mit welchen Maßnahmen könnte es konkret gelingen, die städtische Kulturförderung mit ihren Förderkriterien, -instrumenten und -verfahren zeitgemäß und bedarfsgerecht auszurichten?	11
2.1.2 Welche Weichenstellungen braucht es, um die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heilbronn zu fördern?	13
2.1.3 Ein »(sozio-)kulturelles Zentrum« / »Haus der Kulturen« / »Literaturhaus« für Heilbronn: Welche Wünsche, Bedarfe und Visionen verbinden sich mit der Schaffung einer solchen Einrichtung?	15
2.1.4 Welche alternativen Finanzierungs- und Förderinstrumente sowie -partnerinnen und partner gilt es stärker in den Blick zu nehmen? Welche Rahmenbedingungen braucht es dafür?	17
2.2 Kulturelle Teilhabe und Kulturelle Bildung stärken – im Fokus: Menschen mit internationalen Wurzeln, junge Menschen und Studierende, Stadtteile und Bildungseinrichtungen	19
2.2.1 Welche konkreten Formate, Themen, Partner und Zugänge könnten dazu beitragen, insbesondere die Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln als Rezipienten und Produzenten zu stärken?	19

2.2.2	Wie können Kooperationen zwischen Kultur- und Bildungseinrichtungen an Nachhaltigkeit gewinnen und welcher nächsten Schritte bedarf es in diesem Zusammenhang, um Angebote der Kulturellen Bildung weiterzuentwickeln?	22
2.2.3	Welche konkreten Formate, Themen, Partnerinnen und Partner sowie Zugänge könnten dazu beitragen, insbesondere die Teilhabe von jungen Menschen und Studierenden zu stärken? ..	25
2.2.4	Mittels welcher konkreter Strategien und Maßnahmen kann eine stärkere Öffnung der Kultureinrichtungen in die Stadtteile hinein gelingen und die Sichtbarkeit dieser Angebote in den Stadtteilen erhöht werden?	28
2.3	An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – Kulturplattform & ?.....	31
2.3.1	Welche konkreten Funktionen sollte eine gemeinsame Kommunikationsplattform haben? Wie könnten konkrete Lösungen aussehen und welche Akteurinnen und Akteure sind dabei einzubinden?	31
2.3.2	Mit welchen gemeinsamen Strategien, Instrumenten, Partnerinnen und Partnern könnte es gelingen, das Kulturangebot im Stadtraum, bei der Heilbronner Bürgerschaft und darüber hinaus noch stärker sichtbar zu machen?	35
2.4	Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – mit Kooperationen und Zukunftsvisionen	38
2.4.1	Welche konkreten Anlässe, Rahmenbedingungen oder konkrete Projektideen könnten Kooperationen zwischen verschiedenen Kulturakteursgruppen, insbesondere zwischen städtischen Kultureinrichtungen und Freier Szene, stimulieren?	38
2.4.2	Welche Kulturstadt wollen wir gemeinsam gestalten? Welche Narrative, Visionen und Utopien sollen das Bild Heilbronn als Kulturstadt im Jahr 2030 prägen?	41
2.5	Open Space: Kulturelle Teilhabe für Menschen mit Behinderung.....	43
3	Ausblick und Zusammenfassung: Was haben wir bisher erreicht?	
	Wie geht es weiter?	45
3.1	Worauf wollen wir uns verständigen? Leitlinien für die Kulturarbeit und Kulturentwicklung in Heilbronn (Entwurf).....	45
3.2	Vorläufiger Ziel- und Maßnahmenkatalog.....	46
3.3	Agenda für den 3. Workshop am 11. Juli 2018.....	54
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	55

Vorbemerkung

Im Juli 2017 verabschiedete der Gemeinderat die »Stadtkonzeption Heilbronn2030«. Als zentrales Steuerungsinstrument für die Entwicklung der Stadt stellt sie künftig die Basis für das Handeln von Politik und Verwaltung der Stadt Heilbronn dar. Kunst und Kultur bilden als integraler Bestandteil der Stadtidentität innerhalb dieser Stadtkonzeption eines von acht ausgewiesenen Handlungsfeldern. Das Handlungsfeld »Kunst und Kultur« listet als Maßnahme die Formulierung strategischer Ziele für die künftige Kulturarbeit der Stadt Heilbronn und beinhaltet damit verbunden den konkreten Auftrag zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption. Diese soll »Aussagen über die weitere Entwicklung des Kunst- und Kulturangebots in der Stadt treffen«, als Basis für die Fortschreibung der Kulturförderrichtlinien dienen, stärker als bisher die »freie Kulturarbeit in den Fokus rücken« und darauf abzielen, dass »jeder Bürgerin und jedem Bürger Zugang zu kulturellen Angeboten ermöglicht wird« (Stadt Heilbronn 2017: 148 f.).

Vor diesem Hintergrund erarbeitet das *Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn* gemeinsam mit städtischen Kulturakteurinnen und -akteuren sowie Vertreterinnen und Vertretern angrenzender Bereiche (z. B. Bildung, Stadtmarketing und Tourismus, Stadtteilarbeit) und mit Unterstützung der *Agentur Kulturgold* in der Funktion als externe Projektleitung in den Jahren 2017/18 eine Kulturkonzeption, die künftige Schwerpunkte der Heilbronner Kulturarbeit enthalten und Handlungsempfehlungen für eine zukunftsorientierte Kulturförderpraxis geben soll.

Im methodischen Aufbau und Ablauf folgt der Prozess zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Heilbronn dem vielfach erprobten und kontinuierlich weiterentwickelten Ansatz des *Netzwerks Kulturberatung* unter der Leitung von Dr. Patrick S. Föhl (vgl. die folgende Abbildung).¹ Dieses beteiligungsorientierte Modell wird als sehr gut geeignet für die Stadt Heilbronn verstanden, die großen Wert auf einen partizipativen Prozess legt. Gleichzeitig ist der Prozess ausreichend offen angelegt, um bei Bedarf alternative Methoden anzuwenden oder Prozessschritte zu ergänzen.

¹ Bereits durchgeführte Kulturentwicklungsplanungsprozesse, die diesem methodischen Aufbau gefolgt sind, können der Website www.netzwerk-kulturberatung.de entnommen werden. Zum Stand der Kulturentwicklungsplanung in Deutschland empfiehlt sich außerdem die Lektüre des Sammelbands Sievers, Norbert / Blumenreich, Ulrike / Föhl, Patrick S. (Hrsg.) (2013): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2013*. Thema: Kulturpolitik und Planung, Essen.

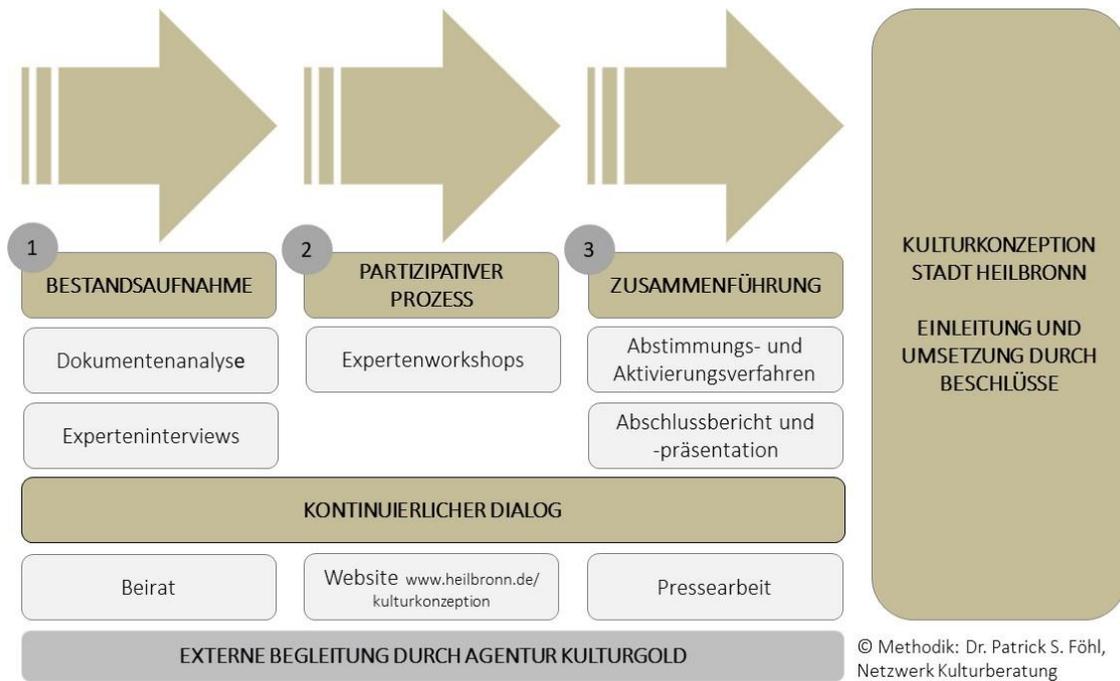


Abbildung 1: Der Prozess zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Heilbronn in der Übersicht (© Dr. Patrick S. Föhl, Netzwerk Kulturberatung)

1 Ziele und Methodik

1.1 Zielsetzung

Im Mittelpunkt des Prozesses zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Heilbronn stehen drei großangelegte Workshops unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteurinnen und Akteuren aus dem Kulturbereich und relevanten angrenzenden Bereichen (z. B. Bildung, Stadtentwicklung, Tourismus). Der 1. Workshop fand am 22. Februar 2018 im *Heinrich-Fries-Haus* statt und signalisierte mit rund 180 Teilnehmenden den Auftakt der breitangelegten Beteiligungsphase und ein großes Interesse. Die Teilnehmenden brachten gemeinsam Ergebnisse hervor, die teilweise bereits den Charakter von Handlungsempfehlungen und groben Maßnahmenvorschlägen erkennen ließen. Zugleich wurden Herausforderungen benannt beziehungsweise rekurrierend auf den Ergebnissen der bisherigen Analysen² in ihrer Dringlichkeit verstärkt und einer ersten Priorisierung unterzogen.

Daran anknüpfend verfolgte der 2. Workshop am 19. April 2018 mit rund 160 Teilnehmenden das Ziel, möglichst konkrete Lösungsszenarien für die identifizierten Handlungsbedarfe zu entwickeln und bereits bestehende Ideen weiter zu konkretisieren, so dass sich im nächsten Schritt ein erster Entwurf für einen Zielkatalog mit Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschlägen ableiten lässt und sich abzeichnet, welche Schwerpunkte und damit verbundene Leitlinien für die Heilbronner Kulturentwicklung in den nächsten Jahren die konzeptionelle Grundlage darstellen sollen.

1.2 Ablauf

Auf die offizielle Begrüßung durch die Bürgermeisterin Agnes Christner folgte eine Präsentation durch die externe Projektleiterin Dr. Yvonne Pröbstle. Sie forderte neben der Vorstellung der Schwerpunkte und des Ablaufs des 2. Workshops dazu auf, angesichts der kulturpolitischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in der Entwicklung von Lösungsvorschlägen den Mut aufzubringen, eingeübte Strategien und Maßnahmen zu hinterfragen und gegebenenfalls alternative Szenarien zu prüfen. Sie appellierte außerdem, die städtische Kulturentwicklung als Gemeinschaftsaufgabe zu begreifen, die sich nicht im Aufaddieren von Einzelinteressen erschöpfen könne und erinnerte schließlich an die Stärken der Kulturstadt Heilbronn, die laufenden Prozess und in den Workshops nicht aus den Augen verloren werden sollten.

² Die Ergebnisse der durchgeführten Experteninterviews und der Dokumentenanalyse sowie das Protokoll zum 1. Kulturworkshop sind online unter www.heilbronn.de/kulturkonzeption verfügbar.

Nach einer kurzen Vorstellung des Moderatorenteams für den 2. Workshop hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, weitere spontane Themen und Fragestellungen einzubringen, woraufhin sich eine weitere Arbeitsgruppe bildete (vgl. Open Space-Arbeitsgruppe Kap. 2.5). Der Großteil der Zeit galt im Folgenden der Arbeit in den Arbeitsgruppen sowie dem abschließenden Gallery Walk. Einen Überblick des Ablaufs zeigt folgende Abbildung.

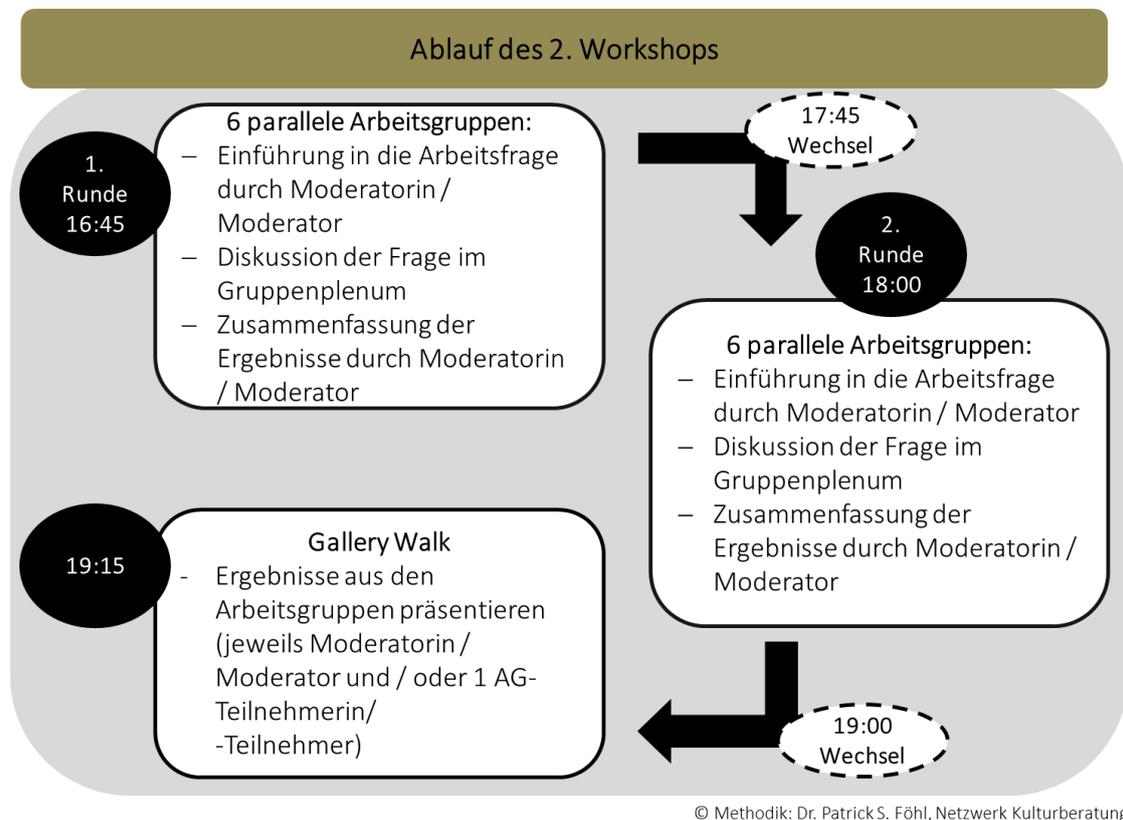


Abbildung 2: Ablauf des 2. Workshops (Methodik © Dr. Patrick S. Föhl)

1.3 Methoden

Arbeitsgruppen

Insgesamt wurden zwölf Fragen aus den bisherigen Prozessergebnissen abgeleitet und formuliert, die in Arbeitsgruppen zur Diskussion gestellt wurden. Für die Bearbeitung waren zweimal 60 Minuten vorgesehen, so dass die Teilnehmenden wechseln und zwei Themen vertiefen konnten. In jeder Gruppe diskutierten circa 15 bis 40 Teilnehmende, begleitet und moderiert von ausgewählten Moderatorinnen und Moderatoren aus den Bereichen Kulturmanagement, Design Thinking und Innovationskultur. Darüber hinaus

wurde erneut ein Open Space-Format als offener Diskussionsraum angeboten, um eventuell nicht berücksichtigte Fragen und »blinde Flecken« ebenfalls abzudecken. Von dieser Option wurde in der ersten Runde Gebrauch gemacht.

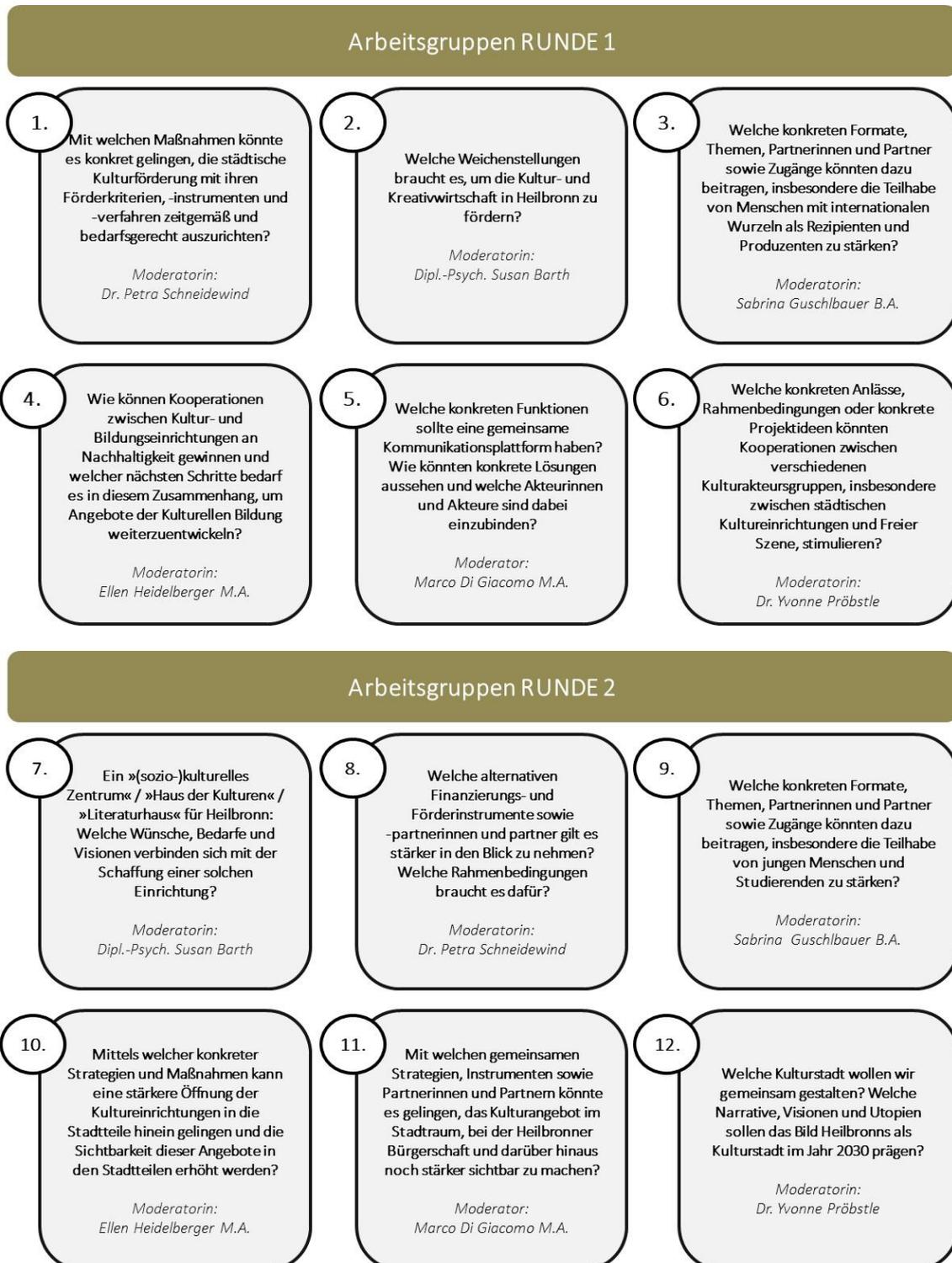


Abbildung 3: Übersicht der Arbeitsgruppen im Rahmen des 2. Workshops

Gallery Walk

Nach einer kurzen Pause kam der Teilnehmerkreis abschließend zu einem Gallery Walk zusammen. Die gesammelten, schriftlich fixierten Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen wurden mit Hilfe von Metaplanwänden »ausgestellt«. Aufgabe der Expertinnen und Experten beziehungsweise jeweils ausgewählter Teilnehmender war es, die zentralen Arbeitsergebnisse in einem Zeitfenster von zwei Minuten zu präsentieren.

1.4 Auswertung

Das folgende Ergebnisprotokoll basiert auf den Moderationskärtchen aus den verschiedenen Arbeitsgruppen sowie auf den Mitschriften des Moderatorenteams. Die Ergebnisse werden zum Teil zur besseren weiteren Verarbeitung verdichtet und gesondert für jede Arbeitsgruppe dargestellt.

2 Zentrale Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen

2.1 (Frei-)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte, zeitgemäße und mutige städtische Kulturförderung und alternative Finanzierungs- und Förderpartner

2.1.1 Mit welchen Maßnahmen könnte es konkret gelingen, die städtische Kulturförderung mit ihren Förderkriterien, -instrumenten und -verfahren zeitgemäß und bedarfsgerecht auszurichten?

Angangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

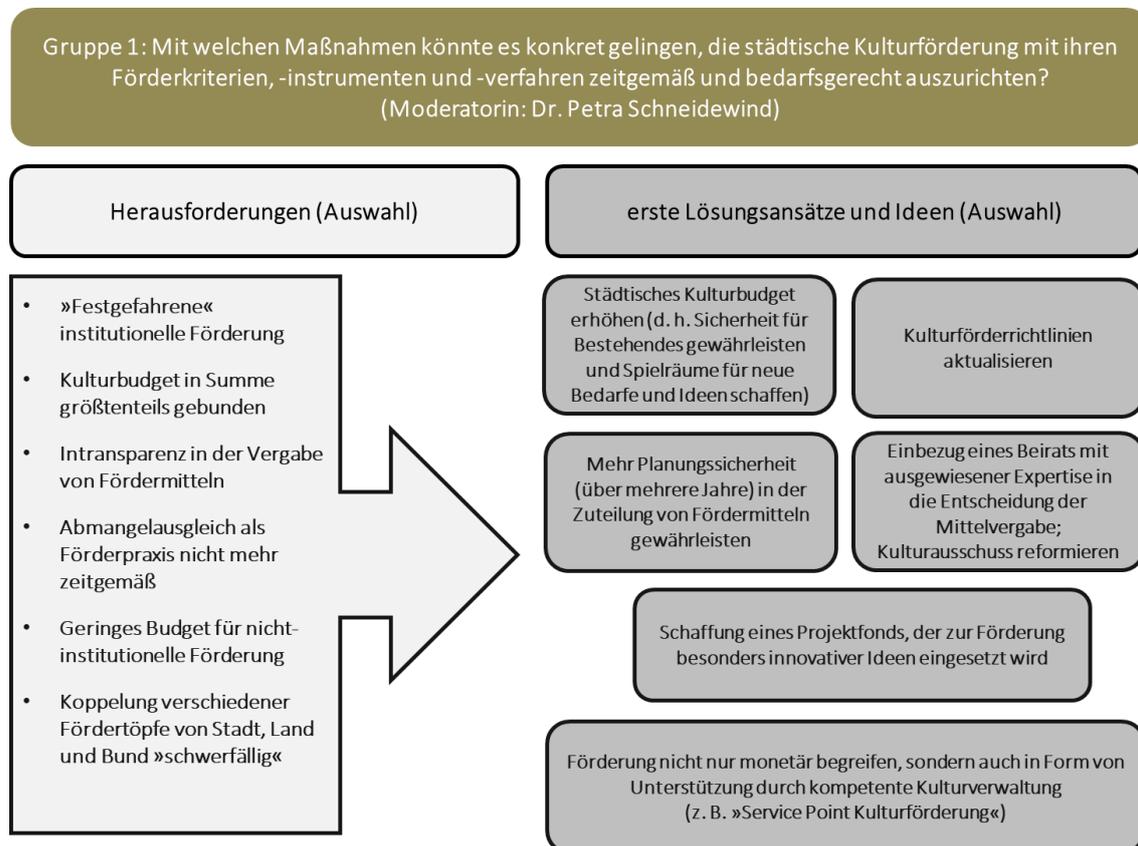


Abbildung 4: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 1

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Unter den rund 30 Teilnehmenden der Arbeitsgruppen waren sowohl Politik und Verwaltung als auch Institutionen, Vereine und Soziokultur sowie freie Kulturschaffende vertreten. Aufbauend auf den bisherigen

Ergebnissen wurde in der Anmoderation darauf hingewiesen, dass die städtische Kulturförderung als Instrument der Kulturfinanzierung verlange, einen politischen Willen zu definieren und für die Umsetzung Kriterien zu vereinbaren, auf deren Grundlage in Folge die Verteilung der Mittel geregelt werden könne. Diese Kriterien sollten transparent und überprüfbar sein. Unabhängig von der Höhe des jeweiligen Kulturbudgets, laute die zentrale Aufgabe an die Politik demnach den »Kuchen« zu verteilen. Daran anknüpfend wurden wenige Eckdaten aus dem städtischen Haushalt genannt, die den Teilnehmenden teilweise noch nicht bekannt waren. Es gab dazu zahlreiche Wortmeldungen, die meist die eigenen Missstände noch einmal artikulierten, mit der Konsequenz dass die Entwicklung von Lösungsansätzen (vgl. Leitfrage der Arbeitsgruppe) hintenangestellt wurde.

Die Wortmeldungen der Anwesenden werden im Folgenden zusammengefasst:

- Es wurde wiederholt moniert, dass das Kulturbudget in Summe größtenteils gebunden sei und damit in Folge für die nicht institutionelle Förderung nur ein geringes Budget übrig bleibe. In diesem Zusammenhang und weil die Haushaltszahlen sowie die Verteilung der Mittel im Detail dem Großteil der Anwesenden nicht bekannt waren, wurden Vergleichszahlen für Heilbronn (Verhältnis von Gesamt- zu Kulturhaushalt), aber auch zu anderen Städten gefordert.
- Es wurde die Situation beschrieben, dass es eine große Nachfrage nach Chormusikangeboten gebe. Die »musikalischen Kapazitäten« für weitere Angebote seien durchaus vorhanden, die finanziellen Mittel jedoch nicht. Hier wurde argumentiert, dass die hohe Bürgerakzeptanz anerkannt werden sollte. Diese Forderung wurde jedoch mehrheitlich zurückgewiesen, da sich ein solches stark nachgefragtes Angebot gegebenenfalls selbst tragen könne (»Fördern, was es schwer hat«).
- Im Weiteren wurde der Bedarf artikuliert, im Gastronomiebereich bürokratische Hürden abzubauen, die in Zusammenhang mit einem Auftritt wirksam werden. Gerne würden gastronomische Betriebe beispielsweise eine Plattform für Musikerinnen und Musiker sowie Bands bieten, was oft an baurechtlichen oder anderen Vorschriften scheitere.
- Bei der Frage, welche Gremien bei der städtischen Kulturförderung eine Rolle spielen sollten, wurde die Forderung laut, dass der Kulturausschuss zukünftig ein beschließendes Organ sein sollte. Außerdem wurde die Einrichtung eines Beirats diskutiert, der genreübergreifend besetzt sein und die Mittelverteilung mitgestalten sollte. Über konkrete Möglichkeiten der Besetzung sowie Rechte und Pflichten eines solchen Beirats oder eines anderweitigen Personenverbands konnte aus Zeitgründen nicht mehr diskutiert werden.

- Eine Reihe von Wortmeldungen gab es zu städtischen Serviceleistungen, die als nicht-monetäre Kulturförderung einzuordnen sind (z. B. Ansprechpartnerin oder -partner für Drittmittelakquise, Veranstaltungskoordination). Eine solche Serviceeinrichtung sollte nach Einschätzung der Teilnehmenden Transparenz an den Tag legen sowie beratend, flexibel und serviceorientiert ausgerichtet sein.
- Es gab darüber hinaus wiederholt Wortmeldungen, die über die städtische Förderung hinausgingen und alternative Finanzierungsmöglichkeiten thematisierten. Hier erging jeweils der Hinweis der Moderatorin auf das Thema von Arbeitsgruppe 8 (vgl. Kap. 2.1.4).

Die Diskussion wurde insgesamt engagiert und offen geführt. Konkrete Lösungsansätze, die eine Neuausrichtung der städtischen Kulturförderung im Hinblick auf Kriterien, Instrumente und Verfahren erlauben würden, konnten jedoch nur sehr rudimentär erarbeitet werden. Hieraus resultiert ein klarer Nachholbedarf und Arbeitsauftrag für den dritten und letzten Workshop.

2.1.2 Welche Weichenstellungen braucht es, um die Kultur- und Kreativwirtschaft in Heilbronn zu fördern?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

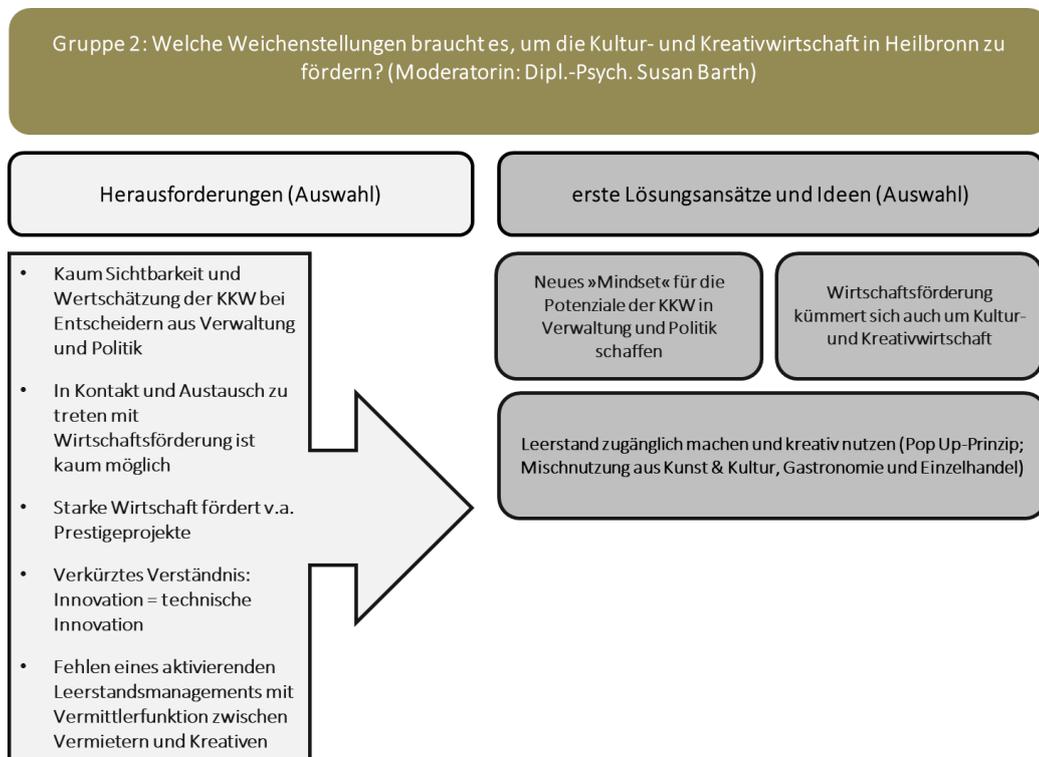


Abbildung 5: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 2

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Die Teilnehmenden verständigten sich auf ein Begriffsverständnis von »Kultur- und Kreativwirtschaft« für Heilbronn, das sich an der Definition der Wirtschaftsministerkonferenz orientiert. Demnach sind hierunter diejenigen »Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen«.³ Nach der Diskussion bisher identifizierter Herausforderungen (vgl. Abbildung 5), wurde darüber hinaus der Eindruck geäußert, dass es in Heilbronn neben dem »etablierten« Publikum kaum ein »alternatives« Publikum gäbe. Dies liege daran, dass bereits existierende und aufstrebende freie Projekte und Initiativen zu wenig Sichtbarkeit und Wertschätzung von der Stadt und von der Presse (allen voran von der *Heilbronner Stimme*) erhalten beziehungsweise als »kreative Schmutzkinder« wahrgenommen werden würden. Die Politik müsse dafür sensibilisiert werden, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft ein innovatives Potenzial besitze und zur kulturellen Vielfalt der Stadt beitragen könne. Bei Kreativschaffenden sowie auch im Kulturstädt und in der Wirtschaftsförderung herrsche außerdem eine Unsicherheit darüber vor, wer für die Förderung derartiger Projekte zuständig sei.

Die Ideen und Vorschläge der Anwesenden in der Zusammenfassung:

- Eine regelmäßige Austauschplattform zwischen Wirtschaftsförderung und Kulturstädt sollte initiiert werden.
- Es sollte ein Fonds angelegt werden, der sich sowohl aus dem Etat des Kulturstäfts als auch aus dem Etat der Wirtschaftsförderung zusammensetzt und die Förderung von Projekten im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Ziel habe. Die neu zu erstellenden Kulturförderrichtlinien sollten die Kriterien der finanziellen Förderung durch einen solchen Fonds definieren.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft benötige eine feste Ansprechperson in der städtischen Verwaltung, die für Kultur- und Kreativschaffende beratend und unterstützend wirkt (z. B. Zusammenbringen von Kulturschaffenden und Wirtschaftsbetrieben, Unterstützung bei der Beantragung von Fördermitteln).
- Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft sollten sich regelmäßig mit ihren Projekten im Kulturstädt- als auch im Wirtschaftsausschuss vorstellen können.
- Menschen, die in Heilbronn ihr Studium beginnen, sollten einen »alternativen Stadtplan« erhalten, der sie unter anderem auf Einrichtungen, Orte und Angebote der Kultur- und Kreativwirtschaft aufmerksam macht.

³ Deutscher Bundestag (2007): Schlussbericht der Enquete-Kommission »Kultur in Deutschland«. Online verfügbar unter <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf> (letzter Zugriff: 07.05.2018), S. 340 ff., 348; vgl. außerdem <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Branchenfokus/Wirtschaft/branchenfokus-kultur-und-kreativwirtschaft.html> (letzter Zugriff: 07.05.2018).

- Die Stadt sollte sich verstärkt um die Vorstellung von kulturellen und kreativen Berufsfeldern bemühen (z. B. in Schulen).
- Die Stadt sollte eine mutige Stadtentwicklung forcieren und gezielt ein Kreativquartier aufbauen.

2.1.3 Ein »(sozio-)kulturelles Zentrum« / »Haus der Kulturen« / »Literaturhaus« für Heilbronn: Welche Wünsche, Bedarfe und Visionen verbinden sich mit der Schaffung einer solchen Einrichtung?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

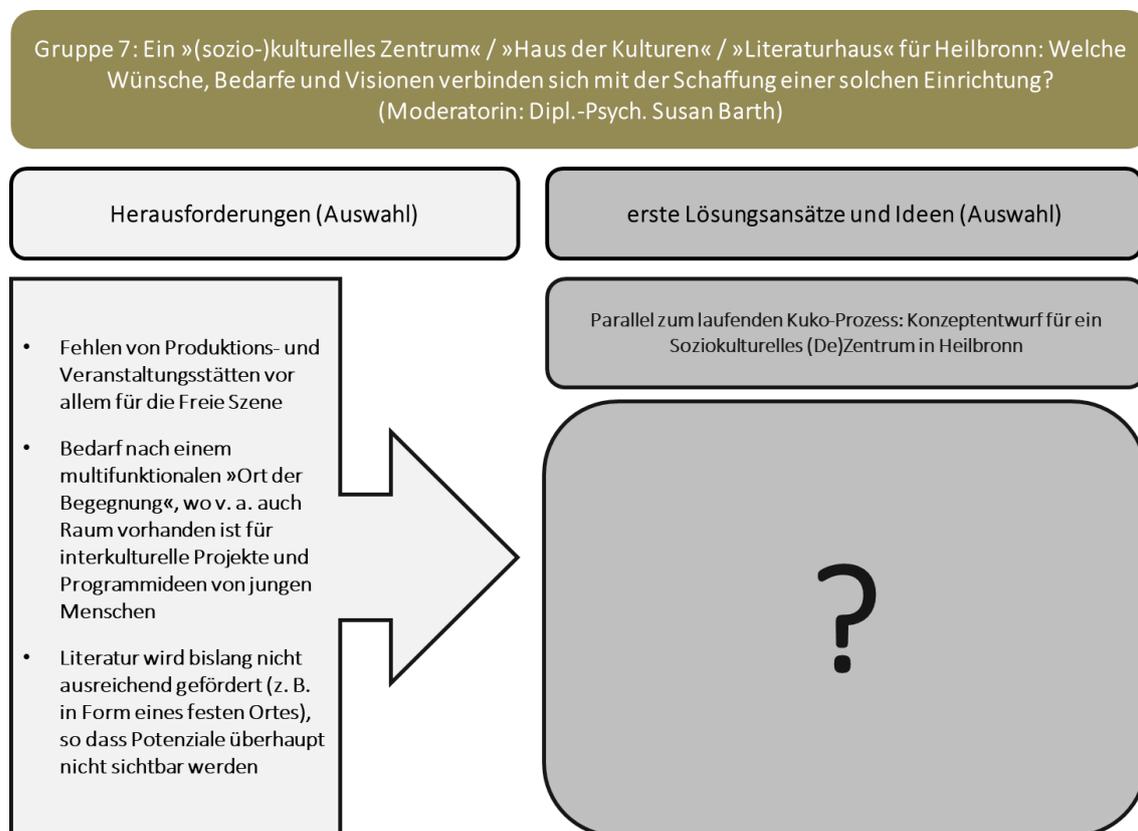


Abbildung 6: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 7

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Die Moderatorin animierte die Gruppenteilnehmenden eingangs zur Vorstellung, dass das von vielen als Bedarf formulierte »(sozio)kulturelle Zentrum«, »Haus der Kulturen« oder »Literaturhaus« tatsächlich realisiert werde. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollten daraufhin äußern, was sie sich von einem solchen Haus wünschen würden. Die Teilnehmenden beteiligten sich in ihrer Funktion als Interessensvertreterinnen und -vertreter einzelner Sparten rege am Einbringen von verschiedenen Wünschen und Bedarfen.

Der einleitenden Impuls der Moderatorin, die unterschiedlichen Raumbedarfe zusammenzudenken, wurde in den Redebeiträgen der Teilnehmenden jedoch weniger aufgegriffen, so dass sich primär auf der Meta-planwand, wo die Moderatorin die Schlagworte aus der Diskussion festhielt, ein Szenario eines »Zentrums« entwickelte, das die verschiedenen Partikularinteressen berücksichtigt. Zum Abschluss der Diskussion erhielten die Teilnehmenden die Möglichkeit, die auf den beschrifteten Moderationskärtchen eingebrachten Wünsche und Bedarfe mit jeweils bis zu drei Punkten versehen, um so Prioritäten unter den Vorschlägen ermitteln zu können. Die Wünsche und Anmerkungen werden im Folgenden der Punkteanzahl nach absteigend gelistet:

- Das »Zentrum« ist Ort verschiedener künstlerischer Inhalte (z. B. Kunst, Film, Musik, Literatur, Tanz) (14 Punkte)
- Interdisziplinär / interkulturell / spartenübergreifend (13 Punkte)
- Experimentell / Werkstatt ohne Erfolgsdruck / Kein Urteil über Qualität / Keine Legitimation über Publikum (11 Punkte)
- Bühnen / genügend große Räume für Veranstaltungen (11 Punkte)
- Kooperationen mit Institutionen und Schulen (7 Punkte)
- Verantwortet durch ein Kulturmanagement, das Ehrenamtliche koordiniert und Künstlerinnen sowie Künstler fördert (6 Punkte)
- Aufenthaltsqualität für jedermann (6 Punkte)
- Rotierende, unabhängige Verwaltung / autonom / basisdemokratisch (5 Punkte)
- Klärung der Rahmenbedingungen für ein solches »Zentrum« in den Vordergrund stellen: Die Frage danach, »Was« man sich an so einem Ort wünsche, ist weniger prioritär als die Frage, »Wie« könnte ein solcher Ort realisiert werden oder »Wie« könnte der Ort verwaltet werden? (3 Punkte)
- Vorhandene Kunst und Kultur (visuell) einbinden (2 Punkte)
- Zentral / Stadtbahnanbindung / in der Fußgängerzone (2 Punkte)
- Grundsätzliche Bedingung für ein solches »Zentrum«: Intensive Lobbyarbeit bei der Stadtpolitik durch anwesende Gruppenteilnehmende (2 Punkte)
- Schreiben / Buch / Literatur / Lesen (1 Punkt)
- Anlaufstelle für kulturelle Projektentwicklung mit kompetenten Ansprechpartner in Sachen Akquise (1 Punkt)
- Begegnungen
- Für jung und alt
- Cafétradition
- Wohlfühlqualität für Besucherinnen und Besucher

- Philosophie des Hauses: Ein Ort der Ermöglichung
- Flexible Veranstaltungstechnik
- Qualität der Ausstattung professionell
- Neues *Hans-Richter-Haus*
- Gastronomisches Angebot
- Nachmittag voller Inspirationen
- Großzügige Öffnungszeiten
- Keine Schwellen / barrierefrei in jeder Hinsicht
- Rückzugsräume für Passanten, um aus dem Trubel der Fußgängerzone oder anderer belebter öffentlicher Räume kurz »aussteigen« zu können

2.1.4 Welche alternativen Finanzierungs- und Förderinstrumente sowie -partnerinnen und partner gilt es stärker in den Blick zu nehmen? Welche Rahmenbedingungen braucht es dafür?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

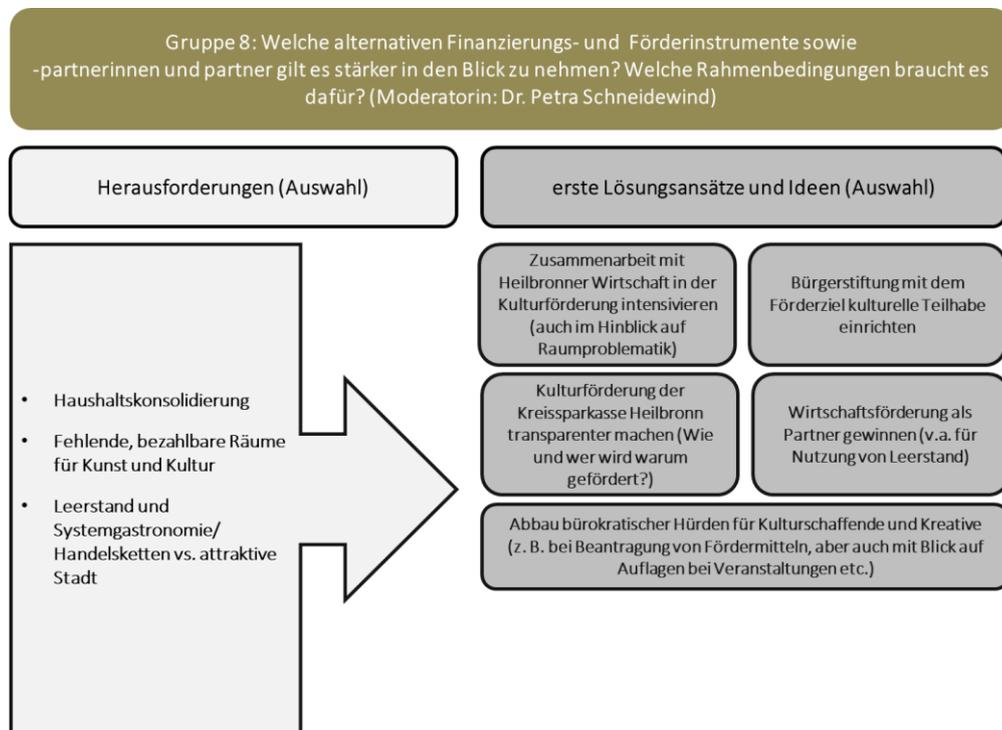


Abbildung 7: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 8

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Aufgrund der überschaubaren Zahl der Teilnehmenden erhielt jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer die Möglichkeit zu einer einleitenden Wortmeldung. Anschließend wurde ausgehend von diesen Beiträgen an der Entwicklung von Lösungsszenarien gearbeitet, die im Folgenden im Mittelpunkt stehen.

Die Ideen und Vorschläge der Anwesenden in der Zusammenfassung:

- Eine Teilnehmerin verwies auf die Gründung des Vereins »Netzwerk der Kulturen Heilbronn e.V.« hin. Dieser Verein wurde 2017 gegründet und könnte möglicherweise auch weitere Vereine und Initiativen unter dem vorhandenen Dach vernetzen und ein Partner im Gespräch mit Förderern und Sponsoren sein.
- Es wurde mehrfach die Meinung geäußert, dass die Stadt Heilbronn die vor Ort ansässigen Unternehmen mehr in die Pflicht nehmen sollte, Verantwortung für den Standort Heilbronn zu übernehmen. Das würde bedeuten, in die kulturelle Infrastruktur zu investieren und Sponsorengelder oder Spenden für das Kulturangebot freizumachen. Denkbar wäre ein Engagement auch in Form von Preisen, Stipendien, Patenschaften oder ähnlichen Programmen. Die Kulturszene wünsche sich, dass Vertreterinnen und Vertreter aus Politik und Verwaltung Kontakte zu den Unternehmen herstellen, pflegen und in ihrer Kommunikation mit den Unternehmen auf eine Unterstützung hinwirken.
- Mehrfach wurde außerdem die Idee einer städtischen Servicestelle in die Diskussion eingespeist. Informationen (inkl. einer aktuellen Datenbank) und Beratung zu Drittmitteln sollen den Kern der Leistung dieser Einrichtung ausmachen. Insbesondere für ehrenamtlich Tätige wäre diese Serviceleistung als nicht-monetäre Kulturförderung eine große Unterstützung.
- Die *Sparkasse Heilbronn* betreibt eine Kulturstiftung mit einem Stiftungsvermögen von ca. 11 Mio. Euro und den Stiftungszwecken »Förderung der Kunst und Kultur« und »Förderung des Denkmalschutzes und der Denkmalpflege«. Da eine Einflussnahme auf die Förderkriterien der *Kulturstiftung der Heilbronner Sparkasse* nicht möglich ist, wurde vorgeschlagen, in Anlehnung an diese vorhandene Stiftung einen »Kulturtopf« aufzusetzen, in den Unternehmen sowie Bürgerinnen und Bürger durch verschiedenste Aktivitäten (z.B. Patenschaften, Versteigerungen, Crowdfunding etc.) Einlagen erbringen können.

Am Ende der Diskussion war spürbar, dass die Teilnehmenden vor allem in der Wirtschaft, die prägend für die Stadt Heilbronn ist, einen starken Partner und Potenzial sehen, das mit Hilfe der Stadt aktiviert werden sollte.

2.2 Kulturelle Teilhabe und Kulturelle Bildung stärken – im Fokus: Menschen mit internationalen Wurzeln, junge Menschen und Studierende, Stadtteile und Bildungseinrichtungen

2.2.1 Welche konkreten Formate, Themen, Partner und Zugänge könnten dazu beitragen, insbesondere die Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln als Rezipienten und Produzenten zu stärken?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

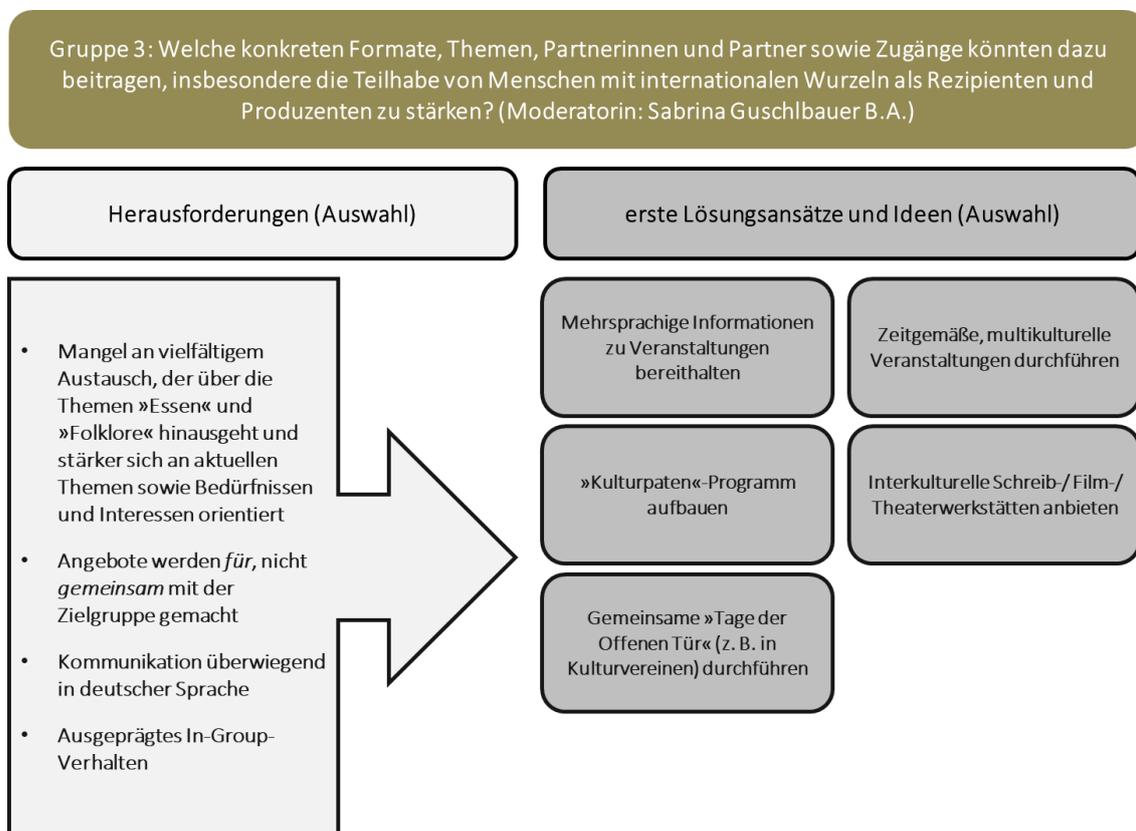


Abbildung 8: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 3

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Zum Einstieg in die Diskussion wurden die Teilnehmenden gebeten, jeweils ihre Zielvorstellung mit Blick auf die Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln in einem Satz zu definieren. Dieser Auftakt diente dazu, gemeinsame Standpunkte zu erarbeiten und zu eruieren, wo zentrale Bedarfe und damit verbundene Lösungsvorschläge liegen.

Die Hauptanliegen und Vorschläge der Teilnehmenden werden im Folgenden zusammengefasst:

- Es erging der allgemeine Appell an die Kulturakteurinnen und -akteure, sich nicht nur in die Diskussion über mehr Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln einzubringen, sondern sich vor allem auch in der Umsetzungsphase in der Verantwortung zu sehen und das Vorhaben als Gemeinschaftsaufgabe zu begreifen.
- Die bisherige Erfahrung (vor allem aus der Arbeit mit Geflüchteten) zeige, dass sich Bedarfe nachfrage-seitig vor allem dieser Zielgruppe verändern würden und deshalb auch ein überdurchschnittliches Maß an Flexibilität in der weiteren Kulturentwicklungsplanung erforderlich sei.
- Menschen mit internationalen Wurzeln zu integrieren sei nicht nur Aufgabe der einzelnen Kulturinitiativen, sondern auch der Heilbronner Bürgerinnen und Bürger. Es bedürfe auf beiden Seiten einer verstärkten Dialogkultur und ein Sichtbarmachen, um für die Vielfalt der Kulturen zu sensibilisieren und ein besseres gegenseitiges Verständnis für die Herkunftsgeschichte erzielen zu können.
- Mehrfach wurde auch von Teilnehmenden mit persönlicher Erfahrung auf die Wichtigkeit des persönlichen Kontakts und Austausches verwiesen. Die Kontaktaufnahme und das Gewinnen von Vertrauen erfordere ein hohes Maß an Engagement. Es bedürfe »Kümmerner«, die Kontakte knüpfen und pflegen und darüber hinaus Schnittstellen, die helfen, aus der Vielzahl der persönlichen Kontakte ein Netzwerk aufzubauen.
- Der Bedarf nach einer zentralen Schnittstelle wurde in der Diskussion wiederholt formuliert, um grundsätzlich den Austausch sowie die Vernetzung voranzutreiben und zu verstetigen, aber auch um beispielweise Maßnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit zu bündeln. Als potenzielle zentrale Partner mit »Kümmerner«-Funktion wurden in diesem Zusammenhang mehrfach die *Stabstelle Partizipation und Integration der Stadt Heilbronn* und der 2017 gegründete Dachverband *Netzwerk der Kulturen Heilbronn e. V.* genannt.
- Um die Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln zu erhöhen, wurde von einem Großteil der Teilnehmenden eine noch weitere Öffnung »traditioneller« Heilbronner Kultureinrichtungen als erforderlich erachtet. Impulse und Anreize für entsprechende Aktivitäten, die kooperativ angelegt sein sollten, könnten ebenfalls von einer koordinierenden Schnittstelle ausgehen.
- Konsequente mehrsprachige Informations- und Vermittlungsangebote seien bei einer entsprechenden Öffnung essenzielle Voraussetzungen, um Menschen mit internationalen Wurzeln den Zugang zu »traditionellen« Kultureinrichtungen zu erleichtern.
- Ebenso sollte ein vermehrtes Augenmerk der gemeinsamen Entwicklung und Umsetzung von Angeboten und beispielsweise Führungen mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppe(n) gelten, um Teilhabe wahrhaftig einlösen zu können (und um ein »Überstülpen« zu vermeiden).

- Führe man diesen Gedanken konsequent weiter, müsse das Ziel auch die Erarbeitung einer gemeinsamen, integrativ verstandenen Kulturkonzeption und nicht etwa die Entwicklung einer Kulturkonzeption für Menschen mit internationalen Wurzeln oder andere Zielgruppen sein.
- Im weiteren Verlauf wurde überlegt, wie eine Dialogkultur »ins Rollen gebracht« werden könnte. Es bedürfe mittel- bis langfristig einer mehrsprachigen Berichterstattung und eines entsprechenden Veranstaltungskalenders mit einer Bündelungsfunktion für sämtliche Kulturangebote inklusiver solcher Angebote, die aus den verschiedenen Kulturinitiativen kommen und in der Berichterstattung bislang wenig sichtbar werden. Darüber hinaus sei eine Plattform erforderlich, auf der sich auch die Kulturschaffenden der verschiedenen Initiativen austauschen und miteinander vernetzen könnten. Als Wegbereiter und Katalysator wurde als (ggf. einmaliges) Format ein »Markt der Möglichkeiten« in die Diskussion eingebracht. Ferner wurde ein roulierender »Tag der offenen Tür« als Idee formuliert, bei dem zum Beispiel Kulturvereine sowie Kultureinrichtungen abwechselnd ihre Pforten öffnen und zum gegenseitigen Besuch einladen.
- Bereits erfolgreich durchgeführten Formaten, von denen Akteurinnen und Akteure lernen könnten, fehle es darüber hinaus an Präsentationsflächen und in Folge an Sichtbarkeit. Als Beispiel wurde das Format »Weltreise durch Wohnzimmer« genannt, bei dem Menschen, die nicht in Deutschland geboren sind, für zwei Stunden ihr Wohnzimmer öffnen und zum Austausch einladen.
- Dass Dialog auch ohne Sprache funktionieren könne, wurde schließlich am Beispiel von Sportvereinen erläutert. Hier werden auf der Basis gemeinsamer Interessen Brücken geschlagen und es gelinge vor allem junge Menschen mit internationalen Wurzeln »abzuholen«. Es sollte deshalb überlegt werden, wie Sportvereine als Multiplikatoren gewonnen werden und eventuell kulturelle Zusatzangebote gemacht werden könnten.

2.2.2 Wie können Kooperationen zwischen Kultur- und Bildungseinrichtungen an Nachhaltigkeit gewinnen und welcher nächsten Schritte bedarf es in diesem Zusammenhang, um Angebote der Kulturellen Bildung weiterzuentwickeln?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

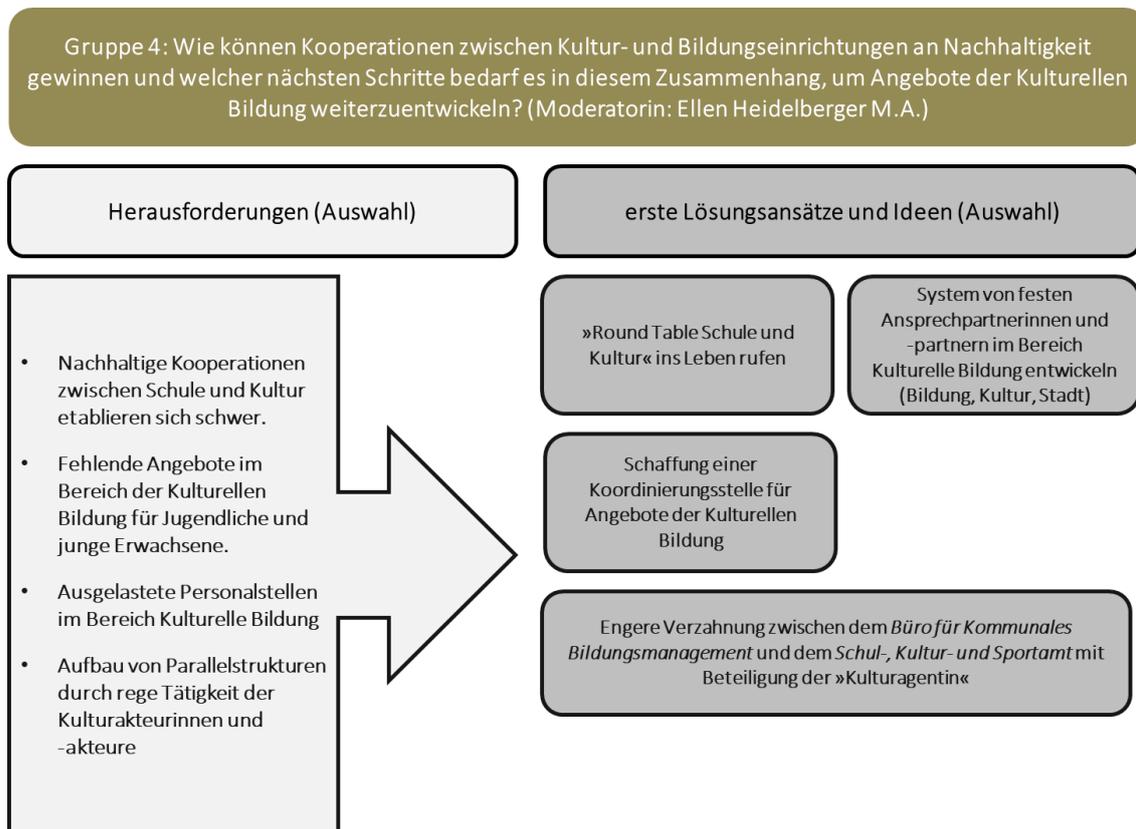


Abbildung 9: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 4

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

In dieser Arbeitsgruppe wurde zu Beginn noch einmal auf die Stärken der Kulturellen Bildung in Heilbronn verwiesen, auf die vielseitigen Angebote und auf bereits bestehende Kooperationen zwischen Kultur- und Bildungseinrichtungen. Anschließend wurde entlang zweier zentraler Fragen diskutiert: Was kann dazu beitragen, die bestehenden Kooperationen zu verstetigen und zu systematisieren? Und wie sollen Angebote der Kulturellen Bildung weiterentwickelt werden?

Die Teilnehmenden der Arbeitsgruppe brachten nacheinander ihre Anliegen vor, die anschließend zu drei Schwerpunkten verdichtet und um Vorschläge für Maßnahmen ergänzt wurden. Das zentrale Qualitätskriterium für Kooperationen und Angebote – das wurde in den Beiträgen immer wieder deutlich – sei Nachhaltigkeit. Die Wortmeldungen der Teilnehmenden werden im Folgenden zusammengefasst:

Passende Angebote und Kooperationen für und mit Kindern und Jugendlichen entwickeln

- Angebote der Kulturellen Bildung gingen oftmals an der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen in Heilbronn vorbei. Programme sollten darum gemeinsam mit diesen Zielgruppen weiterentwickelt werden. Ein erster Schritt sei es, Kinder und Jugendliche zu ihren Ansprüchen zu befragen, zum Beispiel im Rahmen einer Kooperation mit dem Jugendgemeinderat und den Jugendhäusern sowie durch eine (Online-)Befragung von Jugendlichen nach dem Kulturbesuch oder im Abschluss an ihr BOGY-/ BORS-Praktikum in Bildungs- und Kultureinrichtungen sowie der Verwaltung.
- Angebote für Jugendliche sollten auf einem erweiterten Kulturbegriff fußen, der nicht nur etablierte (hoch)kulturelle Sparten einbeziehe, sondern auch neue Formate wie Tanz, Poetry Slam, Popmusik und andere Elemente der Jugendkultur umfasse – eine Chance für die Freie Szene.
- Um Kooperationen mit Kultureinrichtungen und Kulturschaffenden zu etablieren, für die sich Jugendliche tatsächlich interessieren, und um auch abseits eingespielter Kooperationsstrukturen nach Partnerschaften zu suchen, sollten Schülerinnen und Schüler in diese Suche einbezogen werden. Dies könnte gelingen, indem man die Jugendlichen Kooperationsanfragen, zum Beispiel in Form von Chips, verteilen lässt. Kultureinrichtungen und Kulturschaffende, welche die meisten Chips erhalten, könnten für ein Kooperationsprojekt angefragt und möglicherweise als dauerhafte Partner in das Kulturleben der Schule integriert werden.
- Bei der Planung sollte berücksichtigt werden, dass Jugendlichen ihren Kulturinteressen sowohl innerhalb als auch außerhalb der Schule nachgehen. Nachhaltige Partnerschaften zwischen Schulen und Kulturakteurinnen und -akteuren zu etablieren sei darum eine wichtige Aufgabe, die in Anbetracht der Ganztags-Schule weiter an Bedeutung gewinne. Gleichzeitig dürfe Kultur aber nicht ausschließlich im Rahmen von Schulunterricht erlebbar sein und auch außerschulische Angebote Kultureller Bildung müssten gestärkt werden.

Passende Kommunikationskanäle nutzen und Aufmerksamkeit erzeugen

- Kinder würden vor allem über Eltern und Familien an Angebote Kultureller Bildung herangeführt. Entsprechend müsse die Kommunikation mit den Eltern eine zentrale Rolle einnehmen. Eine besondere Herausforderung für die Kommunikation stelle dabei Sprachbarrieren im Falle von Eltern mit internationalen Wurzeln dar.
- Neben den Eltern müssten auch die Bildungseinrichtungen entsprechend ihrer individuellen Bedarfe informiert werden. Dafür eigne sich ein bereits existierender Verteiler nur bedingt, weil die enthaltenen Informationen zu unspezifisch seien und nicht von allen Einrichtungen gleichermaßen wahrgenommen würden. Auch die Kulturagentin der Stadt Heilbronn übe eine wichtige Multiplikatoren-Rolle aus

und könne helfen, die Kommunikation zwischen Schulen und Kulturinstitutionen sowie Kulturschaffenden aktiv zu gestalten.

- Für eine bessere Sichtbarkeit bei jugendlichen Besucherinnen und Besuchern sei es wichtig, sie mit ihren Themen ernst zu nehmen und neue Kommunikationsformen zu erproben. Das Potenzial von Sozialen Medien könne genutzt werden, insbesondere um im Anschluss an den Kulturbesuch Kontakt zu halten und für Folgeangebote zu interessieren. Gleichzeitig solle die Kommunikation angemessen bleiben und nicht um jeden Preis Aufmerksamkeit erregen. Für die digitale Kulturplattform (vgl. Kap. 2.3.1) wünschten sich die Teilnehmenden eine Filterfunktion, mit der bequem nach Angeboten der Kulturellen Bildung für verschiedene Zielgruppen (mit Fokus auf Kinder und Jugendliche) gesucht werden könne.
- Kinder und Jugendliche könnten auch durch einen »Kulturpass« auf Angebote der Kultureinrichtungen aufmerksam gemacht werden, der ihnen einen kostenlosen oder stark vergünstigten Eintritt ermögliche. Denkbar wäre auch eine Guthabekarte, die als Zahlungsmittel bei verschiedenen Kulturanbietern verwendet werden könne. Der »Kulturpass« könne durch eine Webseite mit Programmhinweisen (vgl. digitale Kommunikationsplattform) und/ oder einem Kanal in den Sozialen Medien begleitet werden.

Transparenz über Angebote sowie Ansprechpartnerinnen und -partner Kultureller Bildung herstellen

- Die Nachhaltigkeit von Kooperationen sei an ein System fester Ansprechpartnerinnen und -partner in den Kindergärten und Kindertagesstätten, Schulen und Kultureinrichtungen geknüpft. Über eine Netzwerkseite oder eine »Plattform Kulturelle Bildung« könne man die Ansprechpersonen in den Einrichtungen sichtbar machen. Gleichzeitig könne eine digitale Kooperationsbörse oder ein »Schwarzes Brett Kulturelle Bildung« die Suche nach Beteiligungsmöglichkeiten für Kulturakteurinnen und -akteure in den Schulen einerseits und das Finden von Mitstreitenden und Teilnehmenden für kulturelle Projekte andererseits vereinfachen. Eine solche Plattform müsse kulturspezifisch, öffentlich, aktuell und leicht nutzbar sein und im besten Fall von einer zentralen Stelle verantwortlich gepflegt werden. So könnten Strukturen fixiert und für alle transparent gemacht werden.
- Für nachhaltige Kooperationen – hier waren sich die Teilnehmenden einig – sei darüber hinaus ein persönlicher Kontakt entscheidend, so dass bei der Anbahnung von Kooperationen das direkte Gespräch das Kommunikationsmedium der Wahl sein sollte. Möglich wäre ein direkter Kontakt etwa im Rahmen eines »Markplatzes«, auf dem sich (einmalig oder mehrmals) alle Anbieter Kultureller Bildung präsentieren könnten. Erzieherinnen und Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, welche sich auf dem »Markplatz« bewegten, bekämen einen Vorgeschmack auf das Angebot (durch Beispiele, Ausschnitte, Mitmachangebote) und könnten direkt Kontakte knüpfen, ohne den Umweg zum Beispiel über die Schulleitung nehmen zu müssen.

- Gleichzeitig sei für nachhaltige Kooperationen ein regelmäßiger Austausch notwendig. Aus diesem Grund wurde erneut die Idee eines »Runden Tisches Schule und Kultur« diskutiert.

2.2.3 Welche konkreten Formate, Themen, Partnerinnen und Partner sowie Zugänge könnten dazu beitragen, insbesondere die Teilhabe von jungen Menschen und Studierenden zu stärken?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

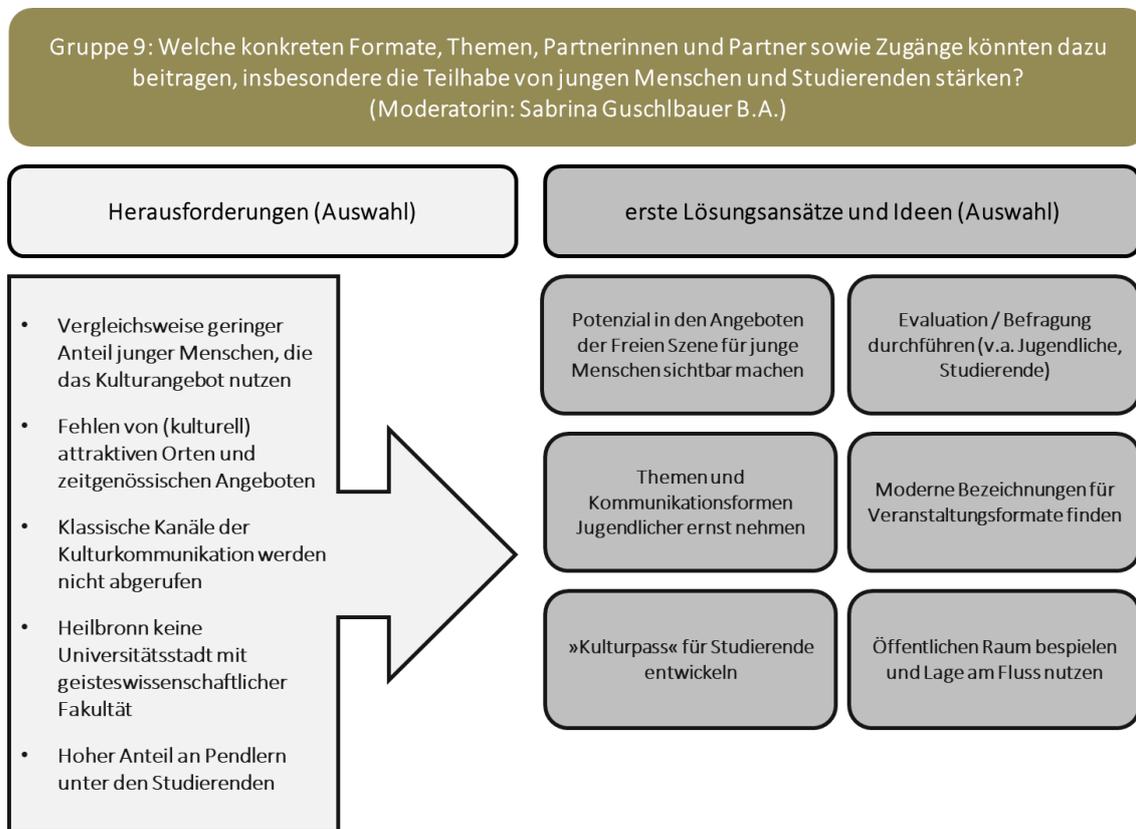


Abbildung 10: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 9

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Zum Einstieg in die Diskussion wurden die Teilnehmenden gebeten, jeweils ihre Zielvorstellung mit Blick auf die Teilhabe von jungen Menschen und Studierenden in einem Satz zu benennen. Die Teilnehmenden

bestanden zu ungefähr zwei Dritteln aus Vertreterinnen und Vertretern der Hochschule, von Kultureinrichtungen, der Freien Szene und der städtischen Verwaltung. Die anwesenden Jugendlichen waren überwiegend ebenfalls Vertreterinnen und Vertreter der Hochschule.

Die Hauptanliegen und Vorschläge der Teilnehmenden werden im Folgenden zusammengefasst:

Es bedürfe eines offenen Dialogs mit den betreffenden Zielgruppen; Bedarfe und Möglichkeiten sollten gemeinsam ermittelt werden. Es wurde in Frage gestellt, ob die jugendlichen Zielgruppen bisher »richtig« angesprochen und eingebunden wurden (»WER macht eigentlich Kultur für WEN?!«).

Als gemeinsames Ziel wurde formuliert, Jugendliche und Studierende in die Erarbeitung der Kulturkonzeption und die weitere Entwicklung verstärkt einzubinden, damit Bedarfe sowie Interessen berücksichtigt und Kompetenzen fruchtbar gemacht werden könnten. An der Frage, wie diese Zielgruppen am besten erreicht und integriert werden könnten, entfachte sich im Weiteren eine rege Diskussion mit folgenden Ergebnissen:

- Kulturelle Ausdrucksformen junger Menschen sollten im Kontext der Kulturkonzeption als wertig und relevant anerkannt werden, auch wenn sie nicht den bislang dominierenden »klassischen« Kulturangeboten entsprechen. Angeführt wurde das erfolgreiche Beispiel des »Heilbronner Poetry Slams«, der sich zu einem regelmäßigen, gut besuchten Event entwickelt hat.
- Junge, lokale Kulturschaffende sollten mehr öffentliche Aufmerksamkeit erfahren, auch um heranwachsenden Jugendlichen und zukünftigen Studierenden (im Bewusstsein um die Konkurrenz mit Städten wie Karlsruhe und Stuttgart) Möglichkeiten aufzuzeigen, die Heilbronn als kultureller Wirkungsraum bieten kann.
- Damit verbunden war auch der Appell an die Politik und Verwaltung, eine offenerere und ermöglichende Haltung gegenüber jugendkulturellen Initiativen und Projekten an den Tag zu legen. Ein Nährboden für eine junge Kulturszene könne in Heilbronn nachhaltig nur gedeihen, wenn Vertrauen in die Ideen von jungen Menschen gesetzt, Verwaltungsbarrieren (und damit verbundener Ressourcenaufwand) abgebaut und, im Gegenteil, Ermöglichungsräume geschaffen würden.
- Gleichzeitig sei es auch an den jungen Kulturschaffenden, stärker auf Politik und Verwaltung zuzugehen, so dass sich tatsächlich ein kooperatives Klima entwickeln könne.
- Wichtig sei hierfür eine Schnittstelle in Form einer Vermittlungsinstanz mit fester Anlaufstelle und Ansprechpartnern für kulturelle Initiativen und Projekte junger Heilbronnerinnen und Heilbronner. Da insbesondere auf studentischer Seite Ansprechpartnerinnen und -partner aufgrund der begrenzten Studienzeit häufiger wechseln würden, wäre eine solche Anlaufstelle auch sinnvoll, um Kontinuität zu erzeugen (v. a. im Hinblick auf die Weitergabe von Wissen und Erfahrungen).

- Als erfolgreiches Beispiel für eine Hochschulkooperation wurde die Einrichtung der Kaffeebar an der *DHBW Heilbronn*⁴ genannt. Im Folgenden wurde der Beitrag ergänzt um Beispiele, die zeigen sollten, wie Hochschulen in anderen Städten mit Partnerschaftsprogrammen eine Kooperation zwischen Studierenden und dem Kulturbereich herstellen.⁵ Daraufhin wurde der Vorschlag eingebracht und direkt die Bereitschaft seitens der Teilnehmenden signalisiert, ein potenzielles Projekt mit Studierenden zur Bewirtung des *Deutschhofs* zu prüfen.
- Auch die »BUGA Heilbronn 2019« war Gegenstand der Diskussion. Die Teilnehmenden waren der Meinung, dass sich junge Menschen nicht als Zielgruppe und Kooperationspartner dieses Events verstehen würden. Umso wichtiger sei es, über ein Kulturprogramm, das von jungen Kulturschaffenden gestaltet werde oder freien Eintritt für Heilbronner Studierende Besuchsanziehung zu setzen.
- Beim Stichwort »Freiräume« wurde der Mangel und Bedarf an räumlichen Möglichkeiten für Kulturschaffende angemerkt. Der Beitrag wurde mit dem Hinweis ergänzt, dass so genannte »Location-Scouts«, die Leerstände und Möglichkeitsräume im städtischen Raum ermitteln und darüber hinaus mögliche Kooperationen vermitteln könnten. Ein solches Vorhaben werde gerne auch von Seiten der Studierenden unterstützt.
- Grundsätzlich bestehe ein dringender Bedarf an Austausch und Vernetzung der einzelnen Akteurinnen und Akteure und damit verbunden der Wunsch nach einer baldigen Etablierung einer Plattform (physisch und digital), die einen persönlichen Austausch zwischen potenziellen Kooperationspartnerinnen und -partnern ermögliche. Gegenwärtig sei es kaum möglich, sich einen Überblick möglicher Partnerinnen und Partner zu verschaffen.

⁴ Vgl. <http://www.hochschulenhoch3.de/de/die-hochschulen/dhbw-heilbronn/news/dhbw-mit-eigenem-hochschul-kaffee.html> (letzter Zugriff: 05.05.2018)

⁵ Etwa in Tübingen und anderen Studentenstädten, wo so genannte »Buddies« und internationale Studierende gemeinsam Kulturangebote wahrnehmen – zu vergünstigten Preisen bzw. gratis.

2.2.4 Mittels welcher konkreter Strategien und Maßnahmen kann eine stärkere Öffnung der Kultureinrichtungen in die Stadtteile hinein gelingen und die Sichtbarkeit dieser Angebote in den Stadtteilen erhöht werden?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

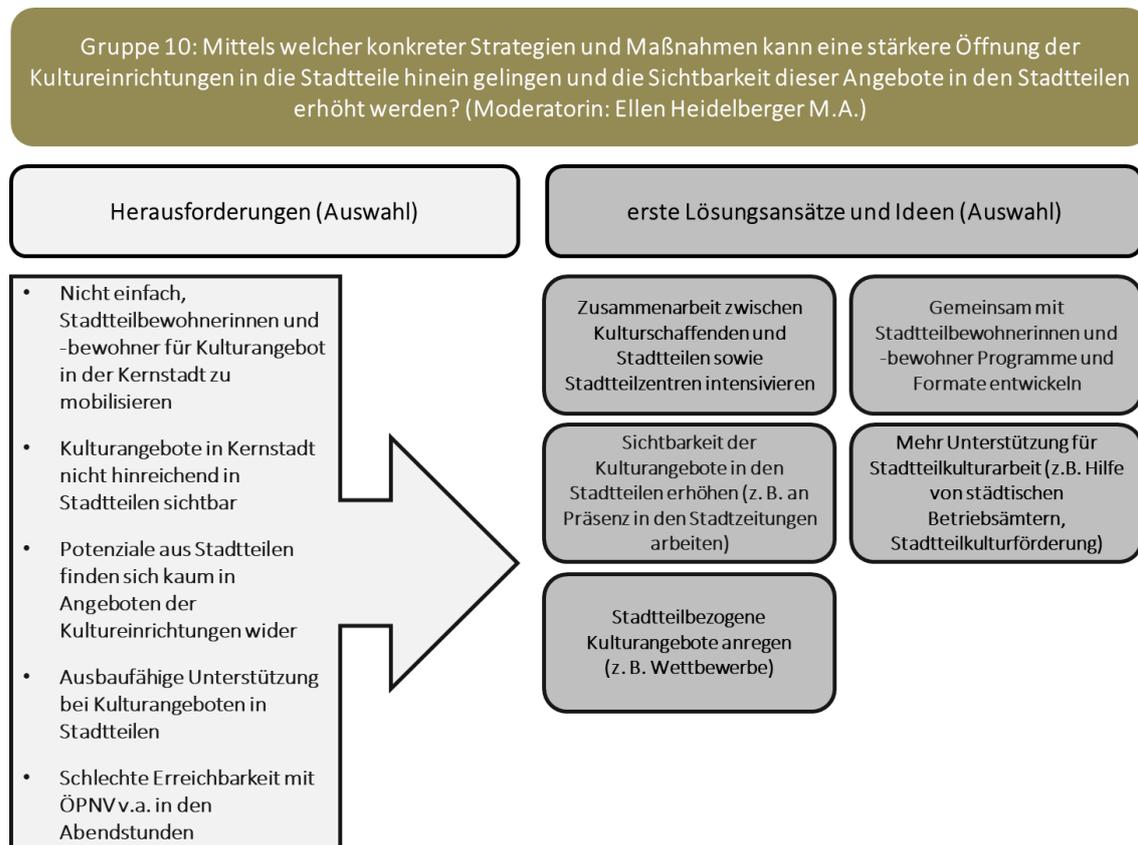


Abbildung 11: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 10

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Ausgehend von einer wahrgenommenen Grenze zwischen dem Kulturangebot in der Kernstadt und dem Kulturangebot beziehungsweise der Kulturnachfrage in den Stadtteilen, diskutierte die Arbeitsgruppe entlang der Fragen, wie sich Kultureinrichtungen der Kernstadt für Besucherinnen und Besucher aus den Stadtteilen öffnen können, wie Bewohnerinnen und Bewohner der Stadtteile für das Kulturangebot in der Kernstadt mobilisiert werden können und wie die Kulturarbeit in den Stadtteilen selbst gestärkt werden kann.

Alle Teilnehmenden der Arbeitsgruppe brachten sich mit ihren Ideen und Anliegen ein; es war eine starke Identifizierung mit den Stadtteilen spürbar. Gleichzeitig wurde deutlich, dass die Stadtteile (und teilweise auch die verschiedenen Quartiere innerhalb eines Stadtteils) mit ganz unterschiedlichen Voraussetzungen

konfrontiert sind. Die Wortmeldungen der Teilnehmenden werden im Folgenden anhand der vier Schwerpunktthemen Kulturangebot, Information, Unterstützungsleistungen und Mobilität zusammengefasst:

Angebot der Kultureinrichtungen aus der Kernstadt in die Stadtteile bringen

- Die Teilnehmenden wünschten sich mehr Präsenz der großen Kultureinrichtungen der Kernstadt in den Stadtteilen. Dies könne – so die Idee der Arbeitsgruppe – über Auftaktveranstaltungen und Begleitveranstaltungen realisiert werden, zum Beispiel könne das *Theater Heilbronn* Spielzeiteinführungen oder Einführungsveranstaltungen zu Theaterstücken in den Stadtteilen organisieren, das *Museum im Deutschhof* und die *Kunsthalle Vogelmann* könnten in Satellitenausstellungen einzelne Stücke auch in den Stadtteilen zeigen oder Orchestermusiker könnten in kleinen Besetzungen Kostproben und »Teaser-Konzerte« in den Stadtteilen präsentieren.
- Als Örtlichkeiten eigneten sich etwa Schulen, Familienzentren, Jugendhäuser, Bürgerämter, Stadtteilzentren, kirchliche Räume, Gewerbeflächen oder öffentliche Plätze, Parks und Straßenfeste. Auf diese Weise könnten Kultureinrichtungen ihre Sichtbarkeit in den Stadtteilen erhöhen und Rückmeldungen zum Angebot erhalten.
- Das Angebot öffentlicher Bücherschränke sollte auf die Stadtteile ausgeweitet werden.

Verbesserung der Information über Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen

- Neben Angeboten der Kernstadt wurden Möglichkeiten zur Stärkung des Kulturangebots aus den Stadtteilen diskutiert. Dazu gehöre auch eine verbesserte Information über Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen und Quartieren.
- Besonders herausfordernde Gruppen für die Kommunikation seien Menschen mit internationalen Wurzeln (die in manchen Stadtteilen einen großen Anteil ausmachten) und junge Menschen. Ihnen solle bei der Gestaltung von Informationsmedien besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden.
- Die geplante Kulturplattform solle über eine Filterfunktion verfügen, die alle Kulturveranstaltungen eines Stadtteils zusammenstellt. Auch der gedruckte Kulturkalender könne unter einer Rubrik »In den Stadtteilen« für die Stadtteilkulturarbeit werben.
- Die *Heilbronner Stimme* spiele eine nicht unerhebliche Rolle in der Kommunikation von kulturellen Veranstaltungen. Umso bedauerlicher sei es, dass der Kulturteil immer schmaler ausfalle und Kulturarbeit aus den Stadtteilen fast keinen Raum mehr habe.
- Schließlich sei es wichtig – auch zur besseren Kommunikation der Stadtteile untereinander –, dass die Stadtteile eine zusätzliche Plattform erhielten, um sich mit ihrem Angebot vorzustellen. Dies könne beispielsweise in den Stadtteilblättern oder in einer gesonderten Broschüre realisiert werden.

Unterstützung und Beratung der Stadtteile bei Kulturveranstaltungen

- Kulturveranstaltungen seien eine hervorragende Möglichkeit, um Verbindungen zwischen den Menschen eines Stadtteils zu fördern und Personen aus unterschiedlichen Quartieren zusammenzubringen. Gleichzeitig stellten sie aber auch eine große Herausforderung für Ortskartelle und Vereine dar, die oftmals nicht über die notwendigen Informationen und Kenntnisse der Veranstaltungsorganisation verfügten.
- Die Teilnehmenden der Arbeitsgruppe wünschten sich mehr Unterstützung durch die *Heilbronn Marketing GmbH*, die in den Stadtteilen Beratungsgespräche zur Veranstaltungskonzeption durchführen und neue stadtteilbezogene (Kultur-)Angebote anregen könne.
- Ein gemeinsamer Leitfaden von Betriebsamt und Kulturamt könne zudem bei der Vorbereitung von Veranstaltungen hilfreich sein, indem er Transparenz über Regeln und Ansprechpartner herstelle.

Mobilitätsangebot zum Besuch innerstädtischer Kulturveranstaltungen aus den Stadtteilen ausbauen

- Um die Erreichbarkeit von Kulturveranstaltungen in der Kernstadt für Stadtteilbewohnerinnen und -bewohner zu verbessern, sei ein Ausbau des Öffentlichen Personennahverkehrs notwendig. Mehr Busverbindungen müssten insbesondere am späten Abend und in der Nacht eingerichtet werden; wo solche Verbindungen bereits bestünden, sollte bei der Ankündigung von Kulturveranstaltungen explizit auf diese Möglichkeit hingewiesen werden. Denkbar sei auch der Einsatz von speziellen »Kulturtaxen«, die Besucherinnen und Besucher nach dem Kulturbesuch zu einem vergünstigten Preis nach Hause bringen würden. Nicht zuletzt sollten Fahrradwege ausgebaut und bei Nacht beleuchtet werden. Auch ein Leihfahrrad-System war in der Diskussion.

2.3 An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – Kulturplattform & ?

2.3.1 Welche konkreten Funktionen sollte eine gemeinsame Kommunikationsplattform haben? Wie könnten konkrete Lösungen aussehen und welche Akteurinnen und Akteure sind dabei einzubinden?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

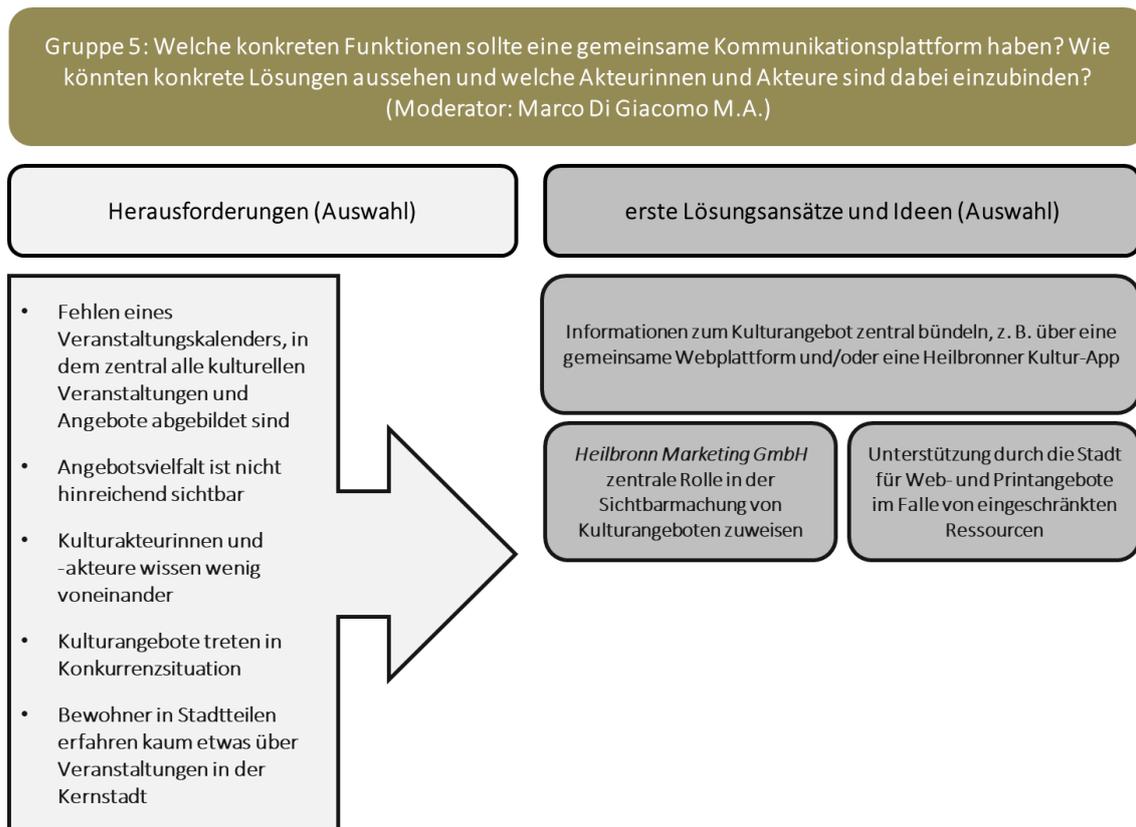


Abbildung 12: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 5

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Zu Beginn der gemeinsamen Gruppenarbeit konzentrierte sich die Diskussion weniger auf die konkreten Funktionen einer Kommunikationsplattform, sondern auf die Frage der Finanzierung und damit verbundene Herausforderungen. Es wurden Bedenken geäußert hinsichtlich der Höhe der Kosten und der Frage, ob über eine Test- und Pilotphase hinaus eine nachhaltige Anschlussfinanzierung gelingen könne. Eine zentrale Rolle und Verantwortung wurde schlussendlich bei der Stadt Heilbronn gesehen; Einnahmen über Werbeanzeigen wurden kritisch bewertet, da die Plattform einerseits nicht mit extern vergebenen Werbeplät-

zen überfrachtet werden solle und zugleich für (ehrenamtliche) Akteurinnen und Akteure mit vergleichsweise geringerer Ressourcenausstattung ein Nachteil gegenüber Einrichtungen mit entsprechenden Marketingsbudgets entstehen könne.

Folgende Ideen und Wünsche zu den Funktionen der Kommunikationsplattform wurden genannt:

Die Kommunikationsplattform enthält...

- einen Veranstaltungskalender, der alle Kulturangebote in der Stadt Heilbronn bündelt,
- eine Schnellsuche für Angebote und Veranstaltungen (z. B. »aktuell«, »heute«),
- proaktive Vorschläge auf Basis der eingegebenen Suche (»Auch Folgendes könnte Sie interessieren...«),
- eine Push-Benachrichtigungsfunktion für Veranstaltungen, für die man sich über ein persönliches Profil anmeldet (ähnlich zu Push-Nachrichten von Apps auf Smartphones)
- Informationen zu den Einrichtungen, Spielstätten und Veranstaltungsorten sowie
- zu den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und -partnern vor Ort,
- eine Chatfunktion für die Kommunikation zwischen Kulturanbietern und Kulturinteressierten,
- einen persönlichen Login-Bereich mit Profilerstellung für Künstlerinnen und Künstler, Kultureinrichtungen und -veranstalter inklusiver einer Suchfunktion insbesondere für Künstlerinnen und Künstler sowie Akteursgruppen, deren Leistungen gebucht werden können,
- die Möglichkeit für Kulturakteurinnen und -akteure 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 eingepflegt werden, sollten über Facebook und andere Kanäle anschließend geteilt und kommuniziert werden können).

Weitere Herausforderungen und offene Fragen, die artikuliert wurden:

Abseits der Frage der Finanzierung antizipierten die Teilnehmenden eine Reihe weiterer Herausforderungen und offener Fragen im Hinblick auf das erfolgreiche Betreiben einer digitalen Kommunikationsplattform. Grundsätzlich ließ die Arbeitsgruppe eine durchaus kritische Haltung gegenüber dem Vorhaben erkennen, eine solche Kommunikationsplattform auf den Weg zu bringen, gleichwohl wurde der Bedarf nach einem solchen Medium erkannt.

- Eine zentrale redaktionelle Verantwortung sei unerlässlich, um vor allem eine (politische) Instrumentalisierung oder einen potenziellen Missbrauch durch beispielweise verfassungswidrige Angebote und Veranstaltungen zu vermeiden.

- Gleichzeitig stelle sich die Frage, wer über die Auswahl von Veranstaltungen entscheide (im Sinne einer Kuratoren-Funktion) beziehungsweise ob überhaupt darüber entschieden werde.
- Neue Stellen für Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter, welche die Plattform aufbauen und betreuen, seien Voraussetzung für den Erfolg der Plattform; »Wenn alle [Kulturakteurinnen und -akteure] mitmachen, sind neue Stellen realisierbar!«.
- Es werde die Gefahr gesehen, dass letztendlich lediglich ein weiterer Veranstaltungskalender entstehe, der potenziell Interessierte mehr verwirre als in der Entscheidungsfindung unterstütze.
- Der Zugang und das Besitzrecht für persönliche Nutzerdaten sollten unbedingt geklärt werden.
- Es müsse Klarheit geschaffen werden, was Kulturakteurinnen und -akteure leisten müssen, um die Kommunikationsplattform nutzen zu können.
- Es stelle eine Herausforderung dar, Veranstaltern einen tatsächlichen Mehrwert anzubieten.
- Die Plattform werde kein Selbstläufer sein, es müssten entsprechende Marketingmaßnahmen eingeplant werden, um überhaupt auf die Plattform aufmerksam zu machen.
- Bürgerinnen und Bürger sollen sich einbringen (dürfen), aber gleichzeitig stelle sich die Frage, ob Heilbronn überhaupt schon das Potenzial für eine Online-Community habe, die das Portal (mit)gestalten könne.
- »Die Politik soll sich dabei raushalten«. Andernfalls gelte es zu viele Auflagen und Interessen zu berücksichtigen und es drohe die Gefahr, das eigentliche Ziel aus den Augen zu verlieren und an einer kreativen Lösung vorbei zu arbeiten (persönliche Einzelaussage an Moderator im Anschluss des Workshops).

Folgenden Voraussetzungen für ein erfolgreiches Betreiben der Plattform im Sinne der Instandhaltung der Funktionalität leiten sich daraus aus Sicht der Teilnehmenden ab:

- Die Plattform sollte die kulturelle Vielfalt in Heilbronn ganzheitlich und neutral abbilden und offen für verschiedene Nutzergruppen sein.
- »Das Produkt muss sofort fertig sein.« Bei Instandsetzung der Plattform und Veröffentlichung sollten alle Grundfunktion vorhanden sein und funktionieren. Beispielsweise sollte der Veranstaltungskalender nicht erst nach Veröffentlichung nach und nach befüllt werden. Man wolle unmittelbar begeistern und alle Zielgruppen von der Funktionalität überzeugen.
- Die Zuständigkeit für die Plattform sollte beim Stadtmarketing liegen.
- Eine zentrale Ansprechperson mit Zuständigkeit für die kontinuierliche Pflege, Wartung und Weiterentwicklung der Plattform müsse dort installiert werden.
- Für die Kulturakteurinnen und -akteure sollte eine möglichst einfache Nutzung der Funktionen möglich sein, um etwaigen Nutzungsbarrieren vorzubeugen.

- Auf der Plattform sollte mit Text sehr bewusst und sparsam umgegangen werden (»Nicht inhaltlich, vor allem nicht textlich, überfrachten«).
- Sämtliche Inhalte gelte es vor Veröffentlichung der Beiträge zu prüfen.
- Vor allem gelte es darauf zu achten, dass Inhalte stets durch Aktualität bestechen.
- Gleichwohl solle keine Wertung und Selektion im Sinne eines kuratorischen Verfahrens vorgenommen werden.
- Werbemöglichkeiten (Anzeigenschaltung etc.) sollten ausgeschlossen sein.
- Es soll eine eingängige Internetdomain (Webadresse) kommuniziert und etabliert werden.
- Die Plattform sollte AGBs enthalten, die verfassungswidrige Angebote verbieten (z. B. Frauenfeindlichkeit, Antisemitismus, Missachtung der Religionsfreiheit, pornografische und gewaltverherrlichende Inhalte).
- Die Einträge sollten entsprechend dieser AGBs gewissenhaft und stetig kontrolliert werden.
- Die Möglichkeit von Datenhandel und -speicherung sollte grundlegend ausgeschlossen werden.
- Ein Portal aus und für Heilbronn: der Fokus sollte auf Angeboten in Heilbronn liegen.

Anforderungen an die Gestaltung beziehungsweise das Webdesign-Konzept

Abschließend wurden auch Anforderungen an die Gestaltung beziehungsweise das Webdesign-Konzept von den Teilnehmenden erarbeitet. Die Ergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst.

- Es wurde angemerkt, dass die Gestaltung bestehender Plattformen der Stadt nicht zeitgemäß und in Teilen sogar »peinlich« sei.
- Das neue Corporate Design von Heilbronn befinde sich aktuell in der Fertigstellung und sollte auf der Plattform zumindest in Grundzügen aufgegriffen werden.
- Grundsätzlich sollte das Design vertrauensvoll wirken.
- Die Plattform sollte sehr einfach konzipiert sein, um eine intuitive Nutzung zu gewährleisten.
- Es sollte eine Lösung angestrebt werden, welche gleichzeitig die Bedarfe unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen bediene und potenzielle Zielgruppen nicht ausschließe.

2.3.2 Mit welchen gemeinsamen Strategien, Instrumenten, Partnerinnen und Partnern könnte es gelingen, das Kulturangebot im Stadtraum, bei der Heilbronner Bürgerschaft und darüber hinaus noch stärker sichtbar zu machen?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

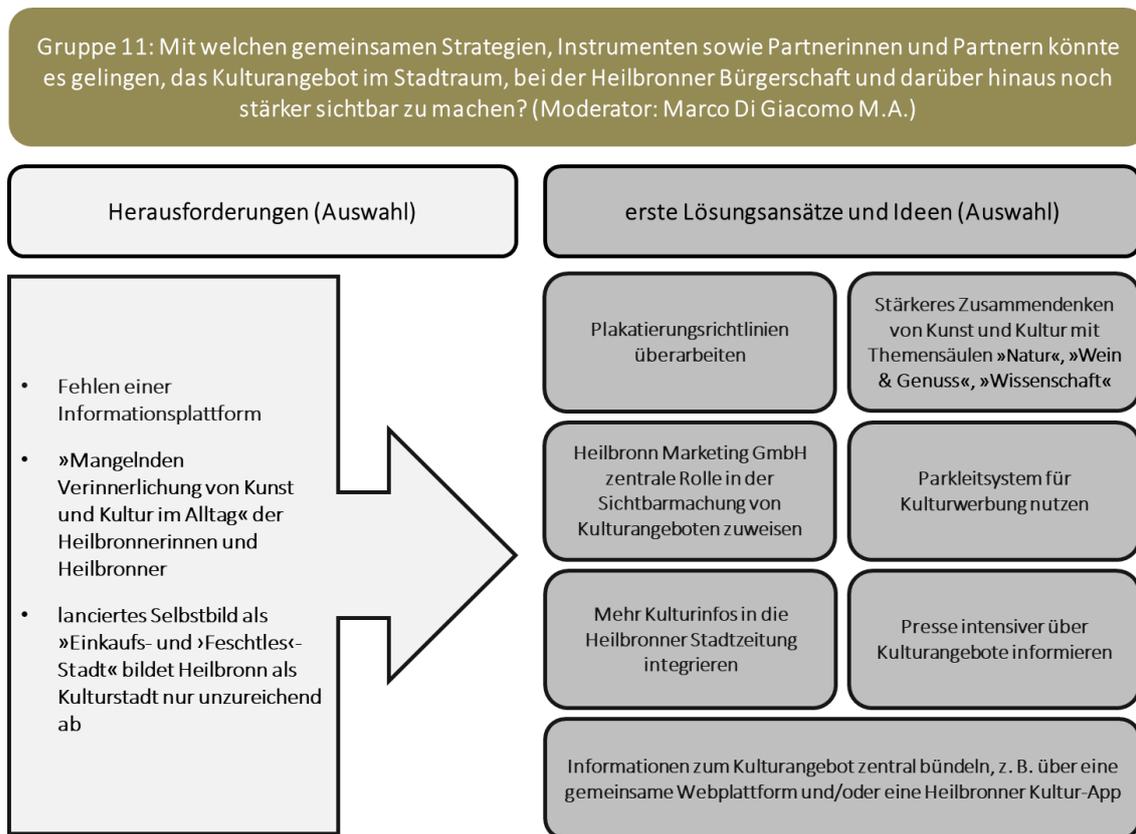


Abbildung 13: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 11

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Grundlegend seien, so die Einschätzung der Teilnehmenden, gemeinschaftliche Strategien nur durch eine stärkere Vernetzung aller Heilbronner Kulturschaffenden und -einrichtungen realisierbar. Außerdem müsse gewährleistet sein, dass kleinere (ehrenamtliche) Kulturakteurinnen und -akteure ebenfalls an den Maßnahmen partizipieren können und nicht etwa durch hohe Teilnahmegebühren oder ähnliches daran gehindert werden. Darüber hinaus könne eine starke Sichtbarkeit durch neue Ansätze und Lösungen nur dann aussichtsreich erzeugt werden, wenn sich alle Akteurinnen und Akteure beteiligen – eventuell sogar verpflichtend.

Ideen für gemeinsame Aktivitäten zur Stärkung der Sichtbarkeit Heilbronn als Kulturstadt

Im gemeinsamen Brainstorming wurden folgende Ideen entwickelt, die teilweise über traditionelle Kommunikationsstrategien und -instrumente hinausgehen:

Digitale Werbemedien im öffentlichen Raum

- Klassisch runde Werbesäulen digital bespielen mit aktuellen Kulturangeboten und an regelmäßig frequentierten Plätzen aufstellen.
- Die Werbesäulen werden von einer zentralen Stelle aus koordiniert und bespielt (vgl. dazu Verantwortlichkeit für die digitale Kommunikationsplattform).
- Digitale Bildschirme sollten bedienbar sein, um die wechselnden Anzeigen zu steuern.
- Leuchttafeln an Brücken installieren und à la »Breaking News« bespielen.
- Veranstaltungsübersicht auf Bildschirmen beziehungsweise Fernsehgeräten in Hotelzimmern anzeigen.

Kooperationen mit Verkehrsträgern und anderen Unternehmen

- Kooperationen mit Fahrradvermietungen und/ oder Taxiunternehmen, die Werbeanzeigen an den Rädern beziehungsweise Fahrzeugen anbringen.
- Bildschirme in den Kantinen von Heilbronner Unternehmen nutzen oder installieren.

»Kultur-Blindbooking«

Ähnlich wie im Kino bei »sneak previews« oder bei Pauschalreisen könnten Gäste und Heilbronnerinnen sowie Heilbronner sich ebenfalls auf diese Form der Überraschung einlassen. Mit der Option, grundlegende Parameter zum Angebot auszuwählen (z. B. Datum, Uhrzeit, Sparte), könnten die Interessierten anschließend Tickets »blind« kaufen und erst am Veranstaltungstag beziehungsweise zu einer bestimmten Uhrzeit erfahren, für welches Angebot sie ein Ticket erworben haben. Ebenfalls denkbar wären eigens konzipierte Konzertreihen oder ähnliches, die nach dem »Blindbooking«-Prinzip funktionieren.

»Kleines Fenster ganz groß«

Schaufenster werden zu Werbefenstern für Kultur: Die Schaufenster werden kreativ gestaltet, um Aufmerksamkeit zu ziehen. Es wird (ca. in der Größe eines DIN A4 Blatts) eine Werbefläche ausgespart, also ein kleines Werbefenster im großen Schaufenster, um dort bevorstehende Kulturangebote anzukündigen.

Mobile Touristeninformation

Personen fahren zum Beispiel mit E-Bikes durch die Stadt und fungieren als mobile Touristinfopoints (z. B. auch anlässlich von Großveranstaltungen wie »BUGA Heilbronn 2019« oder »Klassik Open Air Heilbronn«).

»Kulturcontainer«

- Es werden gezielt bei nicht-(hoch)kulturellen Veranstaltungen Informationen über Kulturangebote platziert – mit Hilfe eines mobilen »Kulturcontainers«, der Aufmerksamkeit auf sich zieht.
- In und/oder vor dem Container werden Kulturinformationen ausgelegt und eine Ansprechpartnerin oder ein Ansprechpartner gibt vor Ort Auskunft.

»Kultur Service-Hotline« (Favorit der Gruppe)

Eine Telefonzelle im öffentlichen Raum fungiert als »Heilbronner Kulturhotline« mit folgenden Eigenschaften:

- Kostenloses Informationsangebot,
- auf unkompliziertem und schnellem Wege Informationen zum tagesaktuellen Kulturangebot,
- Blinken, wenn in der Nähe eine Veranstaltung bald beginnt
- gestaltet als alte Telefonzelle im Retro Stil,
- eventuell zusätzliche Funktion als Büchertauschregal
- und Zugriff auf digitale Kommunikationsplattform (vgl. Kap. 2.3.1).

2.4 Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – mit Kooperationen und Zukunftsvisionen

2.4.1 Welche konkreten Anlässe, Rahmenbedingungen oder konkrete Projektideen könnten Kooperationen zwischen verschiedenen Kulturaktorsgruppen, insbesondere zwischen städtischen Kultureinrichtungen und Freier Szene, stimulieren?

Ausgangssituation: Welche Herausforderungen wurden im bisherigen Prozess identifiziert und welche Ansätze erarbeitet?

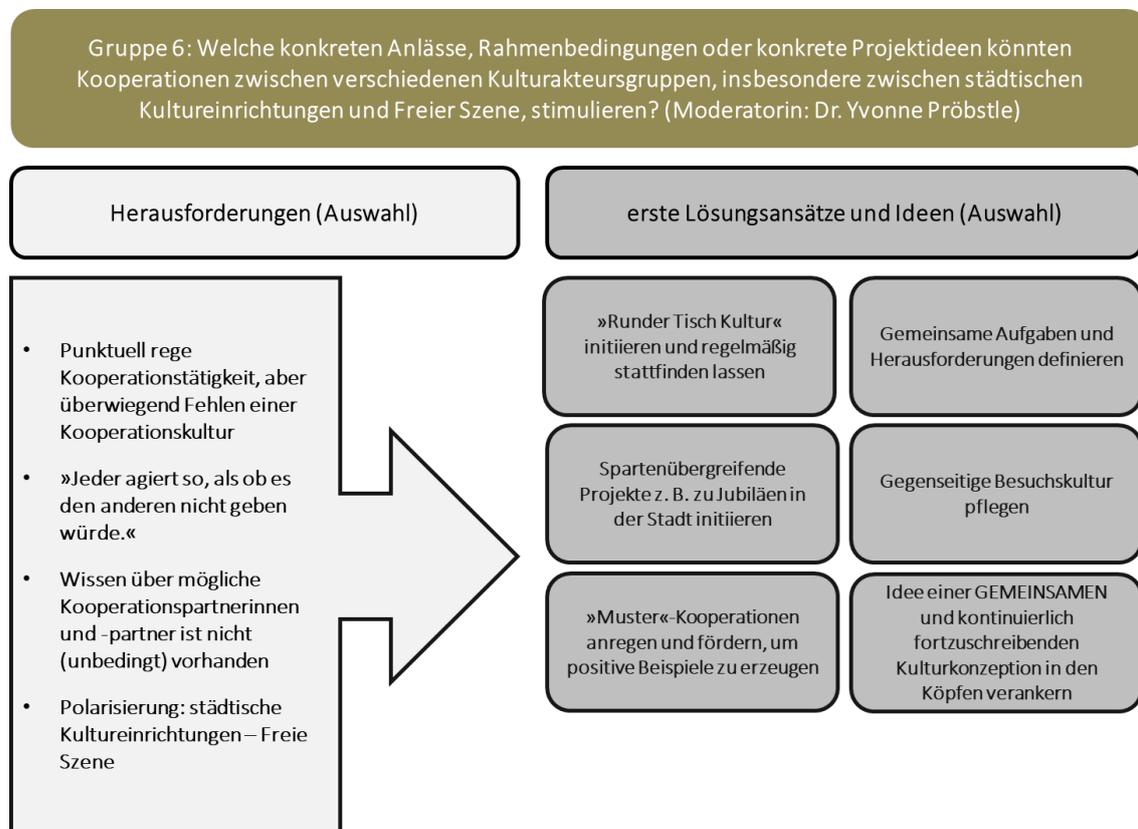


Abbildung 14: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 6

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Zum Einstieg in die Diskussion wurden die Teilnehmenden gebeten, ihr jeweiliges Anliegen kurz darzulegen, das sie in die Arbeitsgruppe geführt hat. Auffällig war, dass die Teilnehmenden überwiegend der Freien Szene zuzuordnen waren, Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, aus Verwaltung oder städtischen Kultureinrichtungen dagegen deutlich in der Minderheit beziehungsweise gar nicht anwesend waren.

Die Wortmeldungen der Anwesenden werden im Folgenden zusammengefasst:

- Blockaden seitens der Stadt, damit gemeint waren Politik, Verwaltung und städtische Kultureinrichtungen, sollten zugunsten einer Kooperationskultur mit nicht-städtischen Partnerinnen und Partner, darunter vor allem der Freien Szene, abgebaut werden.
- Musiker seien grundsätzlich »heiß« auf Kooperationen und würden es begrüßen, Austausch zu initiieren und Formen der Zusammenarbeit auf den Weg zu bringen.
- Die Kirchenmusik müsse und wolle sich im Sinne ihrer eigenen Zukunft öffnen, weshalb ebenfalls Interesse an Austausch- und Kooperationsmöglichkeiten bestehe.
- Die *Kulturstiftung der Kreissparkasse Heilbronn* engagiere sich bereits in der Kulturförderung, wolle jedoch aufgrund bisheriger Erfahrungen und Rückmeldungen im Rahmen von Kulturförderprojekten näher in Erfahrung bringen, wo konkrete Kooperations- und Unterstützungsbedarfe bestehen.
- Das *OLGA Jugend- und Familienzentrum Heilbronn* zeigte sich ebenfalls aufgeschlossen Kooperationen gegenüber und verwies über verfügbare Raumangebote im eigenen Haus.
- Ein weiterer Beitrag galt Kooperationen mit Künstlerinnen und Künstlern von auswärts. Für »Residency«-Programme und ähnliches bräuchte es jedoch adäquat ausgestattete beziehungsweise zulässige Unterbringungsmöglichkeiten, die den Auflagen genügen.
- Die »BUGA Heilbronn 2019« wurde grundsätzlich als außerordentliches Kooperationspotenzial bewertet. Die bisherigen Versuche der Zusammenarbeit wurden jedoch von einem Großteil der Anwesenden als unbefriedigend dargestellt, beklagt wurde eine eher passive Haltung der »BUGA«-Verantwortlichen gegenüber den Kulturakteurinnen und -akteuren in der Stadt. Mit Blick auf den verbleibenden knappen Planungszeitraum wurde beschlossen, die BUGA aus der weiteren Diskussion in der Arbeitsgruppe auszuklammern.
- Beim Stichwort »Kooperation« wurde auch die Verwaltung als Partnerin genannt. Anwesende Vertreterinnen und Vertreter betonten in diesem Zusammenhang, dass das Bedürfnis freier Akteure nach Beratungsdienstleistungen sowie vereinfachten Informations- und Genehmigungsprozesse groß sei (»Schaffung einer zentralen Service- und Beratungsstelle«, »ein Weg anstelle von vielen«).
- Es bedürfe grundsätzlich der Etablierung einer Plattform, die Austausch ermögliche und somit überhaupt den Weg bereiten könne für jede Form der Kooperation (z. B. »Speed Dating Kultur«). Auf positiven Anklang stieß in diesem Zusammenhang der Zusammenschluss der Freien Szene und der Austausch mit der Verwaltung (»Runder Tisch Freie Kulturarbeit«).
- Darüber hinaus bedürfe es einer Instanz, die Kooperationsanlässe (z. B. stadtspezifische Jubiläen und andere Feierlichkeiten, etwa das Beethoven-Jahr 2020) »auf dem Schirm habe« und rechtzeitig darüber

informiere, so dass ausreichend Zeit zur Anbahnung und Realisierung von Kooperationen ebenso wie zur Berichterstattung darüber bleibe.

- In diesem Zusammenhang wurde die Idee in die Diskussion eingebracht, eine Art von Ausschreibungsportal einzurichten, das Kooperationsanlässe und -gesuche sichtbar macht.
- Ein weiterer Beitrag zielte auf die Etablierung eines jährlichen Festivals ab, das gemeinsam von Ehrenamtlichen, Freier Szene, nicht-städtischen und städtischen Kultureinrichtungen getragen wird.

WER macht WAS gemeinsam mit WELCHEM Ziel?

Ausgehend von diesen Anliegen verdichteten sich im weiteren Diskussionsverlauf zwei Maßnahmvorschläge, die von den Teilnehmenden favorisiert wurden. Dabei bat die Moderatorin darum, die Vorschläge so zu konkretisieren, dass die potenziellen Kooperationspartnerinnen und -partner sowie die gemeinsam zu verfolgenden Aktivitäten und das damit angestrebte Ziel klar benannt werden.

Sparten- und trägerübergreifenden Kultur-Stammtisch in gemeinsamer Verantwortung etablieren und Online-»Kooperationsbörse« einrichten

Mit dem Ziel, einen kontinuierlichen Austausch zu fördern und dadurch die gegenseitige Wahrnehmung zu verbessern, soll in regelmäßigen Abständen ein Kultur-Stammtisch stattfinden, zu dem – unabhängig von Trägerschaft und Sparte – sämtliche Kulturschaffende der Stadt eingeladen sind. Die Organisation des Stammtisches, und damit verbunden zum Beispiel auch die Auswahl von Diskussionsschwerpunkten oder ähnlichem – könnte in die Hände ausgewählter Vertreterinnen und Vertretern aus Verwaltung, städtischen Kultureinrichtungen und Freier Szene gelegt werden. Um den Aufwand auf verschiedenen Schultern zu verteilen, könnte die Zuständigkeit jeweils für einen bestimmten Zeitraum zwischen den Vertreterinnen und Vertretern aus den genannten Bereichen rotieren und/oder könnten die zuständigen Personen in regelmäßigen Abständen durch andere abgelöst werden.

Neben diesen zwanglosen Treffen sollte es eine dauerhaft verfügbare Plattform geben, auf der sich Akteurinnen und Akteure vorstellen und zum Beispiel auch Kooperationsbedarfe und -möglichkeiten sichtbar gemacht werden können. Als Online-Lösung gedacht, könnte außerdem geprüft werden, ob sich eine solche »Kooperationsbörse« gemeinsam mit der angestrebten Kommunikationsplattform (vgl. dazu Kap. 2.3.1) realisieren ließe (z. B. über einen Log-In Bereich für Kulturakteurinnen und -akteure).

Kooperation zwischen städtischen und institutionell geförderten Kultureinrichtungen sowie Freier Szene und/oder anderen ehrenamtlichen Kulturschaffenden in Zielvereinbarung verankern – Finanzierung über Kooperationsprojekt zwischen Stadt und Wirtschaft

An eine städtische Trägerschaft und institutionelle Förderung sollte zukünftig die Zielvereinbarung geknüpft sein, mit der Freien Szene und/oder anderen ehrenamtlichen Kulturschaffenden in regelmäßigen

Abständen gemeinsame Programmformate zu realisieren, die beiderseitig einen Nutzen erkennen lassen (z. B. Durchmischung von Publika) und mittel- bis langfristig dazu beitragen, eine Kooperationskultur aufzubauen. Die notwendigen finanziellen Mittel sollten bestenfalls durch die Stadt und gegebenenfalls in Kombination mit einer Partnerin oder einem Partner aus der Wirtschaft bereitgestellt werden.

2.4.2 Welche Kulturstadt wollen wir gemeinsam gestalten? Welche Narrative, Visionen und Utopien sollen das Bild Heilbronn als Kulturstadt im Jahr 2030 prägen?

In dieser Arbeitsgruppe wurden zukunftsgerichtete Bilder entworfen und diskutiert, die prägend sein sollen mit Blick auf Heilbronn als Kulturstadt im Jahr 2030. Die Diskussion diente folglich weniger dazu, konsequent Maßnahmen zu entwickeln, sondern übergeordnete Ziele anzudiskutieren, die Grundlage einer gemeinsamen Haltung sein und als solche auch Eingang in die Kulturkonzeption finden könnte. Zur besseren Lesbarkeit werden die Beiträge der Teilnehmenden im Folgenden nach Schwerpunkten gegliedert.

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

2030 ist Heilbronn eine Kulturstadt, in der sich eine Kultur des Austauschs und des Miteinanders etabliert hat.

- Kulturschaffende und Bürgerinnen sowie Bürger entwickeln ein stärkeres Bewusstsein und Respekt für das Kulturverständnis des Anderen (»Lernen, positiv über Andere zu sprechen«).
- In Heilbronn etabliert sich eine Diskurskultur. Kultur wird nicht ausnahmslos passiv rezipiert, sondern lebendig verhandelt. Es darf und soll das diskutiert werden, was auf der Bühne und andernorts zu sehen ist.
- Alt und Neu, Tradition und Zeitgenössisches werden nicht unhinterfragt gegeneinander aufgewogen. Es finden sich Formate, die ein Miteinander und eine gegenseitige Befruchtung befördern (z. B. »HANIX«-Party im Museum). Dies gilt im Hinblick auf Angebote für verschiedene Zielgruppen (z. B. Angebote für ältere und jüngere Menschen).
- Es findet ein kontinuierlicher Prozess der Selbstreflektion statt. Gewohntes darf hinterfragt und gegebenenfalls aufgebrochen werden (»Kultur des Loslassens«, »Mit der Zeit gehen«).
- Regionale Kulturschaffende erfahren mehr Wertschätzung durch und in der Stadt, ihr künstlerisch-kreatives Potenzial wird stärker genutzt und sichtbarer gemacht.
- Kulturschaffende finden in Heilbronn ein inspirierendes Umfeld, das Offenheit und Neugier ausstrahlt.

2030 ist Heilbronn eine Kulturstadt, die sichtbar und mit Erfolg an der Herausforderung nach mehr Teilhabe gearbeitet hat.

- Schulen können die Vielzahl an Angeboten im Bereich der Kulturellen Bildung nutzen, weil die Lehrer- und Schülerschaft dafür ausreichend Zeit hat.
- Kulturangebote sind auch für weniger einkommensstarke Personen leistbar; Ticketpreise und ähnliches stellen keine Barriere mehr dar.
- Inklusion und Barrierefreiheit sind Themen, die nicht mehr verhandelt werden müssen, sondern selbstverständlich sind.
- Das Kulturangebot in der Stadt wird von Akteursgruppen mit unterschiedlicher Herkunft und kulturellen Wurzeln gestaltet; man nimmt sich gegenseitig wahr und fördert den Austausch untereinander.
- Das Kulturangebot wird sichtbarer, weil sich Kultureinrichtungen vermehrt öffnen und der öffentliche Raum verstärkt bespielt wird.
- Es werden so genannte »Kulturräume« für alle geschaffen, die in einem erweiterten Kulturverständnis multifunktionale Nutzungen zulassen (z. B. Ateliers, Bühne, Fahrradwerkstatt, Repair-Café).
- Heilbronn ist gelebte Kulturstadt, weil Kunst und Kultur für die Bürgerinnen und Bürger dieser Stadt von Relevanz sind.

2030 ist Heilbronn eine selbstbewusste Kulturstadt, an der man nicht mehr vorbeifährt.

- In Heilbronn hat sich ein stärkeres Bewusstsein für die kulturelle Identität der Stadt herausgebildet.
- Das Heilbronner Kulturangebot wird noch sichtbar gemacht; Kunst und Kultur sind allgegenwärtig im Stadtraum.
- Heilbronn lernt, »sein Licht« nicht länger »unter den Scheffel zu stellen«, sondern mit den bestehenden Angeboten selbstbewusst umzugehen.
- Heilbronn nutzt die gegenwärtige Aufbruchsstimmung und schafft es, »groß zu denken – auch in der Kultur«, indem zum Beispiel Persönlichkeiten, Begebenheiten, Jubiläen oder ähnliches (z. B. Robert Mayer, »Käthchen von Heilbronn«) entsprechend sichtbar gemacht werden.
- Heilbronn gelingt es, Kulturangebote zu etablieren beziehungsweise so sichtbar zu machen, dass sie auch in der Außenwahrnehmung als »einmalig« und »typisch« für Heilbronn gelten.

2030 ist Heilbronn eine Kulturstadt, die für Qualität steht.

- Qualität spielt im Diskurs über die Ziele Heilbronnns als Kulturstadt eine verstärkte Rolle. Dabei sollte Qualität nicht mit Exklusivität gleichgesetzt werden.
- Die Vielfalt des Kulturangebots sollte nicht zu Lasten der Qualität gehen.

2030 ist Heilbronn eine Kulturstadt, die ihre traditionelle Stärke als Musikstadt weiter stärkt.

- Es gelingt, Heilbronn als Musikstadt mit ihren heutigen Angeboten noch sichtbarer zu machen, und zwar nach innen wie nach außen. Vor allem aber gelingt es, die heranwachsende Generation für den Stellenwert von Musik in Heilbronn und für die eigene Persönlichkeit zu sensibilisieren.
- Ein zeitgemäß ausgestatteter und klanglich überzeugender Konzertsaal wird geschaffen, mit dem auch hochkarätige Besetzungen nach Heilbronn gelockt werden können.
- Es wird in diesem neuen Konzertsaal eine Programmatik gemäß dem Anspruch »Vielfalt mit Anspruch« verfolgt.
- Heilbronn verfügt über ein eigenes Opern- und Operettenensemble.
- Bei all den Bemühungen um die Musikstadt Heilbronn sollte ein normativer Ansatz vermieden werden, der der Vielzahl anderer Kulturangebote in Heilbronn nicht gerecht werden würde.

Weitere: 2030 ist Heilbronn eine Kulturstadt,...

- in der die Geschichte der Stadt weiterhin eine Rolle spielt.
- die ein soziokulturelles Zentrum mit multifunktionalen Nutzungsmöglichkeiten aufgebaut hat.
- die eine geisteswissenschaftliche Fakultät etabliert hat.
- die noch mehr Stadt am Fluss ist als heute.
- in der der Mensch, weniger das Auto im Mittelpunkt steht.
- die sich auch im Erscheinungsbild modernisiert hat und als sauber gilt.

2.5 Open Space: Kulturelle Teilhabe für Menschen mit Behinderung

Das Thema »Kulturelle Teilhabe für Menschen mit Behinderung« wurde als Themenvorschlag für einen Open Space durch eine Teilnehmerin in der Eröffnungsrunde eingebracht.

Ergebnisse aus der Gruppenarbeit

Die Gruppe stellte sich zunächst die Frage, warum es für die Gesellschaft wichtig sei, dass Menschen mit Behinderung am gesellschaftlichen Leben teilhaben können:

- Grundsätzlich hätten circa zehn Prozent der Menschen eine Behinderung. Darüber hinaus dürften Älterwerdende, temporär Eingeschränkte sowie Menschen mit Unterstützungsbedarf ohne Diagnose auch nicht vernachlässigt werden.
- Der Umgang von Menschen ohne Behinderung mit Menschen mit Behinderung stelle einen Mehrwert für die Sozialkompetenz dar und könne Barrieren in den Köpfen abbauen.

- Würden bei Regelangeboten behindertengerechte Aspekte immer gleich mitgedacht werden, müssten keine aufwendigen Sonderlösungen im Nachgang entwickelt werden, was zu Kostenersparnissen führen könnte.
- Zudem gebe es auch Kulturschaffende, die eine Behinderung haben und ebenfalls nicht von den bestehenden Angeboten ausgeschlossen werden sollten.

Anschließend sammelten die Teilnehmenden Vorschläge für Maßnahmen, die einerseits direkt auf die Teilhabe von Menschen mit Behinderung abzielen und andererseits die Schaffung von Voraussetzungen zum Ziel haben, so dass Kultureinrichtungen Teilhabe überhaupt ermöglichen können:

Maßnahmen zur Verbesserung der Möglichkeit auf Kulturellen Teilhabe für Menschen mit Behinderung:

- Etablierung barrierefreier Informationsvermittlung (z. B. barrierefreie Flyer, Informationen in »Leichter Sprache«, Gebärdensprache)
- Erstellung separat ausgewiesener Infos zur Barrierefreiheit inklusive Wegeführung (z. B. auf der Homepage, auf Flyern, in Pressemitteilungen etc.)
- Ausbau barrierefreier Zugänge und räumlicher Nutzbarkeit (z. B. Rampen, Höranlagen, Blindenleitelemente, Kontraste)
- Bewusstere Beschilderung in den Einrichtungen beziehungsweise bei Veranstaltungen
- Visualisierung von Museen unter Nutzung vorhandener medialer Angebote (z. B. Audioguidetexte)
- Einrichtung einer »Kulturtafel« für Menschen mit Behinderung
- Ergänzung der Audioguidetexte um Audiodeskriptionen im Museum
- Steigerung der Besuchsattraktivität für Begleitsdienste (z. B. kostenlose Angebote)

Voraussetzungen zur Ermöglichung von Kultureller Teilhabe durch Kulturanbieter:

- Aufnahme der Forderung nach umfänglicher Barrierefreiheit in die Kulturförderrichtlinien
- Einrichten einer Kompetenzstelle für Kulturschaffende, wo über Barrierefreiheit und teilhabefördernde Maßnahmen informiert wird
- Erstellung eines Leitfadens »Kultur für alle« als Handreichung für die Planung von Veranstaltungen und Angeboten, unter Mitwirkung von Expertinnen und Experten
- Initiierung von Kooperationen zwischen Kulturakteurinnen und -akteuren, um Ressourcen zu bündeln (z. B. Höranlagen-Sharing)

3 Ausblick und Zusammenfassung: Was haben wir bisher erreicht? Wie geht es weiter?

Am Ende des zweiten Workshops ist der Moment gekommen, die Status Quo-Frage zu stellen: Die Stärken ebenso wie die Herausforderungen und damit verbundene Handlungsbedarfe der Kulturstadt Heilbronn sind bekannt und es ist an der Zeit, die im bisherigen Prozess ermittelten Zielvorstellungen und damit verbundene Handlungsempfehlungen und Lösungsszenarien in Form von Ideen und konkreten Maßnahmen zusammenzutragen, in einem vorläufigen Ziel- und Maßnahmenkatalog (vgl. Kap. 3.2) zu systematisieren und zu fragen, was gegebenenfalls noch fehlt beziehungsweise noch nicht hinreichend bearbeitet wurde. Und es stellt sich der Kern aller Fragen: »Mit welcher Grundhaltung wollen wir in den nächsten Jahren in Heilbronn Kunst und Kultur gestalten?« Diese Frage erschöpft sich nicht in einer Antwort darauf, welche Ziele mit welchen Maßnahmen zu erreichen sind. Sie geht vielmehr noch darüber hinaus und verlangt eine Antwort darauf, mit welcher Vision die Heilbronner Kulturschaffenden die weitere Kulturentwicklung in ihrer Stadt vorantreiben wollen und welche Leitideen einen gemeinschaftlich getragenen Überbau bieten können für eine Vielzahl an kleinteiligen Zielen, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen, die erfahrungsgemäß in einem solchen Prozess erarbeitet werden und schnell die Gefahr entstehen lassen, sich in Details zu verlieren ohne die grundsätzliche Frage zu klären: »Welche Kulturstadt wollen wir gemeinsam auf den Weg bringen?«. Und es braucht einen langen Atem, der ohne Motivation und ohne eine gemeinsame Idee nicht durchzuhalten sein wird, denn die Heilbronner Kulturentwicklung wird mit Fertigstellung der Kulturkonzeption nicht abgeschlossen sein. Die Kulturkonzeption versteht sich als »rollende Planung«, die Grundlagen für Öffnungs- und Veränderungsprozesse schafft, die diskursiv weiterentwickelt werden können und deren Ansätze immer wieder aktualisiert sowie konkretisiert werden müssen. In einem damit verbundenen langfristigen und von Zeit zu Zeit auch langwierigen Prozess ist die Möglichkeit der Rückbesinnung auf einen gemeinsamen Grundton essenziell wichtig.

3.1 Worauf wollen wir uns verständigen? Leitlinien für die Kulturarbeit und Kulturentwicklung in Heilbronn (Entwurf)

Der folgende Entwurf möglicher Leitlinien für die Kulturarbeit und Kulturentwicklung in Heilbronn speist sich aus den bisherigen Prozessergebnissen und versteht sich als Zwischenergebnis, das im Rahmen des dritten und letzten Workshops zur Diskussion gestellt werden soll.

Vorschläge für mögliche Leitlinien

1. Heilbronn ist eine traditionsbewusste und aufgeschlossene Kulturstadt, in der kulturelles Erbe und zeitgenössisches Kulturschaffen tragende Säulen der Stadtgesellschaft sind, geformt von städtischen Kultureinrichtungen ebenso wie von Freier Szene, Vereinen, Kultur- und Kreativwirtschaft und einer Vielzahl an Künstlerinnen und Künstlern sowie engagierten Bürgerinnen und Bürgern.
2. Kulturarbeit in Heilbronn leistet einen elementaren Beitrag zur Stadtentwicklung und hat in den angrenzenden Bereichen Bildung, Inklusion, Integration und Soziales, Stadtmarketing und Tourismus sowie Wirtschaft wichtige Verbündete und Partner auf Augenhöhe.
3. Heilbronn ist eine Stadt im Aufbruch – Kulturpolitik, Kultureinrichtungen, Kulturschaffende und Kulturverwaltung leisten ihren Beitrag dazu, indem sie die gegenwärtigen Herausforderungen annehmen und, wo erforderlich, Gewohntes in Frage stellen und zeitgemäße Lösungen finden.
4. Kulturförderung in Heilbronn zielt darauf ab, Frei- und Ermöglichungsräume für Kunst und Kultur zu schaffen, indem zeitgemäße und transparente Förderkriterien, -instrumente und -verfahren entwickelt werden.
5. Kulturarbeit und Kulturentwicklung bedeuten, in Heilbronn gemeinsam zu gestalten und Synergien freizusetzen über die Grenzen von Trägerschaften und Sparten hinweg. Offenheit, Wertschätzung und regelmäßiger Austausch sind dafür die gegenseitigen Voraussetzungen.
6. Die Diversität der Heilbronner Stadtgesellschaft ist Gradmesser für das Streben nach Teilhabe und Partizipation. Ernstgemeinte Partizipation endet dabei nicht bei der Angebotsgestaltung für bestimmte Zielgruppen, sondern bezieht die Heilbronner Bürgerinnen und Bürger mit ein.

3.2 Vorläufiger Ziel- und Maßnahmenkatalog

Insgesamt zeichnen sich vier Handlungsfelder ab, die im Folgenden als so genannte »Zukunftswerkstätten« bezeichnet werden und die Ziel- und Maßnahmenvorschläge nach Schwerpunkten bündeln. Mit der Wahl dieser Begrifflichkeit soll deutlich gemacht werden,

- dass die Kulturentwicklung mit dem Abschluss des laufenden Prozesses und der Vorlage eines Ziel- und Maßnahmenkatalog nicht abgeschlossen ist, sondern im Gegenteil, damit die Grundlage für die Umsetzung und weitere Aushandlung in Form einer Priorisierung, weiteren Konkretisierung und gegebenenfalls Modifikation geschaffen wird.
- die Kulturkonzeption offen angelegt ist und jederzeit Raum für das Reagieren auf neue Entwicklungen und Herausforderungen zulässt.

Zukunftswerkstatt 1: Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation		
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge
1.	Zwischen Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteuren besteht ein regelmäßiger Austausch und Dialog als Grundlage für mehr gegenseitige Wertschätzung und Kooperation	Sparten- und trägerübergreifenden Kultur-Stammtisch in gemeinsamer Verantwortung etablieren Zuständigkeit jeweils für einen bestimmten Zeitraum zwischen Vertreterinnen und Vertretern aus Verwaltung, städtischen Einrichtungen und Freier Szene rotieren und/ oder die zuständigen Personen in regelmäßigen Abständen durch andere ablösen
2.		Online-»Kooperationsbörse« einrichten, auf der sich z. B. Akteurinnen und Akteure vorstellen können und Kooperationsbedarfe und -möglichkeiten sichtbar gemacht werden können Anbindung an digitalen Kommunikationsplattform (vgl. Maßnahme 42) über z. B. Log-In-Bereich mit Akteurinnen und Akteure prüfen
3.	Städtische und institutionell geförderte Kultureinrichtungen und Freie Szene und/oder andere ehrenamtliche Kulturschaffende pflegen gemeinsame Kooperationen, die Synergien erzeugen.	Kooperation zwischen städtischen und institutionell geförderten Kultureinrichtungen sowie Freier Szene und/oder anderen ehrenamtlichen Kulturschaffenden in Zielvereinbarung verankern
Zukunftswerkstatt 2: (Frei-)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte, zeitgemäße und mutige städtische Kulturförderung und alternative Finanzierungs- und Förderpartner		
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge
4.	Die Stadt Heilbronn errichtet ein Soziokulturelles Zentrum, das (Frei-)Räume für Kulturschaffende ermöglicht und das kulturelle Leben in Heilbronn bereichert	Die laufenden Arbeit an einem Konzept für ein Soziokulturelles (De-)Zentrum abschließen und das Ergebnis in den politischen Entscheidungsprozess einspeisen
? ⁶		
5.	Kriterien, Instrumente und Verfahren der Kulturförderung sind transparent und leicht zugänglich.	In regelmäßigen Abständen Zahlen aufbereiten und Kulturförderbericht o. ä. veröffentlichen
6.	Die Vergabe von Fördermitteln wird getragen von sachkundigen Personen sowie Expertinnen und Experten	Dem Kulturausschuss der Stadt Heilbronn eine beschließende Funktion zuweisen
7.		Einen Fachbeirat, eine Jury o.ä. einberufen, der bei der Vergabe von Fördermitteln mit seiner Expertise unterstützt
8.	Für Kultureinrichtungen und Kulturschaffende gibt es die Möglichkeit auf Beratung und	»Servicestelle Drittmittelakquise « einrichten, die Informationen über aktuelle Drittmittelmöglichkeiten (inkl. einer Datenbank) bereithält und potenzielle Antragstellerinnen und -steller berät

⁶ Mit dem Fragezeichen soll an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass in der Frage, wie eine Neuausrichtung der städtischen Kulturförderung im Hinblick auf Kriterien, Instrumente und Verfahren noch Klärungsbedarf gesehen wird und die Entwicklung konkreter Lösungsvorschläge, die nicht ausschließlich auf eine Erhöhung des Kulturbudgets abzielen, zentralen Raum in dritten und letzten Workshop einnehmen sollten.

	Unterstützung in der Drittmittel-Akquise	
9.	Die Stadt Heilbronn und die hiesige Wirtschaft finden gemeinsame Formen der Kulturförderung.	Es wird eine »Kulturstiftung« gegründet, die sich aus Einlagen von der Stadt Heilbronn, vor Ort ansässigen Unternehmen und ggf. Bürgerinnen und Bürgern speist (z. B. mittels Crowdfunding, oder Versteigerungen).
10.		Politik und Verwaltung entwickeln gemeinsam mit Unternehmen Modelle für Patenschaften, Preise, Stipendien o. ä. als Beitrag zur Kulturförderung
11.	Die Stadt Heilbronn schätzt die Kultur- und Kreativwirtschaft und aktiviert die Potenziale dieser Branche.	Kultur- und Wirtschaftspolitik legen eine Förderung zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft auf, die sich aus Mitteln beider Ressorts speist
12.		<p>Zwischen dem Kulturamt und der Wirtschaftsförderung der Stadt Heilbronn wird ein regelmäßiger Austausch etabliert, um Aufgaben gemeinschaftlich bzw. in Aufgabenteilung bearbeiten zu können, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innerhalb der städtischen Verwaltung wird eine Kompetenzstelle Kultur- und Kreativwirtschaft geschaffen, die als Anlaufstelle für Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft fungiert (z. B. Hilfestellung bei Raumsuche, Fördermittelbeantragung) • Die Wirtschaftsförderung erstellt eine Online-Börse für Flächen zur Zwischennutzung für Kultur- und Kreativprojekte auf Zeit. • Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft werden regelmäßig in den Kultur- und Wirtschaftsausschuss eingeladen, um ihre Projekte und Vorhaben vorzustellen. • Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird im Rahmen von Bildungsmessen (z. B. Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken)/Berufsinformationstagen als Branche vorgestellt. • Ein »alternativen Stadtplan« wird erstellt, der Einrichtungen, Angebote und Orte der Kultur- und Kreativwirtschaft aufzeigt (in Kooperation mit Studierenden der Hochschule und Heilbronn Marketing GmbH)
Zukunftswerkstatt 3: Kulturelle Teilhabe und Kulturelle Bildung stärken und gemeinsam mit den Zielgruppen gestalten– im Fokus: Menschen mit internationalen Wurzeln, junge Menschen und Studierende, Menschen mit Behinderung, Stadtteile und Bildungseinrichtungen		
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge
Kulturelle Bildung		
13.	Es existieren Angebote und Kooperationen im Bereich der kulturellen Bildung, die für und gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen entwickelt wurden.	Kinder und Jugendliche zu ihren Ansprüchen und Ideen befragen, z. B. im Rahmen einer Kooperation mit dem Jugendgemeinderat und den Jugendhäusern, durch eine (Online-)Befragung von Jugendlichen nach dem Kulturbesuch oder im Anschluss an ihr BOGY-/ BORS-Praktikum
14.		Schülerinnen und Schüler nach ihren Vorstellungen hinsichtlich möglicher Kooperationspartner befragen und sie selbst Kooperationsanfragen (z. B. in Form von Chips) verteilen lassen
15.	Für Kinder, Jugendliche und Eltern gibt es eine Übersicht rele-	»Kulturpass« für Kinder und Jugendliche etablieren, der Informationen über Kulturangebote bündelt und kostenlosen bzw. stark vergünstigten Eintritt ermöglicht oder im Sinne einer Guthabekarte als Zahlungsmittel verwendet werden kann

	vanter Kulturangebote – verbunden mit einem monetären Anreizsystem.	»Kulturpass« mit einer Webseite (vgl. digitale Kulturplattform) und/oder Soziale Medien begleiten, um darauf aufmerksam zu machen und um über aktuelle Angebote etc. zu informieren
16.	Angebote sowie Ansprechpartnerinnen und -partner im Bereich Kultureller Bildung sind transparent und bekannt	»Plattform Kulturelle Bildung« einrichten, die feste Ansprechpersonen in allen Kultur- und Bildungseinrichtungen transparent benennt und über eine digitale Kooperationsbörse die Suche nach Beteiligungsmöglichkeiten, Kulturangeboten und Mitstreitern für Projekte ermöglicht; eine zentrale Pflege der Plattform sollte gewährleistet sein
17.		(einmalig oder mehrmals) »Marktplatz« durchführen, auf dem sich Anbietende im Bereich Kulturelle Bildung mit ihrem Programm sowie mit Mitmachangeboten präsentieren und Kontakte mit Erzieherinnen und Erziehern, Lehrerinnen und Lehrern sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren knüpfen können
18.		»Runder Tisch Schule und Kultur« zum Austausch zwischen Schulen und Kultureinrichtungen/ -schaffenden etablieren
Stadtteilkulturarbeit		
19.	Angebote der Kultureinrichtungen aus der Kernstadt kommen regelmäßig in die Stadtteile und sind dort erlebbar.	Begleitveranstaltungen zum Programm der Kultureinrichtungen der Kernstadt in den Stadtteilen durchführen (z. B. Auftakte und Einführungen, Satellitenausstellungen, »Teaser-Konzerte«)
20.		Öffentliche Bücherschränke auch in den Stadtteile aufstellen
21.	Informationen über Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen werden regelmäßig in einschlägigen Medien veröffentlicht.	Stadtteile mit ihrem Kulturangebot vorstellen, z. B. im Rahmen der Stadtteilblätter oder in einer extra Broschüre Rubrik »In den Stadtteilen« im gedruckten Kulturkalender ergänzen
22.	Die Stadtteile erhalten bei der Organisation und Durchführung von Kulturveranstaltungen Beratung und Unterstützung.	Betriebsamt und Kulturverwaltung entwickeln einen Leitfaden, der bei der Vorbereitung von Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen (aber grundsätzlich z. B. auch bei Vereinsveranstaltungen in der Innenstadt) hilfreich ist, indem er über Auflagen, Regelungen und Ansprechpartnerinnen sowie -partner informiert
23.		Heilbronn Marketing GmbH weitet Aktivitäten in den Stadtteilen aus (z. B. Beratung bei der Entwicklung stadtteilbezogener Veranstaltungskonzepte)
24.	Es gestaltet sich aus Sicht der Besucherinnen und Besucher aus den Stadtteilen einfacher, Kulturangebote in der Kernstadt ohne PKW wahrzunehmen.	Öffentlichen Personennahverkehr insbesondere am Abend ausbauen mit zusätzlichen Busverbindungen und »Kulturtaxen« Fahrradwege inkl. Beleuchtung ausbauen; Leihfahrradsystem entwickeln
Jugendliche und Studierende		
25.	Politik, Verwaltung und Kultureinrichtungen pflegen eine offene Haltung gegenüber jungen Kulturschaffenden und Kreativen.	Kulturelle Ausdrucksformen junger Heilbronnerinnen und Heilbronner als gleichwertig gegenüber tradierten Angeboten anerkennen und entsprechend in der Kulturkonzeption verankern
26.		Kultureinrichtungen entwickeln gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppen Kulturangebote bzw. Angebote in Kultureinrichtungen
27.		Verwaltungsbarrieren werden abgebaut, <ul style="list-style-type: none">indem es eine zentrale Anlaufstelle und eine/e Ansprechpartner/in für (bestehende) jugendkulturelle Initiativen und Projekte gibt (auch seitens Studierender der Hochschule).

		<ul style="list-style-type: none"> indem das städtische Kulturförderverfahren vereinfacht wird (z. B. leichter Zugang zu Informationen über Fördermöglichkeiten, Unterstützung bei bzw. vereinfachte Antragsstellung und Abwicklung)
28.	Es gibt in Heilbronn Orte und Räumen, wo Jugendliche und Studierende kreativ sein können.	<p>Bedarf in der Konzeption für ein Soziokulturelles Zentrum mitdenken</p> <p>Mit Studierenden ein System für Leerstandmeldung und kreative Zwischennutzung entwickeln</p>
29.	Es bestehen Anreize zum Besuch der »BUGA Heilbronn 2019« für junge Menschen.	<p>Ein Kulturprogramm konzipieren und umsetzen, das auch von jungen Kulturschaffenden gestaltet wird</p> <p>Monetäre Anreize setzen, z. B. freier Eintritt für Studierende oder Gratis-Ticket für Begleitperson</p>
Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln		
30.	Kultureinrichtungen und Vertreterinnen und Vertreter aus den verschiedenen Communities kennen sich und pflegen einen kooperativen Umgang miteinander.	<p>Schnittstelle und Ansprechpartner mit »Kümmerer«-Funktion installieren,</p> <p>z. B. mit folgenden Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Austausch und Dialog anstoßen Netzwerk aufbauen und pflegen Impulse für Kooperationen setzen Hilfestellung z. B. bei Antragsstellung, Genehmigungsverfahren etc.
31.		Zum Auftakt »Markt der Möglichkeiten« organisieren, um Dialog ins Rollen zu bringen (»Katalysator-Funktion«)
32.		Im weiteren Fortgang roulierenden »Tag der offenen Tür« installieren
33.		Kommunikationsplattform (vgl. Maßnahme 42) so einrichten, dass sich dort auch die verschiedenen internationalen Kulturvereine, Kulturschaffende etc. mit einem Profil vorstellen können (Übersicht erzeugen: Was und wen gibt es eigentlich?)
34.		Lernen von Anderen: Good Practice-Beispiele (z. B. »Weltreise durchs Wohnzimmer«) sichtbar machen, z. B. auf Kommunikationsplattform oder andere Form der Berichterstattung
35.	Kultureinrichtungen sind auf die Bedarfe von Menschen mit internationalen Wurzeln eingestellt.	<p>Kulturangebote gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppen entwickeln (kein »Überstülpen«)</p> <p>Kulturinformationen und Vermittlungsangebote konsequent mehrsprachig konzipieren – mit Unterstützung aus den verschiedenen internationalen Communities (Wer kann in den verschiedenen Communities welche Übersetzungsleistung erbringen?)</p>
36.	Lernen von Anderen: Kultureinrichtungen initiieren neue Allianzen mit Akteurinnen und Akteuren, die bereits erfolgreich mit Menschen mit internationalen Wurzeln arbeiten.	Good Practice-Beispiel Sportvereine (»Dialog ohne Sprache«): Sportvereine als Multiplikatoren gewinnen und kulturelle Zusatzangebote für Vereinsmitglieder entwickeln
Teilhabe von Menschen mit Behinderung		
37.	Die Stadt Heilbronn befürwortet und unterstützt Kultureinrichtungen, die ihr Angebot für Menschen mit Behinderung verbessern möchten.	Barrierefreiheit in den Kriterien der Förderrichtlinien für Kulturschaffende aufnehmen
38.		<p>Kompetenzstelle für Kulturschaffende einrichten, u. a. mit folgenden Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> Informieren über Barrierefreiheit und teilhabefördernde Maßnahmen informieren Leitfäden, Checklisten o. ä. entwickeln, die Kulturschaffenden bei der Planung von Veranstaltungen und Angeboten zur Orientierung dienen

		<ul style="list-style-type: none"> • Kooperationen von Kulturschaffenden anregen, um Ressourcen zu bündeln (z. B. Höranlagen-Sharing)
39.	Für Menschen mit Behinderung wird die Teilhabe am kulturellen Leben in Heilbronn vereinfacht.	Kultureinrichtungen prüfen ihren Status Quo hinsichtlich Barrierefreiheit anhand einer zentral erstellten Checkliste o. ä. (s. o.) und legen einen stufenweisen Handlungsplan zur Behebung der Defizite vor
40.		Begleitpersonen für Menschen mit Behinderung werden zum Besuch von Kulturveranstaltungen gezielt vermittelt (in Kombination mit Ermäßigungen oder anderen Anreizen, z. B. Gutscheine für Café oder Shop etc.)
41	Sozial schwächer gestellte Bürgerinnen und Bürger können am kulturellen Leben teilnehmen.	Bedürftige erhalten über eine »Kulturtafel« kostenlosen Zugang zu Kulturangeboten
Zukunftswerkstatt 4: An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – eine gemeinsame Kulturplattform & weitere Kommunikationsprojekte		
Lfd. Nr.	Vorläufige Ziele	Vorläufige Maßnahmenvorschläge
42.	Aktuelle Informationen über sämtliche Heilbronner Kulturangebote sind in gebündelter Form für Kulturinteressierte digital zugänglich.	<p>Digitale Kommunikationsplattform mit folgenden Funktionen umsetzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Veranstaltungskalender, der alle Kulturangebote in der Stadt Heilbronn bündelt, • 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...«) • eine Pushup -Funktion für Veranstaltungen, für die man sich über ein persönliches Profil anmeldet (ähnlich zu Push-Nachrichten von Apps auf Smartphones), • Informationen zu den Einrichtungen, Spielstätten und Veranstaltungsorten sowie zu den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und -partnern vor Ort, • eine Chatfunktion für die Kommunikation zwischen Kulturanbietern und Kulturinteressierten, • einen persönlichen Login-Bereich mit Profilerstellung für Künstlerinnen und Künstler, Kultureinrichtungen und -veranstalter inklusive einer Suchfunktion insbesondere für Künstlerinnen und Künstler sowie Akteursgruppen, deren Leistungen gebucht werden können, • die Möglichkeit für Kulturakteurinnen und -akteure 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 eingepflegt werden, sollten über Facebook und andere Kanäle anschließend geteilt und kommuniziert werden können), • Und grundsätzlich Anwendungen, welche gleichzeitig die Bedarfe unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen bedienen und potenzielle Zielgruppen nicht ausschließen.

43.		<p>Weitere Anforderungen an die digitale Kommunikationsplattform berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einfache, intuitive Nutzung sowohl durch Kulturinteressierte als auch Kulturakteurinnen und -akteure gewährleisten, um Barrieren vorzubeugen, • d. h. auch bewusst und sparsam mit Text umgehen und auf eine ansprechende, zeitgemäße Gestaltung (unter Berücksichtigung des neuen Corporate Designs) Wert legen, • sicherstellen, dass die Plattform befüllt ist und funktioniert, sobald sie tatsächlich online verfügbar ist, so dass Attraktivität von Anfang an gewährleistet werden kann, • eingängige Internetdomain für die Kommunikationsplattform festlegen und kommunizieren, • sämtliche Inhalte vor Veröffentlichung prüfen, v. a. auf Aktualität und verfassungswidrige Inhalte, aber keine Wertung und Selektion im Sinne eines kuratorischen Verfahrens vornehmen, • die Möglichkeit von Datenhandel und -speicherung ausschließen.
44.		<p>Voraussetzungen für ein nachhaltiges Betreiben der digitalen Kommunikationsplattform schaffen:</p> <p>zentrale Ansprechperson mit Zuständigkeit für die kontinuierliche Pflege, Wartung und Weiterentwicklung der Plattform (beim Stadtmarketing) installieren</p>
45.	<p>Die Stadt Heilbronn überrascht mit kreativen Kommunikationsmaßnahmen im öffentlichen Raum.</p>	<p>Als Pilotprojekt könnte eine der folgenden Ideen weiterverfolgt werden, die im Rahmen des Prozesses erarbeitet wurden:</p> <p>Eine Telefonzelle im Retro-Stil im öffentlichen Raum platzieren, die als »Heilbronner Kultur Hotline« fungiert (ggf. in Verknüpfung mit der digitalen Kommunikationsplattform und weitere Funktionen z. B. als Büchertauschregal)</p> <p>»Kulturcontainer« mit Informationen über Kulturangebote entwickeln und gezielt bei nicht-(hoch)kulturellen Veranstaltungen einsetzen.</p> <p>Mobile Touristinfopoints durch den Einsatz z. B. von E-Bikes schaffen, die z.B. auch anlässlich von Großveranstaltungen wie »BUGA Heilbronn 2019« oder »Klassik Open Air Heilbronn« über (weitere) Kulturangebote informieren.</p> <p>Idee des Blindbookings (z. B. im Kino oder bei (Flug-)Reisen) auf den Kulturbereich übertragen und entsprechende Tickets und/ oder Programmreihen auflegen</p> <p>Schaufenster als Werbefenster für Kultur nutzen (durch kreative Gestaltung und Anbringen von Veranstaltungsinformationen)</p> <p>Digitale Kultursäulen: Klassisch runde Werbesäulen nicht plakätieren, sondern digital bespielen mit aktuellen Kulturangeboten und an regelmäßig frequentierten Plätzen aufstellen (Datenquelle: digitale Kommunikationsplattform (alternativ: digitale Bildschirme z. B. an Brücken)</p>

46.	Verkehrsträger, Gastgewerbe und andere Unternehmen sind Partner in der Bewerbung von Kulturangeboten.	Kooperationen mit Fahrradvermietungen und/ oder Taxiunternehmen anregen, die Werbeanzeigen an den Rädern bzw. Fahrzeugen anbringen
47.		Kulturinformationen auf Bildschirmen in Hotelzimmern anzeigen
48.		Bildschirme in den Kantinen von Heilbronner Unternehmen für Kulturinformationen nutzen oder installieren.

Tabelle 1: Vorläufiger Ziel- und Maßnahmenkatalog

3.3 Agenda für den 3. Workshop am 11. Juli 2018

Ziel des dritten Workshops wird sein, die vorgeschlagenen Leitlinien für die Heilbronner Kulturarbeit und Kulturentwicklung zu verhandeln, gegebenenfalls zu modifizieren und zu erweitern. Darüber hinaus gilt es den Ziel- und Maßnahmenkatalog auf Konkretisierungsbedarf sowie Fehl- und Leerstellen zu prüfen (vgl. v. a. Zukunftswerkstätte 2 und Fußnote 6) und vor allem auch Verantwortlichkeiten zu benennen beziehungsweise »Patenschaften« für Maßnahmen auszuhandeln, denn die Kulturkonzeption versteht sich als Gemeinschaftsprojekt, das nicht von einzelnen Akteurinnen und Akteuren geschultert werden kann. Anschließend wird die Arbeit am Abschlussbericht für die Kulturkonzeption aufgenommen und nach Fertigstellung voraussichtlich im Herbst 2018 an die politischen Gremien übergeben.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Der Prozess zur Erarbeitung einer Kulturkonzeption für die Stadt Heilbronn in der Übersicht (© Dr. Patrick S. Föhl, Netzwerk Kulturberatung).....	6
Abbildung 2: Ablauf des 2. Workshops (Methodik © Dr. Patrick S. Föhl)	8
Abbildung 4: Übersicht der Arbeitsgruppen im Rahmen des 2. Workshops.....	9
Abbildung 5: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 1.....	11
Abbildung 6: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 2.....	13
Abbildung 7: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 7.....	15
Abbildung 8: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 8.....	17
Abbildung 9: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 3.....	19
Abbildung 10: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 4.....	22
Abbildung 11: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 9.....	25
Abbildung 12: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 10	28
Abbildung 13: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 5.....	31
Abbildung 14: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 11	35
Abbildung 15: Auswahl an Herausforderungen und Lösungsansätzen für Gruppe 6.....	38
Tabelle 1: Vorläufiger Ziel- und Maßnahmenkatalog.....	53