

Kulturkonzeption Heilbronn

Leitlinien, Ziele und Maßnahmen für eine zukunftsorientierte Kulturarbeit
und Förderpraxis der Stadt Heilbronn



H

N



Kunst stiftet Sinn, Kultur Identität! Oder, nach der berühmten Formel von Joseph Beuys: „Kunst = Mensch = Kreativität = Freiheit“. In jedem Fall sind Kunst und Kultur essentielle Bestandteile unserer Stadtgesellschaft. Den Bürgerinnen und Bürgern aus Heilbronn und der Region steht, auch dank der guten und verlässlichen Förderung der Stadt sowie der Unterstützung durch Stiftungen, Mäzene und Sponsoren, ein attraktives und sehr vielfältiges Kulturangebot zur Verfügung.

Kunst und Kultur haben nicht nur eine ästhetische Dimension, sondern waren und sind darüber hinaus immer politisch. Sie halten der Gesellschaft mit ihren spezifischen Ausdrucksformen seit jeher einen Spiegel vor und verstehen sich als Forum für die kritische Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Veränderungen und Entwicklungen. Kunst und Kultur leisten einen wichtigen Beitrag zur politischen Willensbildung, zum demokratischen Konsens und zu einem friedlichen Zusammenleben – gerade auch in Heilbronn, einer Stadt der Vielfalt.

So definiert bereits die Stadtkonzeption 2030 „Kunst und Kultur“ als ein wesentliches Handlungsfeld für eine nachhaltige Stadtentwicklung.

Mit der nun vorliegenden Kulturkonzeption, die im November 2018 vom Gemeinderat beschlossen wurde, werden nicht nur die zentralen Leitlinien für das kulturelle Handeln in den kommenden Jahren formuliert, sondern wird auch ein klares Bekenntnis zur Förderung von Kunst und Kultur in unserer Stadt abgegeben. Die Konzeption ist Ergebnis eines einjährigen partizipativen Prozesses, in dem es darum ging, wie sich Kunst und Kultur in Heilbronn den Herausforderungen der gesellschaftlichen, städtischen und regionalen Veränderungen stellen soll.

Entstanden ist eine Kulturkonzeption, die konkrete Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen beschreibt. Dabei geht es nicht nur um die Anpassung kultureller Aktivitäten an neue Gegebenheiten, sondern um Kultur als Querschnittsaufgabe der Stadt. Mit der Umsetzung wird das Potenzial von Heilbronn als Kulturstadt gestärkt und geschärft.

Unser Dank gilt den zahlreichen Menschen aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen, die mit uns die Kulturkonzeption entwickelt haben.

Lassen Sie uns miteinander die Umsetzung genauso engagiert angehen!

Harry Mergel
Oberbürgermeister

Agnes Christner
Bürgermeisterin

H



N

Inhaltsverzeichnis

03	Grußwort Oberbürgermeister Harry Mergel und Bürgermeisterin Agnes Christner
07	Eine Kulturkonzeption für Heilbronn: Vorbemerkungen und zentrale Ergebnisse
11	1 Auf dem Weg zur Kulturkonzeption
11	1.1 Zur Aktualität und Relevanz von Kulturentwicklungsplanungen
12	1.2 Wie ist die Heilbronner Kulturkonzeption entstanden?
17	2 Welche Aufgaben und Herausforderungen stellen sich in Heilbronn?
18	2.1 Kulturpolitik und Kulturverwaltung
21	2.2 Sparten und Szenen
24	2.3 Querschnittsthemen
31	3 Zukünftige Leitlinien für die Kulturstadt Heilbronn
35	4 Handlungsempfehlungen für die Kulturstadt Heilbronn
35	4.1 Welche Handlungsfelder bilden die Schwerpunkte der Kultur- konzeption?
37	4.2 Handlungsfeld 1: Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation
40	4.3 Handlungsfeld 2: (Frei)Räume schaffen – durch eine bedarfs- gerechte, zeitgemäße städtische Kulturförderung und Kultur- verwaltung
48	4.4 Handlungsfeld 3: Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und Partizipation
58	4.5 Handlungsfeld 4: An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum
63	5 Welche Ziele und Maßnahmen werden als prioritär betrachtet? Und wie geht es weiter?
68	Ziele und Maßnahmen in der Übersicht
74	Literatur- und Quellenverzeichnis

Eine Kulturkonzeption für Heilbronn:

Vorbemerkungen und zentrale Ergebnisse

Kulturentwicklungsplanung: Widerspruch oder Notwendigkeit?

Wie Kunst und Kultur mit Planung zusammenpassen, erschließt sich vielleicht nicht sofort oder erscheint sogar widersprüchlich.

Künstlerisch-kreative Ausdrucksformen brauchen freie Entfaltungsmöglichkeiten. Die Freiheit der Kunst ist ein schützenswertes und hohes Gut unserer (Stadt)Gesellschaft, gerade in Zeiten zunehmend autoritärer, nationalistischer und populistischer Kräfte. Daher hat sich die Stadt Heilbronn 2017 für einen beteiligungsorientierten Prozess zur Kulturentwicklungsplanung entschieden, der im Herbst 2018 mit der einstimmigen Beschlussfassung dieser Kulturkonzeption im Gemeinderat abgeschlossen wurde.

Die gegenwärtigen gesellschaftlichen, politischen und technologischen Herausforderungen und Umbrüche sind zumeist nicht ad hoc und im Alleingang zu bewerkstelligen. Gleichzeitig unterliegen die Leistungsmöglichkeiten von Kulturpolitik und Kulturbetrieb Grenzen. Unter diesen Vorzeichen stellt sich die Frage, welche Wege die Stadt Heilbronn in der Kulturentwicklung in den nächsten Jahren einschlagen wird und welche kulturpolitischen Schwerpunkte sie dabei setzt. Der Fokus dieser Kulturkonzeption liegt daher auf der Planung von Rahmenbedingungen, die eine freie Entwicklung von Kunst und Kultur begünstigen, und nicht auf dem Versuch, Kunst und Kultur festzuschreiben.

Kulturentwicklung = Stadtentwicklung in Heilbronn

Der Kulturkonzeption liegt ein Begriffsverständnis zugrunde, das Kulturentwicklung auch als Bestandteil der Stadtentwicklung sieht.

Kunst und Kultur sollten weder auf ihren Selbstzweck beschränkt, noch mit Aufgaben und Zielsetzungen überfordert werden. Der Deutsche Städtetag fordert beispielsweise aktuell in seinem Positionspapier „Eintreten für eine offene Gesellschaft“ alle Politikfelder dazu auf, einen Beitrag zur Stärkung der demokratischen Werte in unserer Gesellschaft zu leisten. Kultur- und Kreativschaffende ebenso wie Kulturpolitik und -verwaltung sind dabei besonders adressiert, mehr denn je Foren für die kritische Ausein-

andersetzung mit gesellschaftlich brisanten Themen und Entwicklungen zu schaffen, beziehungsweise zu fördern und einer vielfältigen Stadtbevölkerung Teilhabe zu ermöglichen.¹

Soverstanden, sind Kunst und Kultur keine freiwilligen Leistungen, sondern Pflichtaufgaben einer Stadt wie Heilbronn. Die Stadt hat mit der Finanzierung der städtischen Kultureinrichtungen und mit der Förderung des bürgerschaftlichen Engagements eine Verantwortung übernommen und wird dies auch künftig tun. Dabei gilt es, gleichermaßen die Stärken zu stärken und Herausforderungen anzunehmen.

¹ Vgl. Deutscher Städtetag (2018).

Partizipation als Fundament des Heilbronner Prozesses

Die aktuellen Herausforderungen sowie zukünftige Aufgabenfelder, Ziele und Maßnahmen der Heilbronner Kulturentwicklung sind in der vorliegenden Kulturkonzeption dokumentiert.

Sie ist das Ergebnis eines partizipativen Prozesses, auf den die Stadt in der Erarbeitung dieser Kulturkonzeption großen Wert legte. Weiter wurden aktuelle kulturelle Entwicklungen in der Stadt Heilbronn einbezogen. Während des rund einjährigen Prozesses beteiligte sich eine Vielzahl unterschiedlichster Akteursgruppen, darunter Vertreterinnen und Vertreter städtischer wie privater Kultureinrichtungen, freier Initiativen und Vereine, aber auch einzelne Kultur- und Kreativschaffende ebenso wie Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Verwaltung und angrenzenden Bereichen, zum Beispiel Bildung, Kirche, Stadtmarketing, Teilhabe und Wirtschaftsförderung. Im Zentrum standen drei großangelegte Workshops mit jeweils 120 bis 200 Teilnehmenden und verschiedenen thematischen Schwerpunkten. Weitere Prozessschritte und Meilensteine sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

Termin	Projektschritt
16. Oktober 2017	konstituierende Beiratssitzung
Oktober/November 2017	Dokumentenanalyse
November/Dezember 2017	Experteninterviews
29. Januar 2018	2. Beiratssitzung
22. Februar 2018	1. Workshop
19. April 2018	2. Workshop
5. Juni 2018	3. Beiratssitzung
11. Juli 2018	3. Workshop
August bis September 2018	Erarbeitung Abschlussbericht
5. Oktober 2018	4. Beiratssitzung
23. Oktober 2018	Vorlage der Kulturkonzeption zur Vorberatung im Kulturausschuss
5. November 2018	Vorlage der Kulturkonzeption zur Vorberatung im Verwaltungsausschuss
13. November 2018	Vorlage der Kulturkonzeption zur Beschlussfassung im Gemeinderat

Heilbronn: Kulturstadt?!

Welche Erkenntnisse wurden im Prozessverlauf gewonnen und welche Ergebnisse erzielt?

Die Beteiligten sind sich einig, dass Heilbronn über zahlreiche Angebotswerte über die kulturelle Grundversorgung hinaus verfügt. Es gibt Kultureinrichtungen verschiedener Sparten, die regional und punktuell auch überregional ausstrahlen. Hinzu kommt eine Vielfalt an Vereinen, Initiativen und Szenen, die das kulturelle Leben ebenfalls bereichern. Dazu zählen auch die Kirchen mit ihren musikalischen Aktivitäten. Heilbronn hat damit die Angebote und das Potenzial, Kulturstadt zu sein. Der Ruf wird dem nicht immer gerecht. Damit sich dies ändert, wird zukünftig mehr Offenheit, Mut und Nachdruck aller Beteiligten erforderlich sein, um eine Kulturentwicklung zu forcieren, die Heilbronn als Kulturstadt sichtbar positioniert. Das zukünftige Handeln wird sich dabei schwerpunktmäßig auf vier Handlungsfelder konzentrieren, die im Prozessverlauf definiert wurden. Jedem Handlungsfeld sind Ziele und Maßnahmen untergeordnet.

Die Handlungsfelder der Kulturkonzeption

- Handlungsfeld 1 („Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation“)** enthält Ziele und Maßnahmen, die darauf ausgelegt sind, den Dialog zwischen den Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden zu verstärken und stetige Formen der Zusammenarbeit zu finden, um die Heilbronner Kulturentwicklung gemeinsam voranzutreiben.
- Handlungsfeld 2 („(Frei)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte, zeitgemäße städtische Kulturförderung und Kulturverwaltung“)** nimmt sich vor allem der Bedarfe freier Kultur- und Kreativschaffender an und definiert Ziele und Maßnahmen, die eine Neuausrichtung der städtischen Kulturförderung hinsichtlich Förderschwerpunkten, -kriterien, -instrumenten und -verfahren sowie eine Restrukturierung der Kulturverwaltung implizieren.
- Handlungsfeld 3 („Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und Partizipation“)** fokussiert mit den Themen Kulturelle Bildung und Teilhabe eine zentrale Aufgabe und Herausforderung des Kulturbetriebs. Die entwickelten Ziele und Maßnahmen dienen der systematischen Vernetzung und Herstellung von Transparenz im Bereich der Kulturellen Bildung und zeigen Partizipationsmöglichkeiten für verschiedene Zielgruppen auf, die bislang weniger erreicht wurden. Solche partizipativen Zugänge werden als Voraussetzung für mehr Teilhabe verstanden.
- Handlungsfeld 4 („An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum“)** widmet sich der Herausforderung, Heilbronn als Kulturstadt im digitalen Raum ebenso wie im Stadtalltag durch kreative Kommunikationsmaßnahmen sichtbarer zu machen und mehr Aufmerksamkeit für das Heilbronner Kulturangebot zu erzielen.

Welche Ziele und Maßnahmen sind besonders prioritär?

Der erarbeitete Maßnahmenkatalog umfasst insgesamt 53 Einzelmaßnahmen und zeigt deutlich den Gestaltungswillen der Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden.

Mit der Vorlage dieser Kulturkonzeption ist die Heilbronner Kulturentwicklung jedoch nicht abgeschlossen. Die Umsetzungsphase stellt im Gegenteil den nächsten und zentralen Schritt dar. Um den angestoßenen Prozess fortzusetzen und die Handlungsfähigkeit aller Beteiligten zu fördern, ist die Festsetzung von

Prioritäten sinnvoll. Deshalb wurde vor allem der dritte und letzte Workshop als Plattform genutzt, um gezielt danach zu fragen, mit welchen Maßnahmen auf besonders dringliche Herausforderungen reagiert werden könne und welche Maßnahmen sinnvollerweise anderen vorgeschaltet sein sollten. Das Abstimmungsergebnis der Teilnehmenden stellt den Kern der folgenden Prioritätenliste dar. Ergänzungen gehen auf aktuelle kulturelle Entwicklungen in der Stadt und Empfehlungen des Beirats zurück, der den Prozess konstruktiv begleitete.

Prioritäre Maßnahmen nach Handlungsfeldern

Handlungsfeld 1	Handlungsfeld 2	Handlungsfeld 3	Handlungsfeld 4
Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation	(Frei)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte städtische Kulturförderung und Kulturverwaltung	Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und Partizipation	An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum
☆ Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ gründen und Sprecherrat wählen.	☆ Die Realisierung des Soziokulturellen (De)Zentrums zum prioritären Infrastrukturprojekt für die Kulturstadt Heilbronn machen. ☆ Die Projektförderung im Rahmen der städtischen Kulturförderung aufwerten und zeitgemäß diversifizieren. ☆ Die Kulturabteilung aus dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn herauslösen und ein eigenständiges Kulturamt gründen. ☆ Eine Servicestelle „Kulturförderung und Drittmittelakquise“ einrichten. ☆ Eine Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft als Schnittstelle zwischen Kulturverwaltung und Wirtschaftsförderung schaffen.	☆ Ein Konzept für den Literaturstandort Heilbronn erarbeiten, das den weiteren Ausbau des Kleist-Archivs Sembdner und der Stadtbibliothek Heilbronn zu zentralen Orten für literarische Begegnungen und Teilhabe vorsieht. ☆ Eine Plattform für Kulturelle Bildung in Heilbronn ins Leben rufen. ☆ „Kulturpass“ für Kinder und Jugendliche einführen. ☆ Teilhabe und die gemeinsame Entwicklung von Angeboten mit Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Zielgruppen (z. B. junge Menschen und Studierende, Menschen mit internationalen Wurzeln) zu einem zentralen Förderkriterium machen.	☆ Ein gemeinsames digitales Kulturportal aufbauen. ☆ Prioritäre Maßnahmen

Mit dieser Priorisierung werden die weiteren Ziele und Maßnahmen keinesfalls obsolet oder gar negiert. Die Umsetzung der Kulturkonzeption als Ganzes wird jedoch nicht kurzfristig, sondern mittel- bis langfristig erfolgen können. Dabei wird es erforderlich sein, die Ergebnisse von Zeit zu Zeit angesichts aktueller Entwick-

lungen und Herausforderungen zu hinterfragen. Kulturentwicklungsplanung versteht sich als ein kontinuierlicher Prozess. Die Verantwortung dafür tragen Politik und Verwaltung gemeinsam mit den Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden, die diese Kulturkonzeption wesentlich mitgestaltet haben.



1 Auf dem Weg zur Kulturkonzeption

1.1 Zur Aktualität und Relevanz von Kulturentwicklungsplanungen

„Man plant immer wieder. Und immer kommt es anders.“

Es wird sich kaum Widerspruch gegen diese Erkenntnis des Schriftstellers Robert Musil regen und doch ist ein guter Plan wichtig, vor allem dann, wenn es sich um komplexe Vorhaben in nicht weniger komplexen Systemen handelt. Das gilt auch für den Kulturbereich, wo die Kulturentwicklungsplanung in den 1970er und frühen 1980er Jahren im Zuge der Neuen Kulturpolitik in deutschen Städten und Regionen als Planungsinstrument einer konzeptbasierten Kulturpolitik verstärkt zum Einsatz kam. In der Rückschau waren diese Jahre unter dem Postulat einer „Kultur für alle“ geprägt von einem starken politischen Willen, die kulturelle Infrastruktur zum Wohle eines größtmöglichen Bevölkerungskreises auszubauen.²

In Heilbronn fallen in diesen Zeitraum beispielsweise die Einweihung des neuen Stadttheaters am Berliner Platz 1982 und der Ausbau des Deutschhofes zum städtischen Kulturzentrum ab 1983.³ Heute bietet die Stadt Heilbronn aufgrund dieser Politik, aber nicht zuletzt auch aufgrund der Pflege ihrer historischen Wurzeln⁴ und aktueller Entwicklungen, ein vielfältiges Kulturangebot für die Stadt und die Region. Die städtischen Kultureinrichtungen machen dabei eine tragende Säule in der kulturellen Versorgung aus. Zudem bereichern Vereine, freie Initiativen und private Einrichtungen, Einzelkünstlerinnen und -künstler sowie Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft neben einer Vielzahl Engagierter das kulturelle Leben in Heilbronn und setzen neue Impulse. Eine besondere

Stärke hat Heilbronn außerdem im musikalischen Bereich. Eine Dichte an bekannten und renommierten Orchestern und Ensembles, allen voran das Württembergische Kammerorchester Heilbronn, und eine Vielzahl an Chören, Musikvereinen und kirchenmusikalischen Veranstaltungen machen Heilbronn zur Musikstadt. Der „Heilbronner Musikschatz“, die Musiksammlung der Stadt Heilbronn, unterstreicht diese Tradition.

Trotz zahlreicher wichtiger Weichenstellungen und positiver Entwicklungen stellt sich Heilbronn genauso wie andere Städte den Herausforderungen, die aus tiefgreifenden gesellschaftlichen Veränderungen (z. B. demografischer Wandel, Digitalisierung) oder dem Kulturbetrieb selbst resultieren (z. B. im Bereich der kommunalen Kulturförderung). Aufgaben nehmen zu und werden komplexer. Gleichzeitig stößt der Kulturbetrieb und allen voran die Kulturpolitik mit ihren tatsächlichen Leistungsmöglichkeiten an Grenzen. Kunst und Kultur gewinnen positiv betrachtet zeitgleich an Bedeutung in anderen Aufgaben- und Politikfeldern, wie die Querschnittsthemen Kulturelle Bildung, Kultur- und Kreativwirtschaft oder Kulturtourismus zeigen. Diese zunehmend komplexe Situation hat in den letzten Jahren eine Vielzahl an neuen Kulturentwicklungsplänen hervorgebracht, die häufig in partizipativen Prozessen entstanden sind. Angesichts komplexer werdender Aufgaben und begrenzter Ressourcen sind Städte und Regionen zunehmend auf das Wissen und die Unterstützung von Expertinnen und Experten, in diesem Fall aus dem Kulturbereich, angewiesen. Eine solche Beteiligung ist gerade bei Kulturentwicklungsplanungen auch deshalb sinnvoll, weil es um sparten- und sektorenübergreifende Zielvorstellungen geht

² Vgl. Föhl (2017: 157f.). Einen Überblick zum Thema Kulturentwicklungsplanung geben außerdem die Beiträge im Sammelband von Sievers/Blumenreich/Föhl (2013).

³ Vgl. <https://stadtarchiv.heilbronn.de/stadtgeschichte/stadtgeschichte-im-ueberblick/stadtgeschichte-chronologisch.html> (letzter Zugriff: 02.09.2018).

⁴ Vgl. dazu die Beiträge in Schrenk/Weckbach/Schlosser (1998).

und weniger um Einzelinteressen. Ziel ist es, einen Diskurs über die künftige Kulturentwicklung und die damit erforderlichen Öffnungs- und Veränderungsprozesse anzustoßen. Es werden Ziele, Schwerpunkte und konkrete Maßnahmen und eine gemeinsame Vision entwickelt. Damit wird die Grundlage für eine gestaltende Kulturpolitik gelegt.⁵ Gleichzeitig ist das Ergebnis eines solchen Prozesses – ein Kulturentwicklungsplan, eine Kulturkonzeption, eine Kulturstrategie⁶ – ein offenes. Und so sollte es auch sein; erinnert sei an die eingangs zitierte Erkenntnis von Robert Musil. Auf einer mittel- bis langfristigen Wegstrecke, die mehrere Jahre umfasst, gibt es erfahrungsgemäß Kursänderungen durch gesellschaftliche oder auch stadt spezifische Entwicklungen. Somit ergeben sich neue Chancen und Herausforderungen. Das bedeutet nicht, Pläne zu verwerfen, aber es heißt, den eingeschlagenen Weg kontinuierlich und kritisch zu reflektieren und bei Bedarf eine Kurskorrektur vorzunehmen.

1.2 Wie ist die Heilbronner Kulturkonzeption entstanden?

Die Stadt- konzeption als Ausgangspunkt

Die Stadt Heilbronn hat sich 2017/18 die Erarbeitung einer übergreifenden Kulturkonzeption zur Aufgabe gemacht. Vorausgegangen waren in früheren Jahren mit dem „Heilbronner Kulturkompass“ eine Bestandsaufnahme der örtlichen Kulturlandschaft sowie Einzelkonzepte, unter anderem für die Stadtbibliothek Heilbronn und die Städtischen Museen. Diese konzeptionellen Grundlagen waren für die Kulturentwicklung Heilbronns ebenfalls von zentraler Bedeutung und tragen bis heute Früchte. Der Zeitpunkt für den Prozess, der schließlich zur vorliegenden Kulturkonzeption führte, war nicht zufällig gewählt, sondern knüpfte nahtlos an die Fertigstellung der „Stadtkonzeption Heilbronn 2030“ an, die im Juli 2017 vom Gemeinderat verabschiedet wurde. Die Stadtkonzeption stellt als das zentrale Steuerungsinstrument für die Entwicklung der Stadt die Basis für das Handeln von Politik und Verwaltung dar. Dennoch kann sie Fachkonzepte in den verschiedenen Politikfeldern nicht ersetzen. „Sie ist der ›Hafen‹, in dem die vielen anderen Konzepte anlegen⁷“, so auch die vorliegende Kulturkonzeption.

Kunst und Kultur stellen eines von acht ausgewiesenen Handlungsfeldern in der Stadtkonzeption dar, versehen mit ersten Zielen, Maßnahmen und Schlüsselprojekten. Das Handlungsfeld „Kunst und Kultur“ listet als Maßnahme die Formulierung strategischer Ziele für die künftige Kulturarbeit der Stadt Heilbronn auf 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

⁵ Vgl. Föhl (2017: 160ff.).

⁶ Es handelt sich bei dieser Aneinanderreihung um überwiegend synonym verwendete Fachtermini, die jeweils das Ergebnis einer durchlaufenen Kulturentwicklungsplanung bezeichnen. Im Falle Heilbronns wird im Folgenden konsequent der Begriff „Kulturkonzeption“ verwendet.

⁷ Stadt Heilbronn (2017: 11).

treffen“ und als „Basis für die Fortschreibung der Kulturförderrichtlinien“ dienen.⁸ Die Stadtkonzeption benennt außerdem erste Zielvorstellungen und Projektvorhaben, die im Zuge der Erarbeitung der Kulturkonzeption vertieft werden sollten.

Der Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption startete im Oktober 2017. Bis zur Fertigstellung im Herbst 2018 waren zahlreiche Personen kreativ und engagiert beteiligt, darunter eine Vielzahl an hauptamtlichen und ehrenamtlichen Kultur- und Kreativschaffenden sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Verwaltung und angrenzenden Bereichen (z. B. Bildung, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung).

Wer hat am Prozess mitgewirkt?

Die Federführung für die Erarbeitung der Kulturkonzeption lag bei der Kulturbürgermeisterin Agnes Christner und beim Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn. Konzeptionelle Unterstützung und Begleitung in der Durchführung der verschiedenen Prozessschritte leistete die Agentur Kulturgold aus Stuttgart unter der Leitung von Dr. Yvonne Pröbstle.

Ergänzend wurde ein Beirat einberufen, der den Prozess kontinuierlich begleitete. Seine Aufgabe lag in der kritischen Reflexion der einzelnen Prozessphasen und -ergebnisse. Die Beiratsmitglieder brachten jeweils eine orts- und fachspezifische Expertise ein. Im Beirat vertreten waren neben Politik und Verwaltung städtische und nicht-städtische Kultureinrichtungen sowie kulturelle Vereine, Verbände und andere Initiativen.⁹

Im methodischen Aufbau und Ablauf folgte der Prozess dem vielfach erprobten und kontinuierlich weiterentwickelten Ansatz des Netzwerks Kulturberatung unter der Leitung von Dr. Patrick S. Föhl (vgl. Abbildung Seite 14).¹⁰ Dieses akteursbezogene und beteiligungsorientierte Modell wurde als sehr gut geeignet für die Stadt Heilbronn verstanden, die großen Wert auf einen partizipativen Prozess legte. Gleichzeitig war der Prozess ausreichend offen angelegt, um bei Bedarf alternative Methoden anwenden oder Prozessschritte ergänzen zu können.

Wie sah das Prozessdesign aus?

Zum Prozessauftakt wurden im Herbst 2017 zahlreiche Dokumente, darunter exemplarisch Berichte, Konzepte, Richtlinien und Kennzahlen aus Heilbronn analysiert. Das Ergebnis dieser Dokumentenanalyse ist – wie sämtliche Teilergebnisse aus dem Prozess – online einsehbar auf der städtischen Website www.heilbronn.de/kulturkonzeption. Ziel dieser Sondierung war eine erste Darstellung von Stärken und Herausforderungen, weniger eine umfassende Dokumentation bestehender Kulturangebote und -akteursgruppen.

Dokumentenanalyse

⁸ Ebd.: 146.

⁹ Eine vollständige Liste aller Beiratsmitglieder findet sich auf der Website der Stadt Heilbronn (vgl. <https://www.heilbronn.de/kultur-freizeit/kulturkonzeption/akteure.html>, letzter Zugriff: 01.09.2018).

¹⁰ Die Anwendung dieses Ansatzes in Heilbronn erfolgte mit ausdrücklicher Unterstützung des Netzwerks für Kulturberatung. Kulturkonzeptionen, denen dieser Ansatz bereits zugrunde liegt, sind auf der Website www.netzwerk-kulturberatung.de (letzter Zugriff: 02.09.2018) einsehbar. Die Erfahrung aus diesen Prozessen zeigt, dass Herausforderungen und Handlungsfelder, die sich jeweils im kulturellen Sektor stellen, oftmals kommunale Parallelen erkennen lassen, wenngleich die Antworten der Kommunen in Form konkreter Ziele und Maßnahmen jeweils ortsspezifisch ausfallen. Entsprechende Parallelen sind auch in der Heilbronner Kulturkonzeption zu erkennen. Ein interkommunaler Austausch im Bereich der Kulturentwicklungsplanung wäre angesichts dieser Schnittmenge sinnvoll und zu unterstützen.

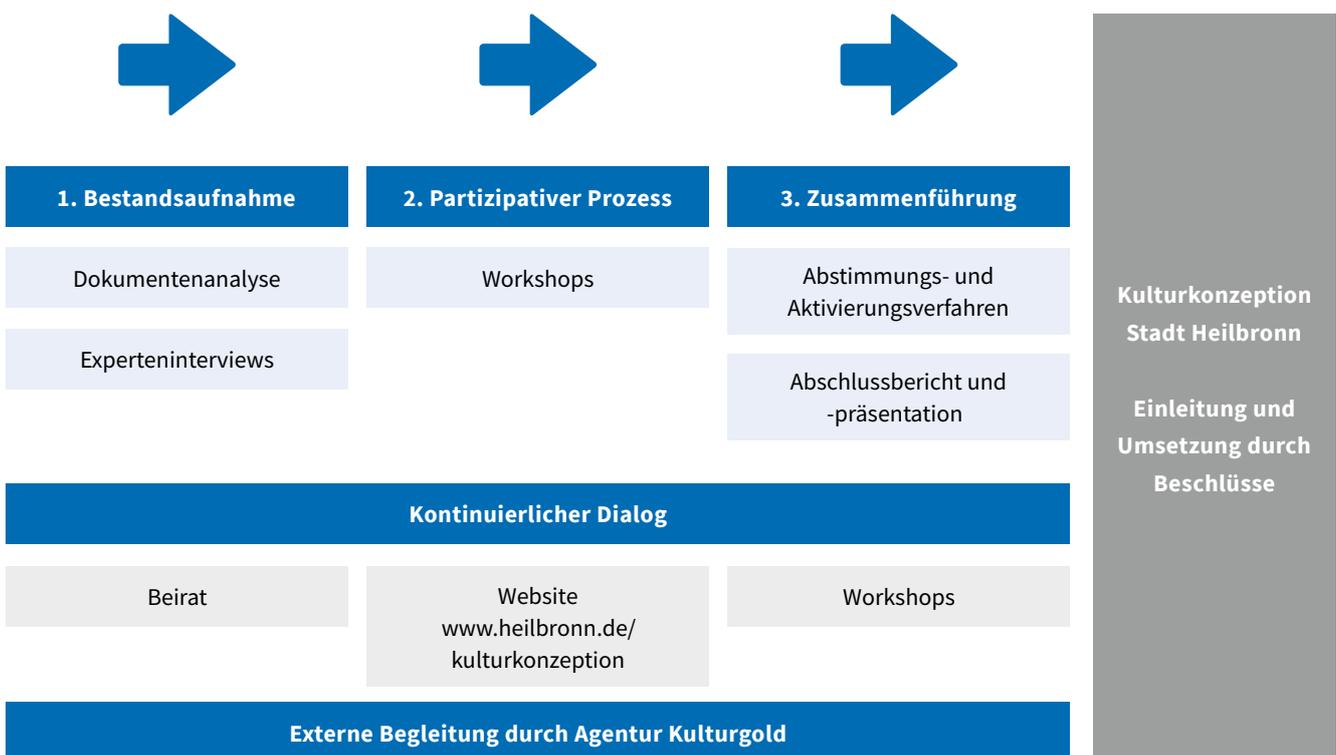
**Experten-
interviews**

Im November und Dezember 2017 führte die externe Projektleitung insgesamt 19 Interviews mit ausgewählten Schlüsselpersonen aus dem Kulturbereich der Stadt Heilbronn sowie Vertreterinnen und Vertretern aus relevanten Querschnittsfeldern (z. B. Bildung, Presse, Stadtmarketing) und Interessensgemeinschaften (z. B. Jugendgemeinderat) durch. Die Expertinnen und Experten wurden zur bisherigen Kulturentwicklung in Heilbronn befragt und um ihre subjektive Einschätzung gebeten. Neben der Informationsgewinnung lag der Nutzen der Interviews in der Einbindung der Interviewten in den weiteren Prozess. Da allen Expertinnen und Experten die gleichen Fragen gestellt wurden, konnten darüber hinaus Konsens- bzw. Dissenspositionen im Hinblick auf die Bewertung der bisherigen Arbeit und der zukünftigen Kulturentwicklung in Heilbronn herausgearbeitet werden.

Workshops

Im Mittelpunkt des Prozesses standen daran anschließend drei großangelegte Workshops unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteurinnen und Akteuren aus dem Kulturbereich und relevanten angrenzenden Bereichen:
Der erste Workshop fand am 22. Februar 2018 im Heinrich-Fries-Haus statt und signalisierte mit mehr als 200 Teilnehmenden den Auftakt der breitangelegten Beteiligungsphase und ein großes Interesse. Die Teilnehmenden brachten gemeinsam

Prozessablauf und -methoden in der Übersicht





Die Teilnehmenden des Workshops diskutieren angeregt.

Ergebnisse hervor, die teilweise bereits den Charakter von Handlungsempfehlungen und groben Maßnahmenvorschlägen erkennen ließen. Zugleich wurden Herausforderungen benannt und die Ergebnisse der durchgeführten Analysen in ihrer Dringlichkeit bestätigt oder gar verstärkt.

Der zweite Workshop am 19. April 2018 mit rund 160 Teilnehmenden verfolgte das Ziel, möglichst konkrete Lösungsszenarien für die identifizierten Handlungsbedarfe zu entwickeln und bereits bestehende Ideen weiter zu konkretisieren. Daraus wurde im nächsten Schritt ein erster Entwurf für einen Zielkatalog mit Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschlägen abgeleitet.

Im Fokus des dritten und letzten Workshops am 11. Juli 2018 mit rund 120 Teilnehmenden stand die Aufgabe, diesen Ziel- und Maßnahmenkatalog zu reflektieren. Gefragt wurde: Wo besteht noch Konkretisierungs- oder Änderungsbedarf? Wer sollten sinnvollerweise die Verantwortlichen in der Umsetzungsphase sein beziehungsweise wer erklärt sich bereit, an der weiteren Planung einzelner Ziele und Maßnahmen mitzuwirken? Wo gibt es gegebenenfalls noch Fehl- und Leerstellen? Und welche Prioritäten zeichnen sich ab?

DIE LANGE NACHT
DER KULTUR

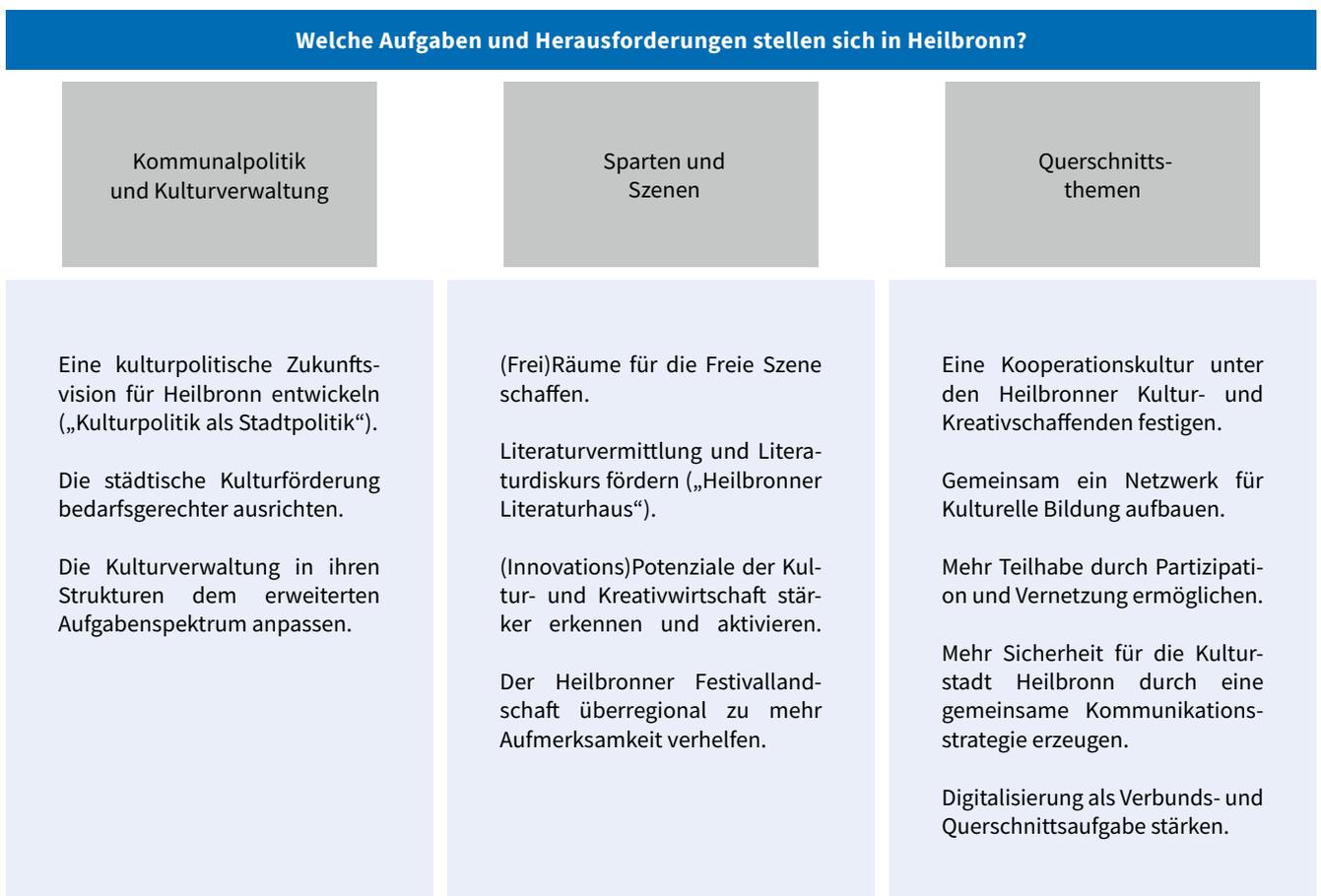
IN HEILBRONN
SA., 7. OKT. 2017



2 Welche Aufgaben und Herausforderungen stellen sich in Heilbronn?

Die Ziele und Maßnahmen, die in dieser Kulturkonzeption enthalten sind, stellen das Ergebnis einer systematischen Bestandsaufnahme gegenwärtiger Herausforderungen und daraus abgeleiteter Aufgaben dar. Im Folgenden werden die Erkenntnisse aus dieser Bestandsaufnahme ausführlich dargestellt. Einen ersten Eindruck der ermittelten Aufgaben und Herausforderungen zeigt die Abbildung.

Übersicht der ermittelten Aufgaben und Herausforderungen für den Heilbronner Kulturbereich



2.1 Kulturpolitik und Kulturverwaltung

Eine kulturpolitische Zukunftsvision für Heilbronn entwickeln („Kulturpolitik als Stadtpolitik“).

Heilbronn ist eine Stadt im Aufbruch. Die „Bundesgartenschau Heilbronn 2019“ (BUGA), die damit verbundene architektonische Stadtausstellung Neckarbogen, die den Grundstein legen wird für das gleichnamige Stadtquartier, sowie der Ausbau des Bildungscampus als eine tragende Säule der Wissensstadt sind neben der überdurchschnittlichen Wirtschaftskraft eindruckliche Beispiele einer besonders dynamischen Stadtentwicklung. Eine solche Dynamik gilt es auch für den Kulturbereich stärker zu entfalten und die Botschaft einer lebenswerten Kulturstadt einzulösen. Es braucht dazu Einzelmaßnahmen, die etwa die Schaffung oder Weiterentwicklung von Kultureinrichtungen betreffen, aber auch eine kulturpolitische Vision und Leitlinien als Grundlage für eine gestaltende Kulturpolitik sowie den Mut, gewohnte Denk- und Handlungslösungen in allen Feldern der Kulturentwicklung aufzubrechen, wenn sie den gegenwärtigen Herausforderungen nicht mehr gerecht werden. Erforderlich ist zudem ein stärkeres Bewusstsein darüber, dass Kulturentwicklung auch Stadtentwicklung heißt.¹¹ Dieser Grundsatz verpflichtet die Kultur- und Kreativschaffenden, Transformation angesichts gesamtgesellschaftlicher und städtischer Herausforderungen aktiv mitzugestalten und den Lebensraum Stadt nachhaltig in seiner Attraktivität zu sichern. Gleichzeitig ist die Stadtpolitik adressiert, Kunst und Kultur in dieser Funktion stärker wertzuschätzen, etwa im Bereich der Kulturförderung oder in der Organisation der städtischen Kulturverwaltung, die gegenwärtig ihren Platz mit weiteren städtischen Aufgabenfeldern im Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn findet.

Eine kulturpolitische Zukunftsvision für Heilbronn entwickeln („Kulturpolitik als Stadtpolitik“).

Neben notwendigen Einzelmaßnahmen eine gesamtstädtische Kulturentwicklung forcieren mit einer übergeordneten Vision und kulturpolitischen Leitlinien.

Bestehende Denk- und Handlungslogiken ggf. überdenken und Mut für alternative Lösungsszenarien aufbringen.

Kultur- und Stadtentwicklung stärker zusammendenken und daraus erwachsende Verantwortung ernst nehmen.

Die städtische Kulturförderung bedarfsgerechter ausrichten.

Die Kulturförderung ist das zentrale Steuerungsinstrument der Kulturpolitik. Gleichzeitig muss festgestellt werden, dass ihr Handlungsspielraum begrenzt ist, da die finanziellen Mittel größtenteils institutionell gebunden sind. Dies gilt sowohl für Heilbronn als auch für andere deutsche Städte. Dieser Umstand ergibt sich aus einer additiven Förderlogik, die nach dem Zweiten Weltkrieg und verstärkt mit dem Aufkommen der Neuen Kulturpolitik („Kultur für alle“) und dem flächendeckenden Ausbau der kulturellen Infrastruktur primär die Förderpraxis bestimmte. Daraus ist eine große Verantwortung erwachsen für den Erhalt dieser Angebote und Einrichtungen sowie die Sicherung ihrer Zukunftsfähigkeit. In Konsequenz bleibt jedoch verhältnismäßig wenig Spielraum, um neue Impulse aufzugreifen beziehungsweise zu stimulieren. Verstärkt wird dieser Umstand vor allem dann, wenn die städtischen Haushaltsmittel stagnieren oder rückläufig sind.¹² Gleichzeitig sorgt die institutionelle Förderung dafür, dass eine sehr gute und verlässliche kulturelle Infrastruktur besteht. Die entsprechen-

11 In seinem Grundsatzpapier „Kulturpolitik als Stadtpolitik“ forderte der Deutsche Städtetag 2015 ein grundsätzliches Überdenken kulturpolitischer Denk- und Handlungsmuster. Kommunale Kulturpolitik dürfe sich, so ein zentraler Punkt, nicht in der Förderung kultureller Infrastruktur erschöpfen, sondern müsse angesichts der gesellschaftlichen Herausforderungen den Blick gesamtstädtisch weiten und eine engere Verzahnung mit Ressorts wie Bauen, Bildung, Integration und Partizipation, Stadtentwicklung und Wirtschaft zum Ziel haben (vgl. Deutscher Städtetag 2015); vgl. weiter zum Thema „Kultur und Stadtentwicklung“ Seibel (2015) sowie exemplarisch die Schwerpunktausgabe des „KM-Magazins“ zum Thema „Stadt, Kultur, Entwicklung“ (Kulturmanagement Network 2017).

12 Vgl. zu dieser Entwicklung die Beiträge von Föhl (2017), Glogner-Pilz (2011), und Stevers/Föhl (2015).

den Angebote sollten nicht in Frage gestellt werden, sondern vielmehr als Kern einer Kulturstadt wie Heilbronn angesehen werden. Die institutionelle Kulturförderung ist dabei gleichermaßen den kulturellen Traditionen der Stadt verpflichtet wie einer Weiterentwicklung beziehungsweise aktuellen Impulsen und Themen.

Im konkreten Fall von Heilbronn waren im Haushaltsjahr 2016 95 Prozent der Mittel in der institutionellen Förderung gebunden. Diese Förderung umfasste dabei zwei Bereiche: erstens die Förderung der städtischen Institute (inkl. Theater) mit rund 84 Prozent (18 Millionen Euro) und zweitens die Förderung nicht-städtischer Kulturanbieterinnen und -anbieter mit Fördermitteln in Höhe von ca. 2,5 Millionen Euro (entspricht rund 12 Prozent des Gesamtetats). Die Verlässlichkeit der institutionellen Förderung kommt somit nicht nur den Kulturangeboten in städtischer Trägerschaft zugute, sondern auch anderen Anbietern aus den Bereichen „Musikpflege“ (z. B. Heilbronner Sinfonie Orchester, Kulturring Heilbronn e. V., Württembergisches Kammerorchester Heilbronn) und „Sonstige Kulturpflege“ (z. B. Kunstverein Heilbronn e. V., Popbüro Heilbronn-Franken, Theaterschiff Heilbronn e. V.). Unter den geförderten Institutionen sind auch Einrichtungen aus dem Bereich der Freien Kulturszene vertreten, wie beispielsweise das Kunst- und KulturWerkHaus Zigarre e. V. Für die Projektförderung („Sonstige Förderung“) verblieben 2016 somit rund fünf Prozent des Gesamtetats. Dieser Anteil entfiel ebenfalls auf die Bereiche „Musikpflege“ mit der Förderung von Musik- und Gesangsvereinen in Höhe von 113.000 Euro und den Bereich „Sonstige Kulturpflege“ mit 30.000 Euro für die Förderung einzelner Projekte im Bereich der Freien Kulturarbeit.¹³

Es existieren derzeit für die institutionell gebundenen Mittel keine expliziten Förder Richtlinien, die detaillierte Aussagen darüber enthalten, welche kulturpolitischen Ziele grundsätzlich mit der Förderung verfolgt werden und welche Voraussetzungen und Bedingungen (z. B. Behandlung von etwaigen Rücklagen und Drittmitteln) in Summe an die Mittelvergabe geknüpft sind, das heißt, es handelt sich größtenteils um gewachsene Fördermechanismen. Ziel- und Budgetvereinbarungen sollten vor diesem Hintergrund zukünftig als Steuerungsinstrumente mitgedacht werden.

Des Weiteren liegen zwar „Richtlinien zur Förderung musizierender Vereinigungen“¹⁴ sowie „Richtlinien zur Förderung der freien Kulturarbeit“¹⁵ vor, allerdings datieren diese auf die Jahre 1988/2004 und 1997. Eine grundlegende und vor allem bedarfsgerechte Überarbeitung ist deshalb erforderlich. Vor allem für die Projektförderung gilt es, eine bessere Ausstattung anzustreben und auf dieser Grundlage die Förderkriterien und -schwerpunkte sowie die Förderarten und -verfahren zeitgemäß auszurichten. Ferner sollen Überlegungen angestellt werden, wie Informationen über Fördermöglichkeiten noch einfacher zugänglich gemacht werden können und auch das Antrags- sowie Abrechnungsverfahren barrierefrei gestaltet werden kann.

Die städtische Kulturförderung bedarfsgerechter ausrichten.

Förderrichtlinien für alle Bereiche der städtischen Kulturförderung definieren bzw. überarbeiten.

Projektförderung aufwerten und zeitgemäß ausrichten (hinsichtlich Förderkriterien, -arten und -verfahren).

Informationen über Fördermöglichkeiten einfacher zugänglich machen und Antrags- sowie Abrechnungsverfahren barrierefrei gestalten.

13 Die Entwicklung der städtischen Kulturförderung in den Jahren 2005 bis 2012 ist im Heilbronner Kulturbarometer (Stadt Heilbronn 2012) dokumentiert. Die Kennzahlen für das Jahr 2016 entstammen einer internen Zusammenstellung, die von der Kulturverwaltung in Vorbereitung dieser Kulturkonzeption erstellt wurde.

14 Vgl. https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturfoerderung/Richtlinie_Foerderung_Musik.pdf (letzter Zugriff: 06.08.2018).

15 Vgl. https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturfoerderung/Richtlinie_Foerderung_Freie_Kulturarbeit.pdf (letzter Zugriff: 06.08.2018).

Die Kulturverwaltung in ihren Strukturen dem erweiterten Aufgabenspektrum anpassen.

In seinem Beitrag zur Kulturentwicklung auf Landesebene hat der Städtetag Baden-Württemberg 2014 Empfehlungen für zukünftige Handlungsfelder der kommunalen Kulturpolitik abgegeben und in diesem Zusammenhang auch das Leistungsspektrum kommunaler Kulturverwaltungen beschrieben. Deutlich lässt sich daraus ein Wachstum des Aufgabenvolumens ablesen, das gleichermaßen aus Chancen wie Herausforderungen kommunaler Kulturentwicklung resultiert (z. B. Kulturelle Bildung und Teilhabe, Kultur- und Kreativwirtschaft).¹⁶ Auch der Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption hat gezeigt, dass die Erwartungen und Aufgaben, die an die Kulturverwaltung herangetragen werden, hoch sind und zunehmend komplexer werden. Vielfach wurde eine stärker impulsgebende Funktion („Gestalten statt Verwalten“) gewünscht und vor allem eine moderierende „Kümmerer“-Funktion eingefordert, etwa an der Schnittstelle zu den kommunalen Handlungsfeldern von Bildung, Inklusion, Partizipation und Integration, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung (vgl. dazu die weiteren Ausführungen in diesem Kap. sowie in Kap. 4). Mit der avisierten Neuausrichtung der städtischen Kulturförderung und dem Anliegen der Kultur- und Kreativschaffenden, in der Drittmittelakquise zu unterstützen, ist zudem von einem erhöhten Beratungs- und Serviceaufwand auszugehen (vgl. Kap. 4.3). In der jetzigen Organisationsform und mit der bestehenden personellen Besetzung der Kulturabteilung im Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn sind die genannten Funktionen nicht immer im erwarteten Umfang zu leisten. Die Herausforderung besteht folglich darin, die Kulturverwaltung so zu strukturieren, dass sie dem skizzierten Aufgabenspektrum noch mehr gerecht werden kann. Im Vergleich mit anderen baden-württembergischen Städten ähnlicher Größe (z. B. Heidelberg, Reutlingen, Ulm) fällt in diesem Zusammenhang auf, dass diese Städte über ein eigenes Kulturamt verfügen, das im Vergleich zu Heilbronn mit mehr Personal ausgestattet ist.

Die Kulturverwaltung in ihren Strukturen dem erweiterten Aufgabenspektrum anpassen.

Ein geeignetes Organisationsmodell für die Kulturverwaltung entwickeln, das dem erweiterten Aufgabenspektrum gerecht wird (v. a. Impulsgeber-/ „Kümmerer“-/ Schnittstellenfunktion; Beratungs- und Servicefunktion in Kulturförderung und Drittmittelakquise).



Bürgermeisterin Agnes Christner begrüßt die Workshop-Teilnehmenden.

2.2 Sparten und Szenen

(Frei)Räume für die Freie Szene schaffen.

Wie viele andere Städte in Deutschland steht Heilbronn vor der Herausforderung, das kulturelle Erbe und die gewachsene Infrastruktur zu bewahren und weiterzuentwickeln sowie gleichzeitig neuen Impulsen Raum zu geben, für die oftmals die Freie Szene eine wichtige Treiber- und Laborfunktion übernimmt. Zugleich gestalten sich Arbeits- und Produktionsbedingungen in dieser Szene vielfach schwierig. So arbeiten freie Kultur- und Kreativschaffende nicht selten in prekären räumlichen und finanziellen Verhältnissen oder gänzlich ehrenamtlich.¹⁷ Diese doppelseitige Entwicklung wirft Fragen auf, die auch Kulturpolitik und -verwaltung nicht ignorieren können und einen Austausch mit den Betroffenen verlangen. Dieser Schritt wurde in Heilbronn bereits unternommen und es finden regelmäßige Treffen, die von der Kulturbürgermeisterin der Stadt Heilbronn initiiert wurden, zwischen der Kulturverwaltung und Vertreterinnen und Vertretern der Freien Szene statt. In diesem Kreis herrscht das Einvernehmen, dass der Mangel an geeigneten (d. h. vor allem auch bezahlbaren) Produktions- und Veranstaltungsstätten und damit verbunden die Schaffung von dauerhaften Raumlösungen, die verlässlichen Arbeitsbedingungen und einen Identifikationsort für die Freien Szene bedingen, die dringlichste Herausforderung darstellt. Die gegenwärtigen Arbeiten an einem Konzept für ein Soziokulturelles Zentrum durch das Popbüro Heilbronn-Franken sind ein Beleg dafür, dass diese Herausforderung von der Stadt erkannt und ernstgenommen wird. Nun gilt es, konsequent an einer Realisierung zu arbeiten und die offenen Fragen zu klären, die sich aus dem Konzeptentwurf ergeben.

Ein weiterer Handlungsbedarf ist in der gegenwärtigen Ausstattung und Ausrichtung der Projektförderung auszumachen, die ein zentrales Förderinstrumentarium der städtischen Kulturförderung für die Freie Szene darstellt, und bereits an anderer Stelle (s. o.) ausführlicher behandelt wurde. So bietet beispielweise das Prinzip des Ausgleichs eines Abmangels in Kombination mit einer Einzelprojektförderung freien Kultur- und Kreativschaffenden derzeit kaum Anreize und Sicherheit in der Planung und Realisierung ihrer Vorhaben.

(Frei)Räume für die Freie Szene schaffen.

Arbeits- und Produktionsbedingungen verbessern durch...

- Schaffung von bezahlbaren und verlässlichen Raumlösungen.
- Neuausrichtung der städtischen Projektförderung.

¹⁷ Vgl. zur Bedeutung und Lage der Freie Szene Deutscher Kulturrat (2018) und Städtetag Baden-Württemberg (2014: 10ff.).

Literaturvermittlung und Literaturdiskurs fördern („Heilbronner Literaturhaus“).

Dem 1810 uraufgeführten „Das Käthchen von Heilbronn“ oder „Die Feuerprobe“ des Dichters Heinrich von Kleist verdankt Heilbronn bis heute seine literarische Bedeutung. Die enorme Rezeptionsgeschichte des „Käthchen von Heilbronn“ war ein starkes Argument dafür, dass die Stadt Heilbronn 1991 die Arbeitsbibliothek des Kleist-Forschers und -Herausgebers Helmut Sembdner erworben und seither kontinuierlich zum Kleist-Archiv Sembdner ausgebaut hat. Auf die Arbeit des Kleist-Archivs Sembdner gehen das umfangreichste Informationsportal www.kleist.org zum Leben und Werk des Dichters sowie die jährlich erscheinenden „Heilbronner Kleist-Blätter“ zurück. Neben dieser solitären öffentlichen (Forschungs)Einrichtung übernimmt die Stadtbibliothek Heilbronn eine zentrale Aufgabe in der literarischen Grundversorgung der Heilbronner Bürgerinnen und Bürger, ergänzt um Angebote von Buchhandlungen, Verlagen und punktuell von freien Akteurinnen und Akteuren. Gleichwohl hat unter anderem der Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption wiederholt deutlich gemacht, dass die Stadt ihr literarisches Potenzial bislang nicht hinreichend ausgeschöpft hat und entsprechend auch die Literaturförderung, vor allem die Literaturvermittlung und Impulse für einen lebendigen Diskurs über (Gegenwarts)Literatur, bisweilen zu kurz gekommen ist. Dem entsprechend begründet ist der wiederholte Ruf nach einem Literaturhaus, der auch in die Stadtkonzeption Eingang gefunden hat.¹⁸

Literaturvermittlung und Literaturdiskurs fördern („Heilbronner Literaturhaus“).

Literaturförderung ausbauen, v. a. Literaturvermittlung fördern und Impulse für einen lebendigen Diskurs über (Gegenwarts)Literatur setzen.

Realisierung eines Literaturhauses prüfen.

(Innovations)Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker erkennen und aktivieren.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft gilt als anerkannter Wirtschaftssektor und Attraktivitäts- sowie Innovationsfaktor für Städte und Regionen.¹⁹ In dieser Branche werden „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“.²⁰ In der Praxis gelingt die Abgrenzung nicht immer trennscharf, da Kultur- und Kreativschaffende häufig zeitgleich Profit- als auch Non-Profit-Aktivitäten nachgehen. Dieser Umstand wird in der Logik der städtischen Kulturförderung nicht zwangsläufig berücksichtigt, weshalb Kultur- und Kreativschaffende mit einer erwerbswirtschaftlichen Orientierung auch dann aus Fördermaßnahmen ausgeschlossen werden, wenn die Förderkriterien inhaltlich als erfüllt gelten können. Gleichzeitig stellt sich die Aufgabe, das wirtschaftspolitische Verständnis von Heilbronn als Innovationsstandort für die (Innovations)Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft zu öffnen und bei zukünftigen Maßnahmen mitzudenken, um den betreffenden Akteurinnen und Akteuren zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen, zum Beispiel indem an Lösungen für die Raumnot der Kultur- und Kreativschaffenden gearbeitet wird. Als Potenzial gilt es dabei den Leerstand in der Kernstadt in den Fokus zu nehmen – eine Chance, um kreative Kontrapunkte zur Systemgastronomie

18 Vgl. zum Thema Literaturförderung auch die Ausführungen zum Handlungsfeld „Kunst und Kultur in Heilbronn“ in der Stadtkonzeption (Stadt Heilbronn 2017: 148ff.).

19 Vgl. zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Gesamtwirtschaft BMWi (2018) und zum Innovationspotenzial dieser Branche Söndermann (2017).

20 Zitiert nach Deutscher Bundestag (2007: 304).

und den ansässigen Einzelhandelsketten zu setzen, und gleichzeitig eine Herausforderung aufgrund der Eigentumsverhältnisse der leerstehenden, oftmals nicht-städtischen Immobilien.

Diese wenigen Ausführungen machen bereits deutlich, dass es sich beim Thema Kultur- und Kreativwirtschaft um eine Querschnittsaufgabe von Kultur- und Wirtschaftspolitik handeln muss. Für die Praxis leitet sich daraus die Notwendigkeit eines intensiveren Austauschs und die Klärung von Zuständigkeiten innerhalb der städtischen Verwaltung ab.

(Innovations)Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker erkennen und aktivieren.

Logik der städtischen Kulturförderung angesichts der Gleichzeitigkeit von Profit- und Non-Profit-Tätigkeiten von Kultur- und Kreativschaffenden überdenken.

Wirtschaftspolitisches Verständnis von Heilbronn als Innovationsstandort für die (Innovations)Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft öffnen und bei kommenden Maßnahmen mitdenken (z. B. Nutzung von Leerstand in der Kernstadt durch Kultur- und Kreativwirtschaft).

Austausch zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik intensivieren und Zuständigkeiten für Kultur- und Kreativwirtschaft klären.

Der Heilbronner Festivallandschaft überregional zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen.

Mit dem „Klassik Open Air Heilbronn“ und der „Langen Nacht der Kultur“ hat die Stadt Heilbronn bereits zwei neue Formate zusammen mit städtischen Kultur- und Kreativschaffenden geschaffen, die bislang auf eine sehr gute Publikumsresonanz stoßen und insbesondere unter dem Aspekt der Teilhabe erfreulich ausfallen, weil ein erweiterter Bevölkerungskreis erreicht werden kann. Weitere temporäre Formate, auch nicht-städtischer Kultureinrichtungen und -initiativen, tragen ebenfalls dazu bei, dass Heilbronn als Kulturstadt an Attraktivität gewinnt und regional ausstrahlt (z. B. „Haigern live, „Viel- & Draußen-Festival“ oder früher das „Gaffenberg-Festival“). Gleichwohl wurde im Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption mehrfach der Wunsch nach einem Festivalformat artikuliert, das noch mehr überregionale Aufmerksamkeit erzeugt. Aufgrund regelmäßiger Festivalaktivitäten gilt es zu prüfen, ob ein weiteres Format eine sinnvolle Maßnahme darstellt oder bestehende Angebote weiterentwickelt werden können. In diesem Zusammenhang sollte auch die Frage aufgegriffen werden, wie Ereignisse, Personen und Themen, die für die Entwicklung und Geschichte der Stadt Heilbronn prägend waren, zeitgemäß in den Fokus gerückt werden können (z. B. 4. Dezember 1944, Käthchen von Heilbronn, Robert Mayer, Wilhelm Waiblinger, Neckar, Weinbau).

Der Heilbronner Festivallandschaft überregional zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen.

Abwägen, ob ein weiteres Festival eine sinnvolle Ergänzung darstellt oder eine Weiterentwicklung bestehender Formate zum gewünschten Ziel führt.

Ereignisse, Personen und Themen mit Heilbronn-Bezug nach Möglichkeit in Festivalkonzeption stärker berücksichtigen.

2.3 Querschnittsthemen

Eine Kooperationskultur unter den Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden festigen.

In der Heilbronner Kulturlandschaft gibt es regelmäßig Beispiele für gelungene Kooperationen zwischen Kultur- und Kreativschaffenden. Die „Lange Nacht der Kultur“, die erstmalig 2017 in dieser Form durchgeführt wurde und 2018 aufgrund der positiven Resonanz in die zweite Auflage ging, ist ein solches Beispiel. Gleichzeitig hat der Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption mehrfach gezeigt, dass der Wunsch der Beteiligten vorhanden ist, über punktuelle Möglichkeiten hinaus den Austausch zu intensivieren, das heißt vor allem auch kennenzulernen, welche Potenziale es in der Stadt gibt und (träger- und spartenübergreifende) Formen der Zusammenarbeit zu finden. Damit soll auch eine gesteigerte Wertschätzung füreinander einhergehen. Dies gilt vor allem für das Verhältnis zwischen städtischen Kultureinrichtungen und freien Kulturakteurinnen und -akteuren.

Kooperationen erweisen sich vor allem dann als sinnvoll, wenn es sich um Aufgaben handelt, die im Alleingang nicht zu absolvieren sind beziehungsweise sich Win-win-Situationen ergeben. Bei einem Großteil der Herausforderungen, die in dieser Kulturkonzeption benannt werden, dürfte es sich um solche Aufgaben handeln. Anzustreben ist deshalb eine gemeinsame Kulturentwicklung, die den Blick fürs Ganze dort forciert, wo eine vornehmliche Innenzentrierung auf das eigene Tun an ihre Grenzen stößt.

Gemeinsam ein Netzwerk für Kulturelle Bildung aufbauen.

Im Bereich der Kulturellen Bildung kann die Stadt Heilbronn auf vielseitige Angebote und bereits bestehende Kooperationen zwischen Kultur- und Bildungseinrichtungen blicken. Um den Aktivitäten zu mehr Kontinuität zu verhelfen und das vielfältig vorhandene Angebot besser sichtbar zu machen, bedarf es nun eines regelmäßigen Austauschs und eines Systems von festen Ansprechpartnerinnen und -partnern unter den Beteiligten. Es gilt in mehrfacher Hinsicht Transparenz anzustreben: Die Kulturschaffenden sollten untereinander informiert sein, welche Aktivitäten bereits unternommen werden oder in Planung sind, um so gegebenenfalls Parallelbemühungen aufzudecken und Kooperationspotenzial auszuloten. Dies sollte ebenso für Verantwortliche in der Stadtverwaltung gelten, die das Querschnittsthema Kulturelle Bildung bearbeiten. Bildungseinrichtungen sollten die Möglichkeit haben, sich an zentraler Stelle über Angebote im Bereich der Kulturellen Bildung zu informieren und gleichermaßen ihrerseits Ansprechpartnerinnen und -partner für Kooperationen benennen. Auch Familien mit Kindern könnten von einer entsprechenden Sichtbarmachung profitieren.

Gemeinsam ein Netzwerk für Kulturelle Bildung aufbauen.

Aktivitäten zwischen Kultur- und Bildungseinrichtungen zu mehr Kontinuität verhelfen und den Kreis der Beteiligten erweitern durch...

- Schaffung von regelmäßigen Austauschmöglichkeiten.
- Etablierung eines Systems von festen Ansprechpartnerinnen und -partnern.

Mehr Teilhabe durch Partizipation und Vernetzung ermöglichen.

Kulturelle Teilhabe ist und bleibt eine zentrale Herausforderung für Kulturpolitik und Kulturarbeit. Dem Idealbild einer „Kultur für alle“²¹, das Hilmar Hoffmann in den 1970er Jahren als Postulat der Neuen Kulturpolitik ausgab, stehen im bundesdeutschen Durchschnitt heute 50 Prozent der Bevölkerung gegenüber, die sich nicht für Kunst- und Kulturangebote interessieren.²² Auch eine Umfrage unter den Heilbronnerinnen und Heilbronnern lässt auf einen ähnlich hohen Anteil von Nicht-Besucherinnen und -Besuchern schließen.²³ Die Ursache liegt dabei nicht per se darin begründet, dass Kultureinrichtungen zu wenig unternehmen, Nicht-Besucherinnen und -Besucher zu adressieren. Es mag vielmehr darin begründet liegen, wie die potenzielle Kulturnutzerin und der potenzielle Kulturnutzer wahrgenommen werden. Angebote werden bislang vor allem für eine bestimmte Zielgruppe konzipiert, deren Lebenswirklichkeit die Macherinnen und Macher nicht zwangsläufig teilen.²⁴ Das lässt sich im Besonderen für Jugendliche und Studierende, für Menschen mit internationalen Wurzeln und für Personen mit einer Behinderung feststellen. Es gilt deshalb in einer diversitätsgeprägten (Stadt)Gesellschaft, wie sie in Heilbronn anzutreffen ist, ein Umdenken herbeizuführen und künftig noch stärker auf eine gemeinsame Entwicklung von Programmen und Formaten zu setzen, verbunden mit regelmäßigen Aushandlungs- und gegenseitigen Lernprozessen, das heißt Partizipation wird zur Voraussetzung von Teilhabe.²⁵

Damit dies gelingen kann, braucht es wiederum engagierte Partnerinnen und Partner, die als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in ihre Gemeinschaften hineinwirken können. Ein so gemeintes „Community Building“ ist demnach kultureller Teilhabe vorgeschaltet und zielt deutlich offensiver auf ein Miteinander und die (Re)Aktivierung lokaler Gemeinschaften ab, als es im „Audience Development“ angelegt ist. Letzteres hat den Aufbau neuer Besuchergruppen zum Ziel und kann sich der Zuschreibung nicht gänzlich entledigen, Zielgruppen vor allem als passiv rezipierende Kulturnutzerinnen und -nutzer zu verstehen.²⁶ Während sich die beschriebene Herausforderung grundsätzlich für alle der genannten Zielgruppen stellt, gibt es darüber hinaus spezifische Entwicklungen und Herausforderungen, die einen gesonderten Blick auf die verschiedenen Bevölkerungsgruppen nahelegen:

Junge Menschen und Studierende

Heilbronn hat in den zurückliegenden Jahren eine beeindruckende Entwicklung hin zur Wissens- und Universitätsstadt vollzogen. Aktuell zählt die Stadt rund 8.000 Studierende, Tendenz steigend. Die hiesigen Studienmöglichkeiten ziehen demnach junge Menschen nach Heilbronn, wenngleich das Image der Stadt weniger positiv ausfällt.²⁷ Was junge Menschen, Studierende eingeschlossen, sich an Lebensqualität in Heilbronn wünschen und was sie vorfinden, ist nicht unbedingt deckungsgleich. Ein kooperatives Forschungsprojekt zwischen HANIX und der DHBW Heilbronn hat jüngst unter anderem gezeigt, dass in der Wahrnehmung der Befragten zum Beispiel in den Bereichen „Attraktives Nachtleben“, „Attraktive Veranstaltungen und Festivals“, „Pulsierendes Stadtleben“, „Rock-/ Pop-Konzerte“, „Streetstyle/ alternative Mode“, „Informationen zu kulturellen Angeboten in der Stadt“, „Freie Künstlerszene“ und „Urbane Kultur (z. B. Streetart, Skateboarding, Vintagemärkte)“ deutliche Verbesserungspotenziale bestehen.²⁸ Zweifelsohne gilt es jeden dieser Punkte kritisch auf bereits vorhandene Angebote und ihre

21 Vgl. dazu ausführlich Hoffmann (1979).

22 Vgl. zu Ergebnissen der Besucherforschung die Beiträge in Glogner-Pilz/Föhl (2016) sowie insbesondere die Untersuchung von Renz (2016) im Bereich der Nicht-Besucherforschung.

23 Im Rahmen des „Heilbronn-Barometers“ wurde die Bevölkerung durch das Heilbronner Institut für angewandte Marktforschung zu ihren Kultur- und Freizeitnutzungsverhalten befragt. Dabei wurden auch Informationen darüber eingeholt, wie häufig in den vergangenen zwölf Monaten ausgewählte Angebote wahrgenommen wurden. Der Wert für die Antwort „in den letzten 12 Monaten nicht besucht/genutzt“ lag bei allen Angeboten über der 50 %-Marke (vgl. dazu ausführlich Allhoff 2017).

24 Dies kann nicht nur für die Lebenswirklichkeit in verschiedenen Kulturkreisen der Fall sein, sondern betrifft beispielsweise auch die Nutzung und den Umgang mit Social Media und anderen digitalen Möglichkeiten ganz zentral.

25 Vgl. exemplarisch und vertiefend zur gegenwärtigen Diskussion über Diversität und Teilhabe im Kulturbetrieb Dätsch (2018), Kirmeier/Wenrich (2016), Mandel (2013/2016), Piontek (2017), Schneider/Eitzeroth (2017), Wolfram (2017/2018), Ziese/Gritschke (2016) sowie die Schwerpunktausgabe des KM-Magazins zum Thema „Diversity“ (Kulturmanagement Network 2016) sowie die Plattform <https://www.kultur-oeffnet-welten.de> (letzter Zugriff: 28.07.2018).

26 Vgl. zum Thema „Community-Building“ ausführlich Borwick (2012) und auch Goldbard (2006); zur Diskussion in Deutschland vgl. außerdem Föhl (2015).

27 Vgl. dazu vor allem die Beiträge von Fritz-Kador (2017a/b) und Welzin (2018) zum Titelthema „Schwarmstadt Heilbronn?“ im „HANIX“-Magazin, Ausgabe Nr. 52.

28 Vgl. ebd

Machbarkeit zu prüfen, gleichwohl wird deutlich, dass eine Auseinandersetzung mit der Frage erfolgen sollte, wie für und mit jungen Menschen attraktive Kultur- und Kreativangebote gestaltet werden können und welche Rahmenbedingungen erforderlich sind, um das künstlerisch-kreative Potenzial junger Kultur- und Kreativschaffender nachhaltig zu aktivieren und dabei den Blick auf eine lebenswerte Kulturstadt Heilbronn zu richten.

Menschen mit internationalen Wurzeln

Heilbronn ist im bundesdeutschen Vergleich eine überdurchschnittlich bunte Stadt. 53 Prozent der Heilbronner Bürgerschaft weist eine Zuwanderungsgeschichte vor, unter den Kindern und Jugendlichen liegt der Anteil mit 72 Prozent noch einmal deutlich höher.²⁹ Seit mehreren Generationen leben in Heilbronn Menschen unterschiedlichster Herkunft friedlich zusammen. Gleichwohl stellt die Teilhabe und Gestaltung des kulturellen Lebens durch Menschen mit internationalen Wurzeln eine bleibende Herausforderung dar. Das Aufkeimen rechtspopulistischer Strömungen fordert dazu auf, die Frage, wie wir zusammenleben wollen, auch im Kulturbetrieb verstärkt zu verhandeln. Gleichzeitig muss eine noch stärkere Öffnung der Kultureinrichtungen und Kulturschaffenden gegenüber den Barrieren und Bedarfen dieser Bevölkerungsgruppe(n) gelingen.

Andersherum stellt sich die Frage der Zugänglichkeit und Sichtbarkeit auch für die kulturellen Aktivitäten von Menschen mit internationalen Wurzeln in ihren Vereinen oder ähnlichen Zusammenschlüssen. Vor allem wird es wichtig sein, Verbündete innerhalb der Communities zu identifizieren und bestehende Netzwerke und „Kümmerer“ wie die

²⁹ Vgl. Meldedaten der Stadt Heilbronn (Stand 30.06.2018).

Mehr Teilhabe durch Partizipation und Vernetzung ermöglichen.

Kulturangebote nicht nur für, sondern auch verstärkt gemeinsam mit den Zielgruppen entwickeln, um sie besser in ihrer jeweiligen Lebenswirklichkeit abholen zu können.

Studierende und andere junge Menschen:

Für und mit jungen Menschen mehr attraktive Kultur- und Kreativangebote gestalten.

Künstlerisch-kreatives Potenzial junger Kultur- und Kreativschaffender nachhaltig durch günstige Rahmenbedingungen aktivieren (z. B. Zugang zu Fördermitteln, Raumnutzungsmöglichkeiten).

Menschen mit internationalen Wurzeln:

Frage nach dem gesellschaftlichen Zusammenhalt („Wie wollen wir zusammenleben?“) aufrufen und im Kulturbetrieb entsprechende Diskussionsräume schaffen.

Kultureinrichtungen und Kulturschaffende öffnen sich weiter für die Barrieren und Bedarfe von Menschen mit internationalen Wurzeln.

Gemeinsam mit Multiplikatorinnen bzw. Multiplikatoren und „Kümmerern“ (z. B. Stabstelle Partizipation und Integration der Stadt Heilbronn und Dachverband Netzwerk der Kulturen Heilbronn e. V.) an einer stärkeren Öffnung der verschiedenen Communities und ihrer Kulturangebote für die Stadtbevölkerung arbeiten.

Bewohnerinnen und Bewohner der Stadtteile:

Schnittstellen zwischen Kultureinrichtungen in der Kernstadt und Stadtteilen aktivieren und Synergien erzeugen (z. B. gemeinsame Programmgestaltung und Formatentwicklung).

Kulturangebot in der Kernstadt in den Stadtteilen besser sichtbar machen und vice versa.

Städtische Rahmenbedingungen (z. B. Auflagen für Durchführung von öffentlichen Veranstaltungen) für Kulturarbeit in den Stadtteilen verbessern.

Menschen mit Behinderung:

Maßnahmen zur direkten Verbesserung der Möglichkeit auf Kulturelle Teilhabe für Menschen mit Behinderung entwickeln und Kultur- und Kreativschaffende zur Umsetzung dieser Maßnahmen ermächtigen.

Künstlerinnen und Künstlern mit Behinderung eine Plattform geben.

Menschen mit internationalen Wurzeln.



Stabstelle Partizipation und Integration der Stadt Heilbronn und den 2017 gegründeten Dachverband Netzwerk der Kulturen Heilbronn e. V. für dieses Anliegen mehr zu nutzen und darüber hinaus die eigene Netzwerkfähigkeit von Kultureinrichtungen in diesem Bereich zu intensivieren.

Bewohnerinnen und Bewohner der Stadtteile

Zentrale Kultureinrichtungen und Angebote befinden sich in der Kernstadt Heilbronn. Darüber hinaus zeichnet Heilbronn ein reges ehrenamtliches Engagement in den Stadtteilen aus, das unter anderem auch das kulturelle Leben dort und in Summe gesamtstädtisch bereichert (z. B. Musikvereine, „Kultursommer“, Stadtteilfeste). Dazwischen gilt es Schnittstellen zu aktivieren und Synergien zu erzeugen, zum Beispiel durch eine stärkere Verzahnung der innerstädtischen Kultureinrichtungen mit den Stadtteilen in der Programmgestaltung und Formatentwicklung. Zudem stellt sich die Frage, wie Informationen über Kulturangebote in der Kernstadt die Stadtteile besser erreichen und gleichzeitig das kulturelle Leben in den Stadtteilen gesamtstädtisch an Sichtbarkeit gewinnen kann. Für eine möglichst nachhaltige Förderung der Stadtteilkulturarbeit ist zudem die Frage zu stellen, welcher Spielraum sich in der Gestaltung von Rahmenbedingungen ausloten lässt, um das kulturelle Engagement der überwiegend ehrenamtlich Tätigen in den Stadtteilen zu erleichtern (z. B. Umgang mit Parallelveranstaltungen in der Kernstadt oder mit städtischen Auflagen für Veranstaltungen in den Stadtteilen).

Menschen mit Behinderung

Die Stadt Heilbronn verfolgt das Leitziel, die Teilhabe von Menschen mit Behinderung in allen gesellschaftlichen Lebensbereichen zu vereinfachen.³⁰ Somit stellt sich auch für den Kulturbereich die Frage, wie dieser Bevölkerungsgruppe und darüber hinaus Älter werdenden der Zugang zu Angeboten erleichtert werden kann. Die Praxis lehrt, dass in der Angebotsentwicklung Barrierefreiheit nicht konsequent mitgedacht wird und Lösungen wenn, dann oftmals im Nachgang mit kostenintensiven Folgen realisiert werden. Erstrebenswert wäre es daher, den Fokus im Rahmen dieser Kulturkonzeption auf die Fragen zu richten, wie einerseits Maßnahmen zur direkten Verbesserung der Möglichkeit auf Kulturelle Teilhabe für Menschen mit Behinderung aussehen könnten und andererseits die Kultur- und Kreativschaffenden ermächtigt werden könnten, diese Maßnahmen konsequent mitzudenken und zu realisieren.

30 Vgl. <https://www.heilbronn.de/familie-gesellschaft/barrierefreiheit-inklusion.html> (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Mehr Sichtbarkeit für die Kulturstadt Heilbronn durch eine gemeinsame Kommunikationsstrategie erzeugen.

Teilhabe setzt die erfolgreiche Kommunikation von Angeboten voraus, das heißt, nur was bekannt ist, kann letztlich nachgefragt werden. Die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden erzeugen über klassische ebenso wie über digitale Kommunikationsmedien Aufmerksamkeit für ihre Angebote. Gleichzeitig entsteht dadurch eine Vielzahl an Informationen, die über verschiedene Kanäle gestreut werden. Und oftmals geht damit ein Ressourcenaufwand einher, der insbesondere für ehrenamtliche Kulturtreibende nicht einfach zu bewerkstelligen ist. Was fehlt, ist eine gemeinsame Kommunikationsstrategie der Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteure mit dem Ziel, Informationen zu bündeln, so dass sich Kulturinteressierte möglichst unkompliziert über das Heilbronner Kulturangebot informieren können. Einher geht damit die Chance, gemeinsam ein zusammenhängendes Bild von Heilbronn als Kulturstadt nach innen und außen zu transportieren, denn Heilbronn bietet eine Vielzahl an kulturellen Angeboten, die eine lange Tradition vorweisen oder auf Impulse der jüngsten Vergangenheit zurückgehen. Gleichwohl wird Heilbronn von den Bürgerinnen und Bürgern ebenso wie von außen nicht in erster Linie als Kulturstadt wahrgenommen. Dass es sich dabei nicht alleinig um eine Kommunikationsherausforderung handelt, wurde an anderer Stelle in diesem Kapitel bereits deutlich. Dennoch sollte für die Kommunikation künftig gelten, die kulturellen Möglichkeiten, die sich in Heilbronn eröffnen, systematisch sichtbar zu machen und am positiven Imageaufbau einer Kulturstadt Heilbronn mitzuwirken.

Mit der Restrukturierung der Stadtmarketinggesellschaft Heilbronn Marketing GmbH und der Entwicklung eines neuen Corporate Designs in Verbindung mit einem städtischen Kommunikationskonzept wurden in den letzten Jahren bereits wichtige Schritte zurückgelegt, die eine bessere Sichtbarkeit des Kulturangebots bedingen. Nun gilt es zu überlegen, welche spezifischen Bedarfe sich aus der Perspektive der Kultur- und Kreativschaffenden und vor allem der Kulturnutzerinnen und -nutzer ergeben und welche Schritte daraus für eine zeitgemäße Kulturkommunikation resultieren. Hierbei sind insbesondere auch digitale Möglichkeiten mitzudenken.

Mehr Sichtbarkeit für die Kulturstadt Heilbronn durch eine gemeinsame Kommunikationsstrategie erzeugen.

Eine gemeinsame Kommunikationsstrategie entwickeln, um Angebote gebündelt nach innen und außen stärker sichtbar zu machen und damit auch Heilbronns Wahrnehmung als Kulturstadt zu steigern.

Digitale Möglichkeiten in der Kommunikationsstrategie entlang der Bedarfe von Kultur- und Kreativschaffenden sowie Kulturnutzerinnen bzw. -nutzern mitdenken.

Digitalisierung als Verbunds- und Querschnittsaufgabe stärken.

Die Stadt Heilbronn arbeitet seit Sommer 2017 an einer gesamtstädtischen Digitalisierungsstrategie. In der Begründung heißt es unter anderem, die „Digitalisierung bietet enorme Chancen gerade auch für Kommunen, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, nachhaltig zu wachsen und Innovationen voranzutreiben“.³¹ Dem vorausgegangen war ein Strategieprozess auf Landesebene, der im Ergebnis allerdings Kunst und Kultur nicht als explizites Handlungsfeld aufgriff. Der Städtetag Baden-Württemberg widmete sich daraufhin explizit den Chancen und Herausforderungen der digitalen Wende für Kultureinrichtungen und Kulturverwaltungen, verbunden mit konkreten Forderungen an das Land und Empfehlungen für Kommunen in Baden-Württemberg. Aus dieser Stellungnahme wird im Detail ersichtlich, dass die Digitalisierung nicht im Alleingang zu bewerkstelligen ist, das heißt nicht ohne Unterstützung durch Land und Kommune, aber gleichzeitig auch als Gemeinschaftsaufgabe von Kulturverwaltung, Kultureinrichtungen und Kultur- sowie Kreativschaffenden begriffen werden sollte. Die genannten Akteurinnen und Akteure sind größtenteils weder finanziell noch fachlich oder konzeptionell auf die Chancen und Herausforderungen eingestellt, die mit der Digitalisierung einhergehen.³² Das heißt, es braucht einen dauerhaften Diskursraum, in dem ausgehandelt wird, was Digitalisierung in Zukunft konkret für die Heilbronner Kulturlandschaft bedeuten soll und welche gemeinsamen digitalen Zukunftsprojekte auf den Weg gebracht werden sollen. Eine solche Diskussion sollte sich nicht in Ergebnissen erschöpfen, die darauf abzielen, in Digitalisierungsfragen aufzuholen oder nachzuarbeiten, sondern es sollte gelingen, zukunftsgerichtete Impulse zu setzen. Dabei muss auch eine Verzahnung mit der städtischen Digitalisierungsstrategie gelingen beziehungsweise Kunst und Kultur müssen als Handlungsfelder mitgedacht werden. Denn neben der Frage, wie auf Chancen und Herausforderungen begegnet wird, geht es auch darum, die Konsequenzen einer zunehmend digitalen Welt zu reflektieren.³³

Digitalisierung als Verbunds- und Querschnittsaufgabe stärken.

Kulturakteurinnen und -akteure für die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung qualifizieren (im Hinblick auf die Produktion, Vermittlung und Kommunikation von Kunst und Kultur und digital-analoge Schnittstellen; Anregung von digitalen Zukunftsprojekten).

Kunst und Kultur als Handlungsfelder in der städtischen Digitalisierungsstrategie mitdenken.



31 <https://www.heilbronn.de/wirtschaft-innovation/digitalisierung.html> (letzter Zugriff: 14.08.2018).

32 Vgl. Städtetag Baden-Württemberg (2018).

33 Vgl. zum Thema Digitalisierung auch die Schwerpunktausgabe der Kulturpolitischen Mitteilungen „Digitalisierung und Kulturpolitik“ (Kulturpolitische Gesellschaft 2018) sowie Stalder (2017).

es "rechnen/Neugier" (pink)

ALI + NEO

unabhängigkeit

regionaler KA

umfeld Kultur

Vielfalt (kultureller Gruppen) → Austausch

Neugierig / offen

heterogenes Publikum

Geschichte spielt eine Rolle

Kultur hat Relevanz für Bürger

Öffnung in den öffentlichen Raum

Inklusion / Barrierefreiheit selbstverständlich

Die k... era...

Qualitäts-sicherung

An HN fährt man nicht vorbei

Kultur des Loslassens

mit Zeit...

Welche Kulturstadt gestalten? Welche Namen sollen das Bild Heilbronn 2023

zahlbare Kulturstadt

multifunktionales Kulturhaus

Wir haben eine kulturelle Identität

≠ Viel...

Exklusivität (nicht zu vermeiden)

ausgrenzend

Positiv über Andere sprechen "einmalig"

Selbstbewusstes Kulturst...

Teilhabe!

Dankbar für ältere Menschen abgeben

Miteinander

HN denkt groß (R. Thyer, Kleist) AUCH in Kult...

junge Leute wissen um Stellenwert Musik

↳ junge Menschen

Formen für Miteinander finden (Hansix-Party Festsch...

geisteswiss. Fakultät

sichtbare Musikstadt

Schulen können Angebote nutzen (Zeit!)

Respekt Kulturverst. v. Anderen

sauber renoviert

3 Zukünftige Leitlinien für die Kulturstadt Heilbronn

Plädoyer für eine gemeinsame Grundhaltung

Die Stadt Heilbronn hat den Entschluss gefasst, eine gesamtstädtische Kulturkonzeption zu erarbeiten, verbunden mit einem Prozess, in dem es um die zentrale Fragestellung geht, welche Wege die Stadt Heilbronn in der Kulturentwicklung in den nächsten Jahren im Sinne von Zielen und Maßnahmen einschlagen möchte. Dafür braucht es auch eine gemeinsame Antwort auf den Kern aller Fragen, nämlich mit welcher Grundhaltung die Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteure Kunst und Kultur in Heilbronn gestalten wollen. Diese Frage geht weit über die strategische und vor allem operative Ebene hinaus. Sie provoziert im besten Fall eine Vision, entlang derer die Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteure gemeinsam die weitere Kulturentwicklung in ihrer Stadt vorantreiben wollen und die Verständigung auf gemeinsame Leitlinien für die Kulturarbeit in Heilbronn.

Gemeinsam fungieren eine Vision und Leitlinien als Überbau für eine Vielzahl an kleinteiligen Zielen und unterschiedlich konkreten Handlungsempfehlungen und Maßnahmen, die erfahrungsgemäß in einem solchen Prozess erarbeitet werden und die schnell die Gefahr entstehen lassen, den Blick für das große Ganze zu verlieren. Und es braucht einen langen Atem, der ohne Motivation und ohne eine gemeinsame Idee nicht durchzuhalten sein wird, denn die Heilbronner Kulturentwicklung wird mit Vorlage dieser Kulturkonzeption nicht abgeschlossen sein. Kulturentwicklung ist prozesshaft angelegt. Öffnungs- und Veränderungsprozesse werden angestoßen, die gemeinsam erarbeiteten Lösungsansätze werden weiter verhandelt, aktualisiert, konkretisiert oder auch angesichts neuer beziehungsweise veränderter Herausforderungen verworfen. In einem damit verbundenen langfristigen und von Zeit zu Zeit auch langwierigen Prozess ist die Möglichkeit der Rückbesinnung auf einen gemeinsamen

Grundton essenziell. – Worauf also wollen wir uns verständigen?

Heilbronn: Kulturstadt?!

Heilbronn verfügt über zahlreiche Angebote im Bereich der kulturellen Grundversorgung und darüber hinaus. Es finden sich in der Stadt Kultureinrichtungen verschiedener Sparten, die regional und punktuell auch überregional ausstrahlen. Hinzu kommt eine Vielfalt an Vereinen, kirchlichen Aktivitäten, Initiativen und Szenen, die das kulturelle Leben ebenfalls bereichern. Kurzum, Heilbronn hat die Angebote und das Potenzial Kulturstadt zu sein. Ihr Ruf wird dem jedoch nicht immer gerecht. Die Ursachen dieses Umstands wurden bereits ausführlich erörtert und als Herausforderungen gekennzeichnet (vgl. dazu ausführlich Kap. 2). Eine Quintessenz ist, dass zukünftig mehr Offenheit, Mut und Nachdruck erforderlich sein wird, um eine Kulturentwicklung zu forcieren, die Heilbronn als Kulturstadt wahrhaftig auf der inneren wie äußeren Landkarte positioniert.

Konkret bedeutet das:

- mehr Offenheit, Mut und Nachdruck der **Politik im Allgemeinen, Kunst und Kultur** in ihrer Relevanz und ihrem Relevanzpotenzial für diese Stadt zu begreifen und zu fördern.
- mehr Offenheit, Mut und Nachdruck der **Kulturpolitik im Speziellen**, gestaltend zu wirken und dabei die Bandbreite künstlerisch-kreativen Schaffens von gewachsenen Traditionen bis hin zu aktuellen Positionen, Genres und Formaten zu würdigen und alternative sowie experimentelle Formate zu fördern.
- mehr Offenheit, Mut und Nachdruck **aller Kultur- und Kreativschaffenden** zum kooperativen Miteinander, ganz gleich welcher Sparte, Genres, Szene oder Trägerschaft.



- mehr Offenheit, Mut und Nachdruck **aller Kulturakteurinnen und -akteure**, auf gesellschaftliche Querschnittsbereiche zuzugehen und Mitverantwortung zu übernehmen und umgekehrt.
- mehr Offenheit, Mut und Nachdruck **aller, die Kunst und Kultur ermöglichen und gestalten**, gegenüber den vielfältigen Heilbronner Bevölkerungsgruppen, die bislang am kulturellen Leben nicht teilhaben oder es mitgestalten, sowie Besucherinnen und Besuchern.

Das Grundverständnis von Kunst und Kultur, das dieser gemeinsamen Kulturkonzeption dabei zugrunde liegt, hält die Kunstfreiheit als schützenswertes Gut hoch. Gerade in Zeiten zunehmender autoritärer, nationalistischer und populistischer Kräfte kann sich die Legitimation von Kunst und Kultur jedoch nicht im Selbstzweck erschöpfen. Ihre innewohnende Kraft ist ebenso förderungswürdig. Wo Kunst und Kultur entstehen und rezipiert werden, eröffnen sich Diskursräume. Orte, an denen gesellschaftliche Veränderungsprozesse verhandelt, Ursachen und Folgen kritisch reflektiert und Zukunftsbilder oder -utopien entworfen werden. Kunst und Kultur stoßen uns immer wieder auf die Frage, was Gesellschaft zusammenhält, was sie im Kern ausmacht. In einer diversitätsgeprägten Gesellschaft können sie ein Medium der Verständigung sein und Orte erschaffen, an denen gemeinsam Neues entstehen kann.³⁴ Ihnen wohnt also eine wertvermittelnde und wertschaffende Kraft inne. Für das Individuum sind sie zugleich Schule der ästhetischen Bildung und der kreativen Selbsterfahrung. Sie sind unter standortbezogenen Gesichtspunkten wichtige Attraktivitätsfaktoren für eine lebens- und besuchenswerte Stadt.

Ohne Kunst und Kultur überfordern zu wollen oder sie mit Pflichtaufgaben zu versehen, soll mit dieser Kulturkonzeption ein Begriffsverständnis forciert werden, das ausdrücklich auf die vorhandenen Potenziale aufmerksam macht und all jene entsprechend in die Verantwortung nimmt, die Kunst und Kultur in Heilbronn gestalten können und wollen und damit einen kulturellen Beitrag zur Stadtentwicklung leisten.

³⁴ Vgl. zu diesem Gedanken auch das Positionspapier des Deutschen Städtetags „Eintreten für eine offene Gesellschaft – mit Kultur und Kulturpolitik Demokratie stärken“ (Deutscher Städtetag 2018).

Welche Leitlinien leiten sich daraus für die zukünftige Kulturarbeit und Kulturentwicklung ab?

Mehr Offenheit, Mut und Nachdruck aller Beteiligten, um den Herausforderungen begegnen zu können und ein Verständnis von Kunst und Kultur, das ihre Potenziale für die Stadtentwicklung in den Fokus nimmt – aus dieser Erkenntnis speisen sich die folgenden Leitlinien. Sie sollen der Kulturarbeit und Kulturentwicklung, und insbesondere auch der städtischen Kulturförderung, in Zukunft zugrunde liegen. Die Herausforderung besteht dabei wohlgernekt weniger in der Formulierung dieser Leitlinien als in ihrer praktischen Umsetzung, da jede Leitlinie im Einzelnen Herausforderungen aufgreift, die eruiert wurden.³⁵

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, Initiativen und Kirchen, 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 Förderschwerpunkte, -kriterien, -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 Begegnung und Teilhabe. Ernstgemeinte Partizipation endet dabei nicht bei der Angebotsgestaltung für bestimmte Zielgruppen, sondern bezieht die Heilbronner Bürgerinnen und Bürger mit ein.

³⁵ Die folgenden Leitlinien wurden im Anschluss an den zweiten Workshop erstmalig in einer Entwurfsfassung veröffentlicht und u. a. im Rahmen des dritten Workshops noch einmal zur Diskussion gestellt.



4 Handlungsempfehlungen für die Kulturstadt Heilbronn

4.1 Welche Handlungsfelder bilden die Schwerpunkte der Kulturkonzeption?

Die Analysen und das Beteiligungsverfahren, allen voran die drei großangelegten Workshops, erfolgten mit der Absicht, gemeinsam Perspektiven für die Heilbronner Kulturentwicklungen zu entwickeln und dabei vor allem Ziele zu formulieren und Wege auszuloten, um so auf die eruierten Herausforderungen zu reagieren. Insgesamt wurden im Prozessverlauf vier Handlungsfelder definiert, die als Schwerpunkte dieser Kulturkonzeption anzusehen sind und den strategischen Leitlinien (vgl. Kap. 3) untergeordnet sind. Die Abbildung zeigt die Handlungsfelder in der Übersicht.



- **Handlungsfeld 1 („Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation“)** enthält Ziele und Maßnahmen, die darauf ausgelegt sind, den Dialog zwischen den Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden zu verstärken und stetige Formen der Zusammenarbeit zu finden, um die Heilbronner Kulturentwicklung gemeinsam voranzutreiben.
- **Handlungsfeld 2 („(Frei)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte städtische Kulturförderung und Kulturverwaltung“)** nimmt sich vor allem der Bedarfe freier Kultur- und Kreativschaffender an und definiert Ziele und Maßnahmen, die eine Neuausrichtung der städtischen Kulturförderung hinsichtlich Förderschwerpunkten, -kriterien, -instrumenten und -verfahren sowie eine Restrukturierung der Kulturverwaltung implizieren.
- **Handlungsfeld 3 („Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und ernstgemeinte Partizipation“)** fokussiert mit den Themen Kulturelle Bildung und Teilhabe eine zentrale Aufgabe und Herausforderung des Kulturbetriebs. Die entwickelten Ziele und Maßnahmen dienen der systematischen Vernetzung und Herstellung von Transparenz im Bereich der Kulturellen Bildung und zeigen Partizipationsmöglichkeiten für verschiedene Zielgruppen auf, die bislang weniger erreicht wurden. Solche partizipativen Zugänge werden als Voraussetzung für mehr Teilhabe verstanden.
- **Handlungsfeld 4 („An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum“)** widmet sich der Herausforderung, Heilbronn als Kulturstadt im digitalen Raum ebenso wie im Stadtalltag durch kreative Kommunikationsmaßnahmen sichtbarer zu machen und mehr Aufmerksamkeit für das Heilbronner Kulturangebot zu erzielen.

Eine Schwerpunktsetzung, wie sie im Rahmen dieser Kulturkonzeption in Form von Handlungsfeldern erfolgt, wird als sinnvoll erachtet, um einer Überforderung von Politik, Verwaltung, Kultureinrichtungen sowie Kultur- und Kreativschaffenden vorzubeugen und die Handlungsfähigkeit zu begünstigen. Die Aufgaben bleiben indes dennoch komplex, entsprechend umfangreich und vielgestaltig fallen die Ziele und Maßnahmen aus, die jedem Handlungsfeld zugeordnet sind. Sie sind ebenfalls das Ergebnis des durchlaufenen Prozesses, konkret heißt das, sie sind zunächst also als Ideen entstanden und wurden im Prozessverlauf permanent hinterfragt und bei Bedarf konkretisiert und modifiziert.³⁶ Wenngleich der im Folgenden vorgestellte Ziel- und Maßnahmenkatalog teilweise einen unterschiedlichen Konkretisierungsgrad aufweist, bietet er zahlreiche Lösungsszenarien für die identifizierten Herausforderungen und Perspektiven für die Heilbronner Kulturentwicklung. Die Umsetzung wird freilich personelle und finanzielle Ressourcen einfordern, die naturgemäß endlich sind, und nach politischen Entscheidungen verlangen.

In den folgenden Kapiteln 4.2 bis 4.5 werden die Ziele und Maßnahmen entlang der definierten Handlungsfelder im Detail vorgestellt. Die Reihenfolge der vorgestellten Ziele und Maßnahmen stellt dabei keine Bewertung dar; eine Priorisierung erfolgt in Kapitel 5. Der gesammelte Ziel- und Maßnahmenkatalog findet sich darüber hinaus in einer Übersicht ab Seite 68.

36 Vgl. zu diesem Prozess vor allem die Protokolle zu den drei durchgeführten Workshops (Kulturgold 2018 b/c/d/).

4.2 Handlungsfeld 1: Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation

Ziel 1: Zwischen Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteuren besteht ein regelmäßiger Austausch und Dialog als Grundlage für gegenseitige Wertschätzung und Kooperation.

Maßnahme 1: Sparten- und trägerübergreifenden Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ gründen und Sprecherrat (Kulturrat, Kulturbeirat o. ä.) wählen.

Der Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption bot den Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden wiederholt die Möglichkeit, sich intensiver kennenzulernen, auszutauschen und zu vernetzen. Nach Abschluss des Prozesses soll dieser angestoßene Dialog nun verstetigt werden. Um aber gemeinsam arbeitsfähig zu werden – das gilt hinsichtlich der Umsetzung der Kulturkonzeption ebenso wie mit Blick auf zukünftige Herausforderungen und Schwerpunktsetzungen – braucht es einen stärkeren Formalisierungsgrad. Angestrebt wird deshalb die Gründung eines sparten- und trägerübergreifenden Arbeitskreises „Kultur in Heilbronn“, der sich eine Geschäftsordnung gibt. Als Zweck und Aufgaben des Arbeitskreises sollten darin zentral verankert sein:

- Das kulturelle Leben in Heilbronn bewahren und durch Ideen und Impulse weiterentwickeln.
- Austausch und Vernetzung unter den Kultur- und Kreativschaffenden fördern und Kooperationen anregen (z. B. durch regelmäßige Treffen und die Bildung von Arbeitsgruppen).
- Als Interessensvertretung aller Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden („Sprachrohr“-Funktion) gegenüber Politik, Verwaltung und Wirtschaft fungieren (z. B. durch die Bildung eines beratenden Sprecherrats, s. u.).
- Die Umsetzungsphase der Kulturkonzeption aktiv unterstützen und mitgestalten (z. B. durch die Bildung von Arbeitsgruppen oder Task Forces).
- Eine „Denkfabrik“-Funktion für die weitere Kulturentwicklung in Heilbronn übernehmen (z. B. zum Thema Digitalisierung).

Darüber hinaus sollte die Geschäftsordnung auch Auskunft geben über die Organisation des Arbeitskreises (z. B. Mitgliedschaft und Aufnahmeverfahren, Häufigkeit der Zusammenkunft und Beschlussfähigkeit) und insbesondere die Wahl eines Sprecherrats (o. ä. wie z. B. Kulturrat, Kulturbeirat). Dieses Gremium würde die Anliegen des Arbeitskreises vor allem gegenüber Politik und Verwaltung vertreten und eine beratende Funktion im Kulturausschuss übernehmen. Das heißt konkret, Themenvorschläge für die gemeinsamen Sitzungen zu machen, Projekte anzuregen und in der Vergabe von Fördermitteln zu beraten. Nach innen wäre es Aufgabe des Sprecherrats, die Sitzungstermine des Arbeitskreises organisatorisch und inhaltlich vorzubereiten und Impulse für die Bildung von Arbeitsgruppen zu ausgewählten Themen und Herausforderungen zu setzen.





Die Wahl des Sprecherrats sollte durch die Mitglieder des Arbeitskreises auf eine ebenfalls in der Geschäftsordnung festgelegte Dauer (z. B. zwei oder vier Jahre) erfolgen. In der Auswahl der Kandidatinnen und Kandidaten ist eine paritätische Besetzung anzustreben. Zur Orientierung kann die folgende Differenzierung nach Trägerschaft und Zweckorientierung dienen:

- Städtische Kultureinrichtungen
- Institutionell geförderte Kultureinrichtungen in freier Trägerschaft
- Weitere freie Einrichtungen, Vereine oder ähnliche Initiativen
- Einzelkünstlerinnen und -künstler
- Kultur- und Kreativwirtschaft

Um eine konstituierende Sitzung des Arbeitskreises und auch der Wahl des Sprecherrats auf den Weg zu bringen, bedarf es organisatorischer Vorarbeiten (z. B. Terminfindung, Einladung und Tagesordnungspunkte, Moderation) und gegebenenfalls bereits weiterer Überlegungen zur Ausgestaltung einer möglichen Geschäftsordnung. Eine entsprechende „Kümmerer“-Funktion könnte die Kulturverwaltung in der Anfangsphase im engen Austausch mit den städtischen Kulturinstituten und der bereits bestehenden Interessensvertretung der Freien Szene übernehmen. Nach formaler Gründung des Arbeitskreises sollte die Geschäftsführung jedoch nicht bei der Kulturverwaltung liegen, um den Anspruch einer Interessensgemeinschaft der Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden einlösen zu können. Gleichwohl sollte die Kulturverwaltung in die Aktivitäten des Arbeitskreises eingebunden werden und eine Verzahnung mit dem Sprecherrat das Ziel sein (z. B. durch Teilnahme an den Sitzungen).³⁷

Maßnahme 2: Online-Kooperationsbörse einrichten, auf der sich z. B. Akteurinnen und Akteure vorstellen können und Kooperationsbedarfe und -möglichkeiten sichtbar gemacht werden können.

Als ergänzende Maßnahme zur Gründung des Arbeitskreises und Formierung eines Sprecherrats (vgl. Maßnahme 1) wird eine Online-Vernetzung angestrebt. Konkret könnte die avisierte Kommunikationsplattform (vgl. Kap. 4.5, Ziel 1, Maßnahme 1) zu diesem Zwecke genutzt werden. So könnten die Mitglieder des Arbeitskreises beispielsweise über eine Log-In-Möglichkeit einen geschützten digitalen Raum betreten. Neben der Möglichkeit zur Erstellung eines Profils (z. B. Name der Einrichtung, Initiative o. ä., Sparte, Programmschwerpunkte, Kontaktdaten u. a.) könnten auf diesem Wege auch außerhalb von Sitzungsterminen und Arbeitstreffen Kooperationsgesuche und -möglichkeiten veröffentlicht und andere wichtige oder interessante Informationen (z. B. aktuelle Ausschreibungen von Förderprogrammen und Preisen, Fortbildungen, Tagungen und Workshops, personelle Veränderungen etc.) geteilt werden.

Ziel 2: Städtische und institutionell geförderte Kultureinrichtungen, Freie Szene, Kultur- und Kreativwirtschaft pflegen gemeinsame Kooperationen, die Synergien erzeugen.

Maßnahme: Kooperationen zwischen städtischen und institutionell geförderten Kultureinrichtungen sowie Freier Szene und Vertreterinnen bzw. Vertretern aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Gegenstand von Zielvereinbarungen machen.

Unter dem Begriff „Ankereinrichtung“³⁸ werden im kulturpolitischen Diskurs gegenwärtig vor allem öffentliche Kultureinrichtungen gefasst, die oftmals einen Großteil der strukturellen Kulturförderung binden, mit der Konsequenz eines deutlich reduzierten Spielraums für nicht-institutionell geförderte Kultur- und Kreativschaffende. Gegenüber

37 Die Stadt Ulm hat ihren bestehenden Arbeitskreis Kultur inkl. des gewählten Sprecherrats im Zuge des dortigen Kulturentwicklungsverfahrens reformiert. Die aktuelle Geschäftsordnung ist online einsehbar unter <https://www.ulm.de/kultur/service-f%C3%BCr-kulturschaffende/arbeitskreiskultur> (letzter Zugriff: 06.08.2018). Ein weiteres aktuelles Beispiel einer jüngst gewählten Interessensvertretung ist der Rat der Künste Düsseldorf (vgl. dazu <https://rat-der-kuenste.de/>, letzter Zugriff: 06.08.2018). Vgl. ferner zur Funktion und Aufgabe von Kulturbeiräten „als Instrument konzeptbasierter und beteiligungsorientierter Kulturpolitik“ den gleichnamigen Artikel von Föhl/Künzel (2014).

38 Föhl/Wolfram (2016: 384).

Letzteren und im Umgang mit gesamtgesellschaftlichen beziehungsweise städtischen Herausforderungen (z. B. Kulturelle Bildung und Teilhabe) kommt diesen Einrichtungen deshalb eine Mitverantwortung zu. Sie können zum Beispiel unterstützen, indem sie ihre Infrastruktur (v. a. Räume, Technik, Personal) temporär zur Verfügung stellen. Umgekehrt eröffnet sich aber auch für „Ankereinrichtungen“, die dieser Funktion nachkommen, die Aussicht auf Synergieeffekte. Das Erreichen von Publikumsmilieus, die das reguläre Angebot nicht wahrnehmen, ist ein Beispiel für einen solchen Effekt.³⁹

Wenngleich es bereits punktuell Beispiele für solche Kooperationen in Heilbronn gibt,⁴⁰ hat die Bestandsaufnahme der Herausforderungen deutlich gezeigt, dass die Zusammenarbeit zwischen städtischen Instituten (und institutionell geförderten Kulturinstitutionen) und Freier Szene sowie Vertreterinnen und Vertretern aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft noch ausbaufähig ist. Es wird deshalb angestrebt, vor allem die städtischen Institute und in Teilen auch die institutionell geförderten Kulturinstitutionen in ihrer Funktion als „Ankereinrichtungen“ zu fördern und entsprechende Kooperationen zum Gegenstand von Zielvereinbarungen zu machen.

Ziel 3: Die Stadt Heilbronn ist in der Bürgerschaft und überregional für ein Kulturfestival/ ihre Festivallandschaft bekannt.

Maßnahme: Arbeitsgruppe „Festivallandschaft Heilbronn“ im Arbeitskreis „Kunst und Kultur in Heilbronn“ einrichten.

Die Entwicklung eines Festivalformats mit überregionaler Wirkkraft beziehungsweise der Ausbau der bestehenden Festivallandschaft wurden im Prozess als Anliegen formuliert, um Heilbronn als Kulturstadt über die Stadtgrenzen hinaus sichtbarer und attraktiver zu machen. Eine entsprechende Arbeitsgruppe könnte sich innerhalb des Arbeitskreises „Kunst und Kultur in Heilbronn“ kurzfristig formieren und unter Einbindung weiterer Initiativen (z. B. „IG Innovative Stadtentwicklung“) eine Festivalstrategie erarbeiten. Zu einer nachhaltigen Realisierung mit den gewünschten überregionalen Effekten wird es mittel- bis langfristig einer hinreichenden finanziellen Ausstattung bedürfen.

39 Im neu eröffneten StadtPalais. Museum für Stuttgart erhalten beispielsweise regionale DJs („DJs vor den Treppen“) und lokale Musikerinnen und Musiker („Live vor den Treppen“) regelmäßig die Möglichkeit, aufzulegen bzw. aufzutreten, mit dem Effekt, dass das StadtPalais auch für Nicht-Museumsbesucherinnen und -besucher zu einem attraktiven Ort wird. Solche „Third Space“-Strategien (d. h. die Nutzung von Räumlichkeiten für andere Zwecke, als jene, die ihnen ursprünglich zugeschrieben wurden) finden derzeit auch in anderen Städten Anwendung, vgl. zum Beispiel die Nutzung des Foyers des Badischen Staatstheaters als Lernraum für Studierende (http://www.staatstheater.karlsruhe.de/karten/angebote_studierende/, letzter Zugriff: 06.08.2018) sowie die Veranstaltungssonntage der Amerika-Gedenkbibliothek in Berlin (<https://www.zlb.de/veranstaltungen/agbsonntagsoffen.html>, letzter Zugriff: 06.08.2018).

40 Vgl. exemplarisch die jüngste HANIX-Party „La vie en rose“ in Kooperation mit der Kunsthalle Vogelmann (<http://www.hanix-blog.de/veranstaltungen-2/hanix-party-la-vie-en-rose-03-08-2018.html>, letzter Zugriff: 06.08.2018).



4.3 Handlungsfeld 2: (Frei)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte, zeitgemäße städtische Kulturförderung und Kulturverwaltung



Visualisierungs- und Konzeptidee
für das Soziokulturelle (De)Zent-
rum in der Bahnhofsvorstadt.

Ziel 1: Die Stadt Heilbronn unterhält ein Soziokulturelles (De)Zentrum, das (Frei) Räume für Kunst und Kultur schafft und das kulturelle Leben in Heilbronn langfristig bereichert.

Maßnahme: Die Realisierung eines Soziokulturellen (De)Zentrums auf der Grundlage des erarbeiteten Konzepts prüfen (v. a. Trägerstruktur, Machbarkeitsstudie zum Standort und Finanzierung) und Umsetzung politisch forcieren.

Das Fehlen von Räumen und Orten vor allem für die Freie Szene war bereits vor Beginn des Prozesses zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption als Herausforderung von Kultur- und Kreativschaffenden formuliert und von Politik und Verwaltung erkannt worden, so dass bereits im Vorfeld des Prozesses mit der Erarbeitung eines Raumkonzepts begonnen wurde. Die Ergebnisse aus dieser ersten Konzeptionsphase wurden wiederholt in den Prozess eingespeist und auch im Rahmen der verschiedenen beteiligungsorientierten Formate wurde abermals auf die Dringlichkeit einer verbindlichen Raumlösung hingewiesen und die bisherigen konzeptionellen Überlegungen zu einem Soziokulturellen Zentrum befürwortet. Verantwortlich für das dazugehörige Konzept zeichnet das Popbüro Heilbronn-Franken, das eng mit Vertreterinnen und Vertretern der Freien Szene vernetzt ist und nach einer Abfrage der Raumsituation innerhalb der verschiedenen Sparten einen räumlichen Handlungsbedarf in zwei Bereichen ermitteln konnte.⁴¹ Zum einen werden Präsentationsmöglichkeiten in Form fester Spielorte benötigt, die unterschiedliche Kapazitäten fassen (500+, 100 bis 150 Personen). Zum anderen besteht der Bedarf an Proberäumen und Ateliers, also Produktionsmöglichkeiten. Aus dieser Bedarfsanalyse wurden drei Raumformate für ein mögliches Soziokulturelles Zentrum abgeleitet:

- Kunst- und Kulturhalle: Raum für 500+ Personen, modular abtrennbar, mit fester Bühne, Licht- und Tontechnik, regelmäßiger soziokultureller Betrieb in den Sparten Musik (Konzerte, Festivals), Literatur (Lesungen, Poetry Slams), Darstellende Kunst (Tanz- und Theateraufführungen), Bildende Kunst (Ausstellungen, Künstlermärkte), spartenübergreifend (Tagungen, Kreativmessen, Partys)
- Kunst- und Kulturcafé: Raum für 100 bis 150 Personen mit fester Bühne, Licht- und Tontechnik, optional bestuhlbar, regelmäßiger soziokultureller Betrieb in den Sparten Musik (Konzerte, Jam Sessions), Literatur (Lesungen, Poetry Slams), Darstellende Kunst (Tanz- und Theateraufführungen), Bildende Kunst (Ausstellungen, Künstlermärkte), spartenübergreifend (Workshops, Themenabende, Podiumsdiskussionen, Foren, Kleinkunst- und Kabarettabende)
- Probe- und Arbeitsräume: mehrere bezahlbare Räume, dezentrale Aufteilung möglicherweise sinnvoll, für die Sparten Musik (Proberäume), Darstellende Kunst (Proberäume), Bildende Kunst (Ateliers), spartenübergreifend (Gruppenräume, Coworking-Spaces, Multifunktionsräume)

⁴¹ Die folgenden Ausführungen sind dem Konzeptpapier für ein Soziokulturelles (De)Zentrum in Heilbronn entnommen (vgl. Popbüro Heilbronn-Franken 2018).

Das Konzept sieht vor, ein entsprechendes Angebot an Räumen und Orten durch die Gründung eines Soziokulturellen Zentrums zu schaffen, das sich als zentrale Stelle der Förderung freier Kultur- und Kreativschaffender versteht. Das Land Baden-Württemberg unterstützt den Betrieb Soziokultureller Zentren unter der Bedingung, dass der Betrieb durch einen freien Träger, zum Beispiel ein Verein, an einem definierten Standort erfolgt und seit mindestens drei Jahren ein soziokulturelles Programm unterhält. Weiter wird eine institutionelle Förderung durch die Kommune – in der Größenordnung von Heilbronn in Höhe von mindestens 250.000 Euro pro Jahr – vorausgesetzt. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, sind nach derzeitigem Informationsstand Landesmittel in Höhe von 125.000 Euro zu erwarten.

Als Herausforderung und zugleich Chance gestaltet sich indes besonders die Ortsuche. 2017 wurde in einem ersten Konzeptentwurf und auf der Grundlage der damaligen Situation die Idee für ein Soziokulturelles „(De)Zentrum“ formuliert. Konkret sieht dieses Konzept die Schaffung eines „Kulturdreiecks“ in der Bahnhofsvorstadt vor, bestehend aus der ehemaligen MGH-Maschinenfabrik (Olga Jugend- und Familienzentrum), dem Kunst- und Kulturwerkhaus Zigarre und dem Wilhelm-Waiblinger-Haus (Popbüro Heilbronn-Franken und Café Wilhelm).

Der Konzeptentwurf wird aktuell um ein Raumnutzungskonzept, eine Machbarkeitsstudie für die ehemalige MGH-Maschinenfabrik sowie um einen Vorschlag für eine Trägerstruktur ergänzt und der Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und Soziokulturellen Zentren in Baden-Württemberg (LAKS) beziehungsweise dem zuständigen Referat beim Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg (MWK) zur Prüfung und gemeinsamen Erörterung vorgelegt.

Mit Abschluss der Standortsuche und der damit einhergehenden Konzept- und Analysearbeiten sowie der Schaffung einer Trägerstruktur gilt es darüber hinaus die Finanzierung für den Aufbau (d. h. erforderliche bauliche Maßnahmen) und Betrieb des Soziokulturellen Zentrums Heilbronn durch Zuschüsse der Stadt und anderer Finanzierungspartner zu klären.

Ziel 2: Die Stadt Heilbronn weist eine bedarfsgerechte Form der Projektförderung vor.

Maßnahme 1: Mittel für Projektförderung bedarfsgerecht anpassen.

Im Prozessverlauf wurde wiederholt eine bessere Ausstattung der Projektförderung als Anliegen formuliert, um vor allem Vorhaben aus der Freien Szene zu fördern, die nicht institutionell unterstützt werden. Eine entsprechende Erhöhung sollte nicht zulasten der bestehenden Kulturförderung gehen, gleichwohl sind vor allem die städtischen Einrichtungen, deren Finanzierung durch die öffentliche Trägerschaft gewährleistet wird, aufgerufen, ihre Funktion als „Ankereinrichtungen“ stärker zu fokussieren (vgl. dazu ausführlich Kap. 4.2, Ziel 2).

Eine Anpassung der Mittel ist die Voraussetzung, um die Projektförderung sinnvoll ausrichten zu können, so dass auf die unterschiedlichen Bedarfe mit verschiedenen Förderinstrumenten im Bereich der Projektförderung reagiert werden kann. Angestrebt wird eine Projektförderung, die aus drei Säulen besteht:⁴²

- **Säule 1: Projektförderung allgemein (Förderung von Einzelprojekten):** Diese Säule dient der Förderung von Einzelprojekten mit einer maximalen Laufzeit von einem Jahr.
- **Säule 2: Wechselnde Schwerpunktförderung zu ausgewählten Themen, Sparten, Genres (z. B. Digitalisierung⁴³, Clubkultur):** Über eine zweite Säule soll die Möglichkeit eröffnet werden, mittelfristige Schwerpunkte in der Projektförderung zu setzen. Die Kulturpolitik erhält damit ein weiteres Instrument an die Hand, gestaltend Kulturentwicklung zu betreiben und gleichzeitig erlaubt die alternierende Schwerpunktsetzung, aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen oder bislang weniger berücksichtigte Sparten, Genres, Formate oder Künstler(-gruppen) im Fördersystem zu berücksichtigen (z. B. Digitalisierung, Clubkultur).
- **Säule 3: Zwei- bis dreijährige Konzeptions-/ Innovationsförderung (Förderung von künstlerischen Impulsen und neuen Formaten):** Die dritte Säule geht über eine Einzelprojektförderung hinaus und soll vor allem künstlerische Impulse und neue Formate fördern, die sich in der Regel nicht innerhalb eines Förderzeitraums von einem Jahr entwickeln können. Es braucht in diesen Fällen Zeit zum Experimentieren und Erproben. Um den Förderempfängerinnen und -empfängern Planungssicherheit gewährleisten zu können, wird deshalb ein Förderzeitraum von zwei bis drei Jahren angestrebt. Gleichzeitig soll diese Fördersäule als Einmalförderung angelegt werden, um verlässliche Freiräume für zeitgenössisches Kunst- und Kulturschaffen zu schaffen und die Förderung nicht abermals zu zementieren. In der Definition der Förderkriterien sollten erneut die Ergebnisse dieser Kulturkonzeption berücksichtigt werden, sofern sie die Grundlage für innovative Projektvorhaben darstellen.⁴⁴

42 Ein ähnliches Modell findet bereits in der Kulturförderung der Freien Hansestadt Bremen Anwendung (vgl. <https://www.kultur.bremen.de/service/projektforderung-13709>, letzter Zugriff: 27.08.2018).

43 Folgende Modellprojekte, die aktuell zu Digitalisierungsfragen im Kulturbereich laufen, können als Anregung dienen: <http://smartplaces.eu/> und <http://www.museum4punkt0.de/>, (letzte Zugriffe: 01.09.2018). Darüber hinaus bieten verschiedene Kultureinrichtungen Orientierung, die als digitale Vorreiter gelten bzw. Good Practice-Beispiele entwickelt haben, z. B. <https://www.staedelmuseum.de/de/digitale-angebote>, <http://virtuelles-konzerthaus.de/> oder <https://www.speicherstadt-digital.de/> (letzte Zugriffe: 01.09.2018).

44 Die Konzeptions-/Innovationsförderung wird im Bereich der Projektförderung zunehmend als Antwort auf festgefahrene Fördermechanismen und mit dem Ziel künstlerisch-kreativen Impulsen Raum zu geben eingesetzt, vgl. exemplarisch die Städte Braunschweig (http://m.braunschweig.de/vv/41/Foerderrichtlinien_Fachbereich_Kultur.pdf, letzter Zugriff: 27.08.2018), Heidelberg (<https://www.heidelberg.de/hd/Lde/HD/Rathaus/kulturlabhd.html>, letzter Zugriff: 27.08.2018) Jena (<https://www.jenakultur.de/de/789496>, letzter Zugriff: 27.08.2018) oder Mannheim (https://www.mannheim.de/sites/default/files/2018-04/projektbezogene_foerderrichtlinien_textausschnitt.pdf, letzter Zugriff: 27.08.2018).

45 Vgl. exemplarisch die FAQs auf der Website der Leipziger Kulturverwaltung (<https://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/kunst-und-kultur/kulturfoerderung/haeufig-gestellte-fragen/>, letzter Zugriff: 27.08.2018), die Leitfäden der Stadt Mannheim im Bereich der Kulturförderung (<https://www.mannheim.de/stadt-gestalten/verwaltung/aemter-fachbereiche-eigenbetriebe/kulturamt/foerderung>, letzter Zugriff: 27.08.2018) oder Informationen in Leichter Sprache zur Tübinger Kulturförderung (https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/foerderichtlinien_kultur_leichte_sprache.pdf; letzter Zugriff: 27.08.2018).

Maßnahme 2: Privaten Kultur- und Kreativschaffenden unabhängig von ihrer ökonomischen Zweckorientierung (Profit/ Non-Profit) Zugang zu Projektfördermitteln gewähren, wenn inhaltliche Förderkriterien erfüllt sind.

Kultur- und Kreativschaffende, die auch oder überwiegend Profit-Tätigkeiten ausüben, sollen Zugang zu Projektfördermitteln erhalten, wenn die inhaltlichen Förderkriterien erfüllt sind. Eine entsprechende Formulierung sollte in der Neuausrichtung der Förderrichtlinien Eingang finden.

Ziel 3: Antragstellerinnen und -steller verbinden mit der städtischen Kulturförderung transparente Förderkriterien und -instrumente sowie ein barrierefreies Antrags- und Abrechnungsverfahren.

Maßnahme 1: Informationen zu Förderinstrumenten, -kriterien und -verfahren auf der Website der Stadt bündeln und leicht verständlich aufbereiten (z. B. mit Hilfe von FAQs, Leitfäden, mehrsprachigen Informationen und ggf. Informationen in Leichter Sprache).

Auf der Website der Stadt Heilbronn werden in der Rubrik „Kultur & Freizeit/ Kulturförderung“ künftig Informationen zu den verschiedenen Förderinstrumenten, -kriterien und -verfahren an zentraler Stelle gebündelt und dort möglichst gut verständlich zugänglich gemacht (z. B. mit Hilfe von FAQs, Leitfäden, mehrsprachigen Informationen und Informationen in Leichter Sprache).⁴⁵ Darüber hinaus werden zentrale Dokumente,

etwa die geltenden Förderrichtlinien oder Antragsformulare, ebenfalls online zur Verfügung gestellt. Ergänzend könnte eine kompakte Online-/ Print-Broschüre Informationen zur Heilbronner Kulturförderung bündeln.⁴⁶

Maßnahme 2: Antrags- und Abrechnungsverfahren für Projektförderung möglichst barrierefrei gestalten.

Wird die vorhergehende Maßnahme umgesetzt, sind bereits Voraussetzungen geschaffen, die ein möglichst barrierefreies Antragsverfahren bedingen. Darüber hinaus ist in der Ausgestaltung des Antrags- und Abrechnungsverfahrens darauf zu achten, dass Fragen verständlich formuliert und möglichst leicht zu beantworten sind (z. B. Fachtermini vermeiden oder erklären) und der Umfang der Formulare bewusst gering gehalten wird.⁴⁷

Maßnahme 3: Zwei Antragsfristen im Kalenderjahr für Projektfördermittel einführen.

Anstelle einer einmaligen wird eine zweimalige Antragsfrist pro Kalenderjahr angestrebt, um so beispielsweise kurzfristige Projektideen realisieren oder aktuelle Anlässe und Entwicklungen aufgreifen zu können.

Maßnahme 4: Zielvereinbarung und Evaluation als kulturpolitische Steuerungsinstrumente einführen.

Die vorliegende Kulturkonzeption ist der Neuausrichtung der städtischen Kulturförderrichtlinien vorgeschaltet. Aus den hier definierten Leitlinien, Zielen und Maßnahmen lassen sich Förderkriterien ableiten. Ob und in welchem Umfang die Förderung wirksam ist – das heißt auch, wie wirkungsvoll die Kulturkonzeption umgesetzt wird – lässt sich systematisch nur ermitteln, wenn konsequent Zielvereinbarungen mit städtischen Kultureinrichtungen abgeschlossen werden und auch die Zuwendungsempfängerinnen und -empfänger im Zuge des Abrechnungsverfahrens eine Evaluation vorlegen. Die Evaluationsergebnisse könnten nicht nur Gradmesser für die Umsetzung der Kulturkonzeption sein, sondern auch wichtige Hinweise liefern für eine möglicherweise erforderliche Kurskorrektur in der Ausrichtung der Leitlinien und Ziele sowie der Umsetzung konkreter Maßnahmen. Dementsprechend wäre das Instrument der Zielvereinbarung und Evaluation auch ein wichtiger Baustein für eine kontinuierliche Kulturentwicklung in Heilbronn.⁴⁸

Maßnahme 5: In regelmäßigen Abständen Zahlen zur städtischen Kulturförderung aufbereiten und Kultur(förder)bericht veröffentlichen.

Das Ziel, mehr Transparenz in der städtischen Kulturförderung herzustellen, soll auch mit der Maßnahme verfolgt werden, in regelmäßigen Abständen einen Kultur(förder)bericht vorzulegen. Neben der Verteilung der Fördermittel könnte dieses Medium auch dazu dienen, über die Umsetzung der Kulturkonzeption und weitere Schritte in der Heilbronner Kulturentwicklung zu informieren.⁴⁹

Ziel 4: Sachkundige Personen werden in die Vergabe von Fördermitteln beratend eingebunden.

Maßnahme 1: Dem Kulturausschuss einen beratenden Sprecherrat zur Seite stellen, der sich aus dem neu zu gründenden Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ formiert.

Der neu zu gründende Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ soll über den zu wählenden Sprecherrat unter anderem die Aufgabe erhalten, den Kulturausschuss in der Vergabe von Fördermitteln zu beraten (vgl. dazu auch Kap. 4.2, Ziel 1, Maßnahme 1). Für die Zusammensetzung des Sprecherrats soll gelten, dass die Mitglieder selbst im Heilbronner

46 Vgl. dazu exemplarisch die Broschüren zum Thema Kulturförderung aus Dülmen (https://www.duelmen.de/fileadmin/user_upload/duelmen.de/kultur/Downloadbereich/Internet_SD_Kultur_F%C3%B6rderrichtlinien.pdf, letzter Zugriff: 27.08.2018) und Tübingen (https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/foerderrichtlinien_kultur.pdf, letzter Zugriff: 27.08.2018).

47 Vgl. dazu den Antrag für die Fördersäule „Iplus – Durchstarten“ des „Berliner Projektfonds für Kulturelle Bildung“, die sich an „junge Erwachsene, Menschen mit Behinderung, Menschen mit Flucht- oder Migrationserfahrung als Antragsstellende“ richtet (https://www.kubinaut.de/media/fonds/final_antrag_foerdersaeuleplus.pdf, letzter Zugriff: 27.08.2018).

48 Vgl. zum Thema Zielvereinbarung und Evaluation im Kulturbereich exemplarisch Hennefeld (2015).

49 Beispielhaft für ein verständliches, gestalterisch gut aufbereitetes und regelmäßiges Berichtswesen sind die Förderberichte der Stadt Mannheim (vgl. <https://www.mannheim.de/de/stadt-gestalten/verwaltung/aemter-fachbereiche-eigenbetriebe/kulturamt/kulturbericht>, letzter Zugriff: 28.08.2018). Mit dem Ziel, „mehr Transparenz bei der Kulturförderung“ herzustellen, veröffentlicht auch die Stadt Frankfurt a. M. auf Beschluss der Stadtverordnetenversammlung seit dem Jahr 2012 regelmäßige Berichte und Kennzahlen auf dem städtischen Kulturportal (vgl. <https://www.kultur-frankfurt.de/portal/de/kulturdezernat/DasKulturamt/1291/2408/0/0/11.aspx>, letzter Zugriff: 28.08.2018).



Kulturbetrieb verwurzelt sind und neben der künstlerisch-kreativen Expertise somit eine große Nähe zum Alltag der Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden aufweisen und ihre Erfahrungen in die Diskussion einbringen können.

Maßnahme 2: Zur Vergabe der Mittel aus der Konzeptions-/ Innovationsförderung eine Jury aus Expertinnen und Experten einberufen, die unterschiedliche Sparten vertreten und zudem Expertise „von außen“ mitbringen.

Für die Vergabe der Konzeptions-/ Innovationsförderung könnte sich möglicherweise eine gesonderte Lösung als sinnvoll erweisen. Vorstellbar wäre, dass in diesem Fall eine Jury beratend einberufen wird, die sich aus Kulturexpertinnen und -experten verschiedener Sparten zusammensetzt, die jedoch nicht in Heilbronn tätig sind und somit auch neue Impulse einbringen und Projekteinrichtungen entsprechend bewerten können.⁵⁰

Ziel 5: Kultur- und Kreativschaffende werden bei der Drittmittel-Suche und -Akquise bei Bedarf beraten und unterstützt.

Maßnahme: „Servicestelle Drittmittelakquise“ einrichten, die Informationen über aktuelle Drittmittelmöglichkeiten (inkl. einer Datenbank) bereithält und potenzielle Antragstellerinnen und -steller berät.

Die öffentliche Kulturförderung ist keineswegs auf städtische Fördermöglichkeiten begrenzt. Das Land Baden-Württemberg, der Bund und auch die Europäische Union sowie private wie öffentliche Stiftungen unterstützen und fördern Kunst und Kultur in Deutschland. Für Kultur- und Kreativschaffende, die ehrenamtlich oder ohne institutionelle Ressourcen tätig sind, bedeutet die Recherche von adäquaten Fördermitteln und die Beantragung sowie Abrechnung einen nicht zu unterschätzenden Aufwand. Hinzu kommt häufig mangelnde Erfahrung, wenn es beispielsweise um die Frage geht, welche Fördermittel miteinander kombinierbar sind oder überhaupt um die Formulierung von Förderanträgen. Deshalb wird die Idee favorisiert, eine „Servicestelle Drittmittelakquise“ auf Initiative der Stadt einzurichten, die Informationen über Drittmittelmöglichkeiten in einer Datenbank bündelt und über aktuelle Ausschreibungen informiert sowie Antragstellerinnen und -steller bei Bedarf berät.⁵¹

Ziel 6: Die Stadt Heilbronn und die hiesigen Stiftungen finden gemeinsame Formen der Kulturförderung.

50 Vgl. zur Zusammensetzung einer Jury exemplarisch die Jury zur Vergabe der Innovationsförderung Kunst und Kultur der Stadt Jena (<https://www.jenakultur.de/de/789496>, letzter Zugriff: 28.08.2018).

51 Die Stadt Jena hat im Zuge ihrer Überarbeitung der städtischen Kulturförderung beispielsweise eine entsprechendes Beratungs- und Informationszentrum für Kulturvereine und kulturelle Initiativen bei der Bürgerstiftung der Stadt eingerichtet und finanziert dieses Angebot. Das Leistungsspektrum umfasst darüber hinaus Beratungen zu Fragen des Vereinsrecht, Unterstützung bei der Raumsuche sowie das Angebot von Weiterbildungen (vgl. <http://www.kulturberatunginjena.de/>, letzter Zugriff: 28.08.2018). In Berlin wurde zum selbigen Zweck der Kulturförderpunkt Berlin gegründet, der auch eine Datenbank zur Recherche von Fördermitteln enthält (vgl. <https://www.kulturfoerderpunkt-berlin.de/home/>, letzter Zugriff: 28.08.2018).

Maßnahme 1: Entscheidungsträgerinnen und -träger bestehender Stiftungen (Heilbronner Bürgerstiftung und Kulturstiftung der Kreissparkasse Heilbronn) für Leitlinien, Ziele und Maßnahmen der Kulturkonzeption sensibilisieren und Realisierung von Projekten prüfen.

Im Prozessverlauf wurde die Errichtung einer Heilbronner Kulturstiftung als Lösungsszenario zunächst diskutiert, dann jedoch verworfen, weil mit der Heilbronner Bürgerstiftung und der Kulturstiftung der Kreissparkasse Heilbronn bereits zwei Stiftungen existieren, die explizit auch Kunst und Kultur fördern. Als sinnvoll wird deshalb erachtet, die Verantwortlichen in den Stiftungen für die Ergebnisse der Kulturkonzeption zu sensibilisieren und zu prüfen, ob und welche Maßnahmen sich gegebenenfalls mit Unterstützung der Stiftungen realisieren lassen. Die Initiative für den Dialog mit den Stiftungen sollte von der Kulturpolitik und Kulturverwaltung ausgehen.

Maßnahme 2: Politik und Verwaltung entwickeln gemeinsam mit Unternehmen Modelle für eine Innovationsförderung im Kulturbereich zur Stärkung des Innovationsstandorts Heilbronn.

Bereits in der Stadtkonzeption wurde das Ziel formuliert, zusätzliche Finanzierungsquellen zum Zwecke der Kulturförderung zu erschließen, indem sich Heilbronner Unternehmen stärker engagieren.⁵² Das unternehmerische Potenzial ist zweifelsohne in Heilbronn vorhanden, bisherige Versuche, die Wirtschaft als Finanzierungspartner zu gewinnen, brachten jedoch nicht den gewünschten Erfolg. Im Prozessverlauf reifte die Erkenntnis, dass es im Sinne einer Win-win-Situation einer gemeinsamen Stoßrichtung bedürfe, um möglichst nachhaltige Allianzen zwischen Kultur und Wirtschaft zu schmieden. So könnte zum Beispiel die Innovationsförderung ein gemeinsames Standbein sein: Innovative Unternehmen unterstützen innovative Entwicklungen und Projekte im Kulturbereich; gemeinsam entwickeln sie den Innovationsstandort Heilbronn weiter.

Unternehmen könnten Patenschaften für Startups in der Kultur- und Kreativwirtschaft übernehmen oder als Raumsponsoren auftreten. Sie könnten gemeinsam mit der Stadt besonders innovative künstlerische Projekte auszeichnen (d. h. einen entsprechenden Wettbewerb ausrichten) oder die Konzeptions-/ Innovationsförderung aufstocken (vgl. aktuelles Kap., Ziel 2, Maßnahme 1). Auch die Unterstützung eines überregional bedeutenden Kulturfestivals (vgl. Kap. 4.2, Ziel 3) wäre in diesem Zusammenhang denkbar. Die Verantwortung für den Dialog mit der hiesigen Wirtschaft sollte bei der Kulturverwaltung liegen, unterstützt von der Kulturpolitik und der Stadtspitze.

Ziel 7: Die Stadt Heilbronn schätzt die Kultur- und Kreativwirtschaft und aktiviert die Potenziale dieser Branche.

Maßnahme 1: Eine Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft als Schnittstelle zwischen Kulturverwaltung und Wirtschaftsförderung schaffen, die als Anlauf- und Beratungsstelle für Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft fungiert (z. B. Hilfestellung bei Gründung, Raumsuche, Fördermittelbeantragung).

Weder die Kulturverwaltung noch die städtische Wirtschaftsförderung sind gegenwärtig personell so ausgestattet, dass Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft adäquate Ansprechpartnerinnen und -partner vorfinden können beziehungsweise die Branche hinreichend unterstützt und gefördert werden können. Die Doppelnatur der Kultur- und Kreativwirtschaft erschwert zudem eine eindeutige Zuordnung innerhalb der städtischen Verwaltung. Um die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft am Innovationsstandort Heilbronn dennoch aktivieren zu können,

52 Vgl. Stadt Heilbronn (2017: 150).

wird die Einrichtung einer städtischen Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft favorisiert. Diese Kompetenzstelle könnte Anlaufstelle und Interessensvertretung von Heilbronner Vertreterinnen und Vertretern dieser Branche sein (z. B. Hilfestellung und Beratung in Fragen der Existenzgründung, Fördermittelbeantragung, Raumvermittlung) und zugleich als Schnittstelle zwischen der Kulturverwaltung und der Wirtschaftsförderung fungieren.⁵³

Bis zur Einrichtung einer solchen Kompetenzstelle sollte die Wirtschaftsförderung der Stadt Heilbronn Transparenz darüber herstellen, wie Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen der bestehenden Strukturen und Möglichkeiten unterstützt werden können.

Maßnahme 2: Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft regelmäßig in den Kultur- und Wirtschaftsausschuss einladen, um ihre Projekte und Vorhaben vorstellen zu können.

Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft sollen weitere Möglichkeiten erhalten, ihre Vorhaben regelmäßig sowohl im Kultur- als auch im Wirtschaftsausschuss vorzustellen. Im Kulturausschuss haben sich zuletzt bereits Akteurinnen und Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft präsentiert.

Maßnahme 3: Online-Börse für die Vermittlung von Leerständen o. ä. zur Zwischenutzung für Kultur- und Kreativprojekte einrichten („Leerstandsmelder“).

Kultur- und Kreativschaffende leisten einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Stadtentwicklung, unter anderem, indem sie Leerstände und öffentliche Plätze künstlerisch-kreativ bespielen und dadurch aufwerten. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass Informationen über entsprechende Nutzungsflächen die potenziellen Akteurinnen und Akteure auch erreichen. Vorgeschlagen wird deshalb die Einrichtung einer Online-Börse, auf der Raumangebote und -gesuche eingestellt werden können.⁵⁴ Eine Anbindung an die zu schaffende Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft (vgl. Maßnahme 1) empfiehlt sich.

Maßnahme 4: Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen von Bildungsmessen (z. B. der Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken)/ Berufsinformationstagen als Branche vorstellen.

Eine weitere Maßnahme, um die Kultur- und Kreativwirtschaft als Branche und schließlich auch als Arbeitsfeld sichtbar zu machen, besteht in der Schaffung von Präsenzmöglichkeiten im Rahmen von Bildungsmessen und Berufsinformationstagen. Hier sind die zu schaffende Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die städtische Wirtschaftsförderung ebenso adressiert wie Vertreterinnen und Vertreter der Branche, die im Rahmen entsprechender Auftrittsmöglichkeiten ihr Berufsfeld vorstellen.

Maßnahme 5: „Alternativen“ Stadtplan erstellen, der Einrichtungen, Angebote und Orte der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar macht (in Kooperation mit Studierenden der Hochschule und Heilbronn Marketing GmbH).

Ein Stadtplan, der nicht zwangsweise über die typischen Sehenswürdigkeiten einer Stadt Auskunft gibt, sondern sich als „alternativer“ Stadtplan der Kultur- und Kreativwirtschaft widmet und entsprechende Einrichtungen, Angebote und Orte markiert, stellt schließlich eine weitere Maßnahme dar. Für dieses Vorhaben bietet sich die Chance, spezifische Kompetenzen vor Ort zu aktivieren, die beispielhaft durch den Studiengang „Media, Vertrieb und Kommunikation“ an der DHBW Heilbronn vorhanden sind. Ein

53 Die Stadt Karlsruhe unterhält mit dem K³ Büro eine zentrale Anlauf- und Beratungsstelle und mit dem K³ Portal eine zentrale Online-Plattform für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Karlsruhe. Das K³ Büro ist eine gemeinsame Einrichtung des Kulturbüros des Kulturamtes und der Wirtschaftsförderung Karlsruhe (vgl. <https://www.k3-karlsruhe.de/>, letzter Zugriff: 28.08.2018). In Mannheim zeichnet die städtische Tochtergesellschaft mg: manheimer gründungszentren gmbh unter der Dachmarke „Startup Mannheim“ unter anderem verantwortlich für die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Beratung von Existenzgründerinnen und -gründern zählt ebenso zum Aufgabenspektrum wie die Raumvermittlung in insgesamt neun Startup-Zentren und die Vergabe von Mitteln aus dem Förderprogramm „KREATECH“ (vgl. <https://startup-mannheim.de/>, letzter Zugriff: 28.08.2018).

54 Auf der Plattform www.radar-frankfurt.de können sich Frankfurter Kultur- und Kreativschaffende einen aktuellen Überblick verschaffen, welche Raumangebote gegenwärtig bestehen. Die Leerstandsagentur Radar – Kreativräume für Frankfurt zeichnet verantwortlich für die Plattform und stellt ein Gemeinschaftsprojekt dar von Stadtplanungsamt, Kulturamt und Wirtschaftsförderung. Die operative Vermittlung der Räume obliegt hier einem Experten, der zwischen Eigentümerinnen und Eigentümern sowie Kulturakteurinnen und -akteuren vermittelt. Zusätzlich werden durch die Stadt Frankfurt finanzielle investive Anreize einmalig bei Abschluss eines Mietvertrages gegeben, was die Bindung zwischen Vermieterin bzw. Vermieter und Mieterin bzw. Mieter nachhaltig festigen soll (<http://www.radar-frankfurt.de/>, letzter Zugriff: 28.08.2018).

4.4 Handlungsfeld 3: Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und Partizipation

Ziel 1: *Heilbronn verfügt als Stadt mit bedeutenden literarischen Wurzeln über die notwendige Infrastruktur, Literaturvermittlung einen großen Stellenwert einzuräumen und Diskurse über (Gegenwarts)Literatur anzustoßen.*

Maßnahme: Ein Konzept für den Literaturstandort Heilbronn erarbeiten, das den Ausbau des Kleist-Archivs Sembdner zum Literaturhaus vorsieht und in Abstimmung mit weiteren Kulturträgern der Stadt, insbesondere mit der Stadtbibliothek Heilbronn, zum Ziel hat, Heilbronn als Ort literarischer Begegnung und literarischer Teilhabe zu stärken.

Die Einrichtung eines Literaturhauses wurde im Rahmen der Stadtkonzeption als ein Schlüsselprojekt für die Zukunft definiert. Zugleich sieht die gesamtstädtische Strategie vor, die Stadtbibliothek Heilbronn als Medien- und Literaturhaus zu stärken, als Ort, an dem die Vermittlung von Literatur und kreativem Schreiben einen zentralen Platz im Aufgabenspektrum einnimmt.⁵⁵ Im Zuge der Erarbeitung der Kulturkonzeption hat sich der Wunsch verfestigt, dauerhaft einen Ort zu schaffen, der die Aufgaben eines Literaturhauses übernimmt, das heißt insbesondere die Vermittlung von Gegenwartsliteratur und die Förderung eines Diskurses über Literatur. In dieser Ausgangssituation wird es als sinnvoll erachtet, ein Konzept für den Literaturstandort Heilbronn zu erarbeiten. Darin sollten das Kleist-Archiv Sembdner in der erweiterten Funktion eines Literaturhauses und die Stadtbibliothek Heilbronn als bedeutende Einrichtungen der Sparte Literatur eine zentrale Rolle einnehmen. Eine grobe Aufgabenbeschreibung könnte wie folgt aussehen:

- Das Literaturhaus und die Stadtbibliothek Heilbronn sind zentrale Orte literarischer Begegnung und Teilhabe. Beide bieten mit verschiedenen Angeboten Zugang zu und Auseinandersetzung mit aktueller Gegenwartsliteratur, sind Orte der inklusiven, interdisziplinären und interkulturellen Begegnung beziehungsweise Orte gelebter Transkultur sowie der Auseinandersetzung mit „brennenden“ Fragen unserer Gesellschaft. Sie machen Angebote für Lehrerinnen und Lehrer sowie für Schülerinnen und Schüler und für ein interessiertes Publikum aus Stadt und Region.
- Das Literaturhaus mit dem Kleist-Archiv Sembdner als zentraler Bestandteil widmet sich der Pflege und Bewahrung des literarischen Erbes von Stadt und Region. Neben Heinrich von Kleist und seiner widerständigen Zeitgenossenschaft zu den Aufklärern, den Klassikern und den Romantikern und deren verschiedenen Anknüpfungspunkten zu Autoren der Gegenwart ist es ein zentrales Anliegen des Literaturhauses, das literarische Erbe der Stadt und der Region zu pflegen.
- Ein besonderer Schwerpunkt der Stadtbibliothek Heilbronn liegt in Aktivitäten zur Sprach- und Leseförderung von Kindern und Jugendlichen unter Einbeziehung der Eltern und in enger Kooperation mit Schulen, Kindertageseinrichtungen und anderen Akteursgruppen der Kinder- und Jugendarbeit.

Ziel 2: *Es existieren Angebote und Kooperationen im Bereich der Kulturellen Bildung, die für und gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen entwickelt wurden.*

Maßnahme: Kinder und Jugendliche mit Interesse an Kunst und Kultur erhalten die Möglichkeit, ihre Erfahrungen, Erwartungen, Ideen und Vorschläge für künftige Kulturprojekte zu kommunizieren.

⁵⁵ Vgl. Stadt Heilbronn (2017: 150ff.).



Kinder und Jugendliche, die bereits Erfahrungen in Kunst und Kultur sammeln konnten und ein Interesse haben, sollen kommunizieren können, welche Erwartungen sie an das Kulturprogramm haben, welche Ideen und Vorschläge sie damit verbinden und wie sie sich gegebenenfalls in eine Realisierung einbringen können und möchten. Eine dafür erforderliche Austauschplattform kann beispielsweise im Rahmen der Gaffenberg-Kinderfreizeiten realisiert oder beim Jungen Theater Heilbronn angesiedelt werden, wo bereits im Rahmen des Formats „future|BOXX“ Diskussionsforen (z. B. Barcamps) mit Jugendlichen erprobt werden.

Ziel 3: Für Kinder, Jugendliche und Eltern gibt es eine Übersicht relevanter Kulturangebote – verbunden mit einem monetären Anreizsystem.

Maßnahme: „Kulturpass“ für Kinder und Jugendliche etablieren, der Informationen über Angebote bündelt und kostenlosen bzw. stark vergünstigten Eintritt ermöglicht.

Die Stadt Heilbronn verfügt mit dem „Familienpass“ bereits über ein Instrument, das Kindern aus sozial schwächer gestellten Familien die Möglichkeit auf Teilhabe an verschiedenen städtischen Angeboten gewährt. An kulturellen Angeboten finden sich darunter die Städtische Musikschule sowie das Theater Heilbronn. Angestrebt wird, den Zugang zu Kulturangeboten zu erweitern und einen „Kulturpass“ durch die Kulturverwaltung aufzulegen, dem eine Orientierungsfunktion innewohnt („Was gibt es an Kulturangeboten für Familien, Kinder und Jugendliche in Heilbronn?“) und der gleichzeitig kostenlose oder stark ermäßigte Angebote beinhaltet.⁵⁶ Dieses Instrument wird allerdings nur dann erfolgreich sein können, wenn auch eine entsprechende Bewerbung erfolgt (z. B. über das Kulturportal und die städtische Website, die Auslage in städtischen Ämtern oder als Beilage bei Eintritt in Kindertagesstätten und Schulen).

⁵⁶ Auch andere Städte, Kommunen und Regionen haben zwischenzeitlich verschiedene Lösungen für einen solchen Kulturpass entwickelt, vgl. beispielhaft „Kulturrucksack NRW“ (vgl. <https://www.kulturrucksack.nrw.de/>, letzter Zugriff: 10.08.2018), „Esslinger Kulturrucksack“ (vgl. <http://kulturrucksack.blogspot.com/>, letzter Zugriff: 10.08.2018) oder „Kinder-Kulturpass“ in der Region Rhein-Neckar (vgl. <http://kulturparkett-rhein-neckar.de/kinder-kulturpass>, letzter Zugriff: 10.08.2018).



Denkbar wäre außerdem eine Erweiterung des „Kulturbonushefts“ zu einem „Kulturpass“ für Kinder, Jugendliche und Familien. Das „Kulturbonusheft“ besteht bereits seit 2013 und wird im Jahr 2019 in die siebte Auflage gehen. In Form eines Gutscheinheftes bieten Kultureinrichtungen sowie Kulturschaffende ihre Programme zu vergünstigten Konditionen an.

Ziel 4: Angebote sowie Ansprechpartnerinnen und -partner im Bereich Kultureller Bildung sind transparent und bekannt.

Maßnahme 1: „Marktplatz Kulturelle Bildung“ durch das Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn organisieren.

Im Bereich der Kulturellen Bildung stellt weniger die Schaffung von entsprechenden Angeboten als vielmehr die Kommunikation der selbigen und die Vernetzung zwischen Kultur und Bildung eine Herausforderung dar. Als Signal für und zum Zwecke eines nachhaltigen Netzwerkaufbaus wird angestrebt, einen „Marktplatz Kulturelle Bildung“, federführend durch das Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn, zu organisieren. Im Rahmen dieser Veranstaltung könnten sich Anbieter im Bereich Kulturelle Bildung mit ihren Programmen sowie mit Mitmachangeboten präsentieren und Kontakte mit Erzieherinnen und Erziehern, Lehrerinnen und Lehrern sowie zu Vertreterinnen und Vertretern von Elternvereinigungen knüpfen. Darüber hinaus soll eine Kooperationsbörse eingerichtet werden, so dass spontan Ideen für gemeinsame Kooperationen entstehen können (z. B. über ein Speed Dating-Format oder ein Barcamp). Vorstellbar wäre außerdem eine Prämierung von Kurzkonzepten mit konkreten Absichtsbekundungen für Kooperationsprojekte, die auf dem Marktplatz entstehen.⁵⁷

Maßnahme 2: Ergänzend und bei Bedarf „Runder Tisch Kulturelle Bildung“ zum Austausch zwischen Kindertageseinrichtungen und Schulen einerseits sowie Kultureinrichtungen und -schaffenden andererseits durch die Kulturverwaltung etablieren.

Das „Marktplatz“-Format soll dazu dienen, sich kennenzulernen, sich zu vernetzen und Kooperationen anzubahnen zwischen Vertreterinnen und Vertretern aus Kultur und Bildung. Darüber hinaus kann es sinnvoll sein, in regelmäßigen Abständen ein Format anzubieten, bei welchem jeweils aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Bedarfe von Kindertageseinrichtungen und Schulen einerseits sowie Kultureinrichtungen und Kultur-/Kreativschaffenden im Bereich Kulturelle Bildung andererseits ausgetauscht und von einer zentralen Stelle (d. h. das Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn) gebündelt werden. Avisiert wird deshalb ein „Runder Tisch Kulturelle Bildung“, bei dem Kultur- und Bildungsvertreterinnen und -vertreter zusammenkommen.

Maßnahme 3: Dauerhaft eine Plattform „Kulturelle Bildung in Heilbronn“ einrichten.

Um dauerhaft Transparenz und Austausch zu ermöglichen, wird außerdem die Einrichtung einer Plattform „Kulturelle Bildung in Heilbronn“ angestrebt, der unter anderem folgende Aufgaben zu Teil werden sollen:

- Präsentationsmöglichkeiten für Kultureinrichtungen sowie Kultur-/ Kreativschaffende und ihre Aktivitäten im Bereich Kulturelle Bildung und Benennung von Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern für Schulen sowie Kindertagesstätten
- Präsentationsmöglichkeit für Schulen und Sonderpädagogische Bildungs- und Beratungszentren sowie Kindertagesstätten (ggf. mit Kulturprofil)

57 Eine solche Prämierung (2 x 500 € und 4 x 200 €) ist beispielsweise auch für den nächsten „Marktplatz Kultur und Schule“ im Kulturraum Erzgebirge-Mittelsachsen vorgesehen (<https://www.kulturraum-erzgebirge-mittelsachsen.de/kulturelle-bildung-marktplatz.html>, letzter Zugriff: 10.08.2018). Weitere Marktplatz-Formate gibt es z. B. auch in Mülheim an der Ruhr (https://www.muelheim-ruhr.de/cms/open_call_speed-dating_im_markt_der_moeglichkeiten_.html, letzter Zugriff: 10.08.2018) oder in Oldenburg (<https://www.oldenburg.de/startseite/kultur/kulturprojekte-und-preise/kulturelle-bildung/berichte/marktplatz-kulturelle-bildung.html>, letzter Zugriff: 10.08.2018).

- Suchfunktion für Kultureinrichtungen, Kultur- und Kreativschaffende sowie Schulen und Kindertagesstätten (basierend auf Einträge der beteiligten Akteurinnen und Akteure)
- Information über laufende Projekte, Fördermöglichkeiten und Studien im Bereich Kulturelle Projekte in Heilbronn und darüber hinaus
- Kooperationsbörse mit einer „Schwarzes-Brett“-Funktion („Suche“, „Biete“).⁵⁸

Ziel 5: Angebote der Kultureinrichtungen aus der Kernstadt sind in den Stadtteilen besser bekannt und nach Möglichkeit auch dort erlebbar.

Maßnahme 1: Prüfen, ob Begleitveranstaltungen zum Programm der Kultureinrichtungen der Kernstadt in den Stadtteilen durchführbar sind.

Die innerstädtischen Kultureinrichtungen öffnen sich stärker in die Stadtteile. Sie prüfen, ob Begleitprogramme und -veranstaltungen in Kooperation mit Vereinen und Einrichtungen in den Stadtteilen entwickelt und angeboten werden können.⁵⁹

Maßnahme 2: Öffentliche Bücherschränke auch in den Stadtteilen aufstellen – mit Unterstützung der städtischen Ämter.

Die städtischen Ämter unterstützen die Stadtteile bei der Standortsuche und bei der Finanzierung von öffentlichen Bücherschränken in der vom Baudezernat der Stadt gewünschten Gestaltungsform. Über ehrenamtliches Engagement in den Stadtteilen wird ein „Kümmerer“ oder eine „Kümmerin“ zur Betreuung des öffentlichen Bücherschranks gestellt.

Ziel 6: Die Stadtteile erhalten bei der Organisation und Durchführung von Kulturveranstaltungen zusätzliche Beratung und Unterstützung.

Maßnahme 1: Heilbronn Marketing GmbH, Betriebsamt und Kulturverwaltung entwickeln den bestehenden Leitfaden weiter, der den Verantwortlichen dann bei der Planung und Realisierung von Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen als Orientierung dient.

Stadtteilkulturarbeit lebt vom ehrenamtlichen Engagement. Die Planung und Realisierung von entsprechenden Veranstaltungen aber ist nicht zuletzt aufgrund von städtischen Auflagen und Regelungen, die unter anderem der Sicherheit aller Beteiligten dienen, mit einem hohen Ressourcenaufwand verbunden. Um die Arbeit der Ehrenamtlichen zu unterstützen, entwickeln die Heilbronn Marketing GmbH⁶⁰, das Städtische Betriebsamt und die Kulturverwaltung gemeinsam einen bereits bestehenden Leitfaden weiter, der bei der Vorbereitung von Kulturveranstaltungen in den Stadtteilen (aber grundsätzlich z. B. auch bei Vereinsveranstaltungen in der Innenstadt) hilfreich ist, weil er über Auflagen, Regelungen sowie Ansprechpartnerinnen und -partner informiert.

Maßnahme 2: Heilbronn Marketing GmbH und Kulturverwaltung beraten und unterstützen kulturelle Initiativen und Vereine in den Stadtteilen.

Die Heilbronn Marketing GmbH tritt regelmäßig als Veranstalter in Erscheinung und bereichert vor allem das innerstädtische Veranstaltungsprogramm (z. B. „Jazz & Einkauf“, „Heilbronner Weindorf“). Ebenso plant und realisiert die Kulturverwaltung beispielsweise mit dem „Klassik Open Air Heilbronn“ und der „Langen Nacht der Kultur“ regelmäßige kulturelle Höhepunkte in der Kernstadt. Mit dieser Kompetenz ausgestattet, wären beide ideale Partner, wenn es darum geht die Stadtteile beispielsweise in der Entwicklung stadtteilbezogener Veranstaltungskonzepte zu beraten und zu unterstützen.

Maßnahme 3: Rubrik „In den Stadtteilen“ im gedruckten Veranstaltungskalender der Heilbronn Marketing GmbH ergänzen sowie auf dem avisierten Kulturportal eine Funktion zum Filtern nach Stadtteilen einrichten.

58 Eine Orientierung für die konkrete Gestaltung einer solche Plattform liefern die zahlreich bereits bestehenden Modelle, vgl. exemplarisch die Plattformen des Netzwerks Kulturelle Bildung Freiburg (<https://www.kulturelle-bildung-freiburg.de/>, letzter Zugriff: 10.08.2018), des Hamburger Netzwerks Kulturelle Bildung (<https://www.kulturnetz-hamburg.de/>, letzter Zugriff: 10.08.2018), des Netzwerks Kulturelle Bildung Stuttgart (<https://www.stuttgart.de/kubis>, letzter Zugriff: 10.08.2018) sowie die Berliner Plattform „Kubinaut – Navigation Kulturelle Bildung“ (<https://www.kubinaut.de/de/>, letzter Zugriff: 10.08.2018) oder das Chemnitzer Modell (<https://www.kulturelle-bildung-chemnitz.de/>, letzter Zugriff: 10.08.2018).

59 Zur Diskussion könnten z. B. gestellt werden Auftakt- und Einführungsveranstaltungen zu Ausstellungen, so genannte Satellitenausstellungen, „Teaser“-Konzerte, die auf das Programm im Stammhaus aufmerksam machen sollen oder auch Geschichtswerkstätten für die Stadtteile.

60 Bei diesem und den nachfolgenden Maßnahmenvorschlägen gilt es zu bedenken, dass die Heilbronn Marketing GmbH bis zum jetzigen Zeitpunkt dem politischen Auftrag folgt, ihre Aktivitäten auf die Innenstadt zu konzentrieren, und entsprechend dieser Aufgabe ausgestattet ist.

Damit das Kulturangebot in den Stadtteilen aber auch über den Stadtteil hinaus bekannter wird, soll die Sichtbarkeit dieser Angebote verbessert werden. Konkret soll der gedruckte städtische Veranstaltungskalender, der von der Heilbronn Marketing GmbH verantwortet wird, um eine Rubrik „Aus den Stadtteilen“ ergänzt und zudem auf dem Kulturportal eine Suchfunktion nach Stadtteilen eingerichtet werden (vgl. Kap. 4.5, Ziel 1, Maßnahme 1).

Ziel 7: *Es gestaltet sich aus Sicht der Besucherinnen und Besucher aus den Stadtteilen einfacher, Kulturangebote in der Kernstadt ohne PKW wahrzunehmen.*

Maßnahme: Modellprojekte im Rahmen der Erforschung neuer Mobilitätskonzepte an der Hochschule Heilbronn entwickeln (z. B. Busverbindung und „Bildungsradweg“ zwischen Bildungscampus und Campus Sontheim).

Wer als Stadtteilbewohnerin und -bewohner nicht über einen PKW verfügt, sieht sich vor allem in den Abendstunden vor der Herausforderung, die räumliche Distanz zwischen dem jeweiligen Stadtteil und Kulturangeboten zu überbrücken. Eine Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs durch zusätzliche Busverbindungen insbesondere in den Abendstunden und der Ausbau von Fahrradwegen liegen als Maßnahmen auf der Hand, gleichwohl lassen sich für den Abbau der genannten Besuchsbarrieren erfahrungsgemäß keine Ad-hoc-Lösungen herbeiführen. Angeregt wird vielmehr, im Rahmen der Erforschung neuer Mobilitätskonzepte an der Hochschule Heilbronn entsprechende Modellprojekte umzusetzen, etwa die Einrichtung eines öffentlichen Personennahverkehrs und eines „Bildungsradwegs“ zwischen dem Bildungscampus und dem Campus Sontheim.

Ziel 8: *Politik, Verwaltung und Kultureinrichtungen pflegen eine offene Haltung gegenüber jungen Kulturschaffenden, Kreativen sowie Kulturbesucherinnen und -besuchern.*

Maßnahme 1: Kulturelle Ausdrucksformen junger Heilbronnerinnen und Heilbronner als gleichwertig gegenüber tradierten Angeboten anerkennen und entsprechend in der Kulturkonzeption und den Kulturförderrichtlinien verankern.

Kunst und Kultur sind keinesfalls als statisch, sondern als dynamische Entwicklungsfaktoren der Stadt Heilbronn zu begreifen. Eine damit einhergehende Haltung muss zur Konsequenz haben, dass Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Vertreterinnen und Vertreter tradierter Kulturangebote neuen kulturellen Ausdrucksformen vor allem auch junger Heilbronnerinnen und Heilbronner offen gegenüberstehen. Ein erster wichtiger Schritt auf diesem Weg ist die Verankerung einer solchen Haltung in dieser Kulturkonzeption und in Folge auch in den Kulturförderrichtlinien der Stadt Heilbronn.

Maßnahme 2: Gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppen neue Kulturangebote entwickeln bzw. Angebote in Kultureinrichtungen weiterentwickeln (z. B. zu den Themen Clubkultur, Rap, Computer- und Konsolenspiele oder Streetart).

Dementsprechend sollten in Folge auch Impulse gesetzt werden, z. B. durch entsprechende Förderschwerpunkte oder konkrete Projektvorschläge, die es ermöglichen, gemeinsam mit jungen Heilbronnerinnen und Heilbronnern neue Kulturangebote zu entwickeln. Diese Angebote können durchaus auch in bestehenden Einrichtungen angesiedelt sein oder mit etablierten Akteuren entwickelt werden, so dass gegenseitig Synergien freigesetzt werden. Ein zentraler Gradmesser für die Realisierung sollte dabei stets die Lebenswirklichkeit junger Menschen sein, weshalb an dieser Stelle auch noch

einmal der partizipative Gedanke betont werden soll. Themen, die von jungen Heilbronnerinnen und Heilbronnern im Prozessverlauf in diesem Zusammenhang genannt wurden, waren beispielsweise Clubkultur, Rap, Computer- und Konsolenspiele oder Street-art.

Maßnahme 3: Verwaltungsbarrieren abbauen, indem Anlaufstellen und Ansprechpersonen für (bestehende) jugendkulturelle Initiativen und Projekte eingesetzt oder als solche besser sichtbar werden; junge Menschen bei der Beantragung von Fördermitteln unterstützen.

Damit junge Heilbronnerinnen und Heilbronner selbst kreativ und künstlerisch gestaltend sein können beziehungsweise in diesem Tun bestärkt werden können, sollten bereits bestehende Anlaufstellen und Ansprechpersonen für jugendkulturelle Initiativen und Projekte als solche noch besser sichtbar werden. Für Studierende der Hochschule Heilbronn kann hier das Referat „Kultur und Sport“ des AStA genannt werden und für Jugendliche allgemein das Popbüro Heilbronn-Franken und der Jugendgemeinderat. Seitens der Kulturverwaltung sollte darüber hinaus explizit die Möglichkeit für junge Kreative und Kulturschaffende bestehen, Unterstützung bei der Beantragung von Fördermitteln in Anspruch zu nehmen und insgesamt das Antrags- und Abrechnungsverfahren möglichst barrierefrei zu gestalten.

Ziel 9: Junge Heilbronnerinnen und Heilbronner sind über das Kulturangebot informiert.

Maßnahme: Eine Ausbildung von Jugendlichen zu „Kulturbotschaftern“ konzipieren und durchführen (Akademie für Innovative Bildung und Management Heilbronn-Franken in Zusammenarbeit mit der Kulturverwaltung).

Mit dem Kulturportal wird eine zeitgemäße, digitale Form der Kulturkommunikation angestrebt (vgl. Kap. 4.5, Ziel 1, Maßnahme 1). Darüber hinaus wird es wichtig sein, junge Menschen aus Heilbronn, die sich für Kunst und Kultur interessieren und/ oder bereits gestaltend tätig sind, in ihrer Multiplikatoren-Funktion zu aktivieren und wertzuschätzen. So könnte beispielsweise die Akademie für Innovative Bildung und Management Heilbronn-Franken (aim) in Zusammenarbeit mit der Kulturverwaltung eine Ausbildung von jungen Heilbronnerinnen und Heilbronnern zu „Kulturbotschaftern“ konzipieren und realisieren mit dem Ziel, weitere junge Menschen für kulturelle Angebote zu interessieren und Kontakte zu Kultureinrichtungen und -initiativen zu knüpfen.

Ziel 10: Es gibt in Heilbronn Orte und Räume, wo Jugendliche und Studierende kreativ sein können.

Maßnahme 1: Bedarfe von jungen Menschen in der Konzeption für ein Soziokulturelles Zentrum mitdenken.

Im Prozess der Erarbeitung dieser Kulturkonzeption reifte auch das Konzept für ein Soziokulturelles Zentrum in Heilbronn (vgl. Kap. 4.3, Ziel 1). Der akute Raumbedarf insbesondere für freie Kultur- und Kreativschaffende und damit verbunden die Schaffung von Experimentierflächen stand dabei im Fokus der erarbeiteten Konzeptvorschläge. In der weiteren konzeptionellen Ausgestaltung und Realisierung sollte geprüft werden, ob die angemeldeten Bedarfe von jungen Kultur- und Kreativschaffenden, wie sie sich auch in dieser Kulturkonzeption wiederfinden, bereits hinreichend berücksichtigt sind und/ oder sich weitere Aspekte auftun, die entsprechend Eingang finden sollten.



Maßnahme 2: Räume für kulturelle Initiativen von Studierenden im zukünftigen Startup-Center der Hochschule Heilbronn und/ oder im Rahmen der Initiative „Masterplan Innenstadt“ zur Verfügung stellen.

Für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft wird außerdem dafür plädiert, Räume für entsprechende Aktivitäten von Studierenden im zukünftigen Startup-Center der Hochschule Heilbronn vorzusehen und gleichzeitig auch im Rahmen der Initiative „Masterplan Innenstadt“ Zwischennutzungsmöglichkeiten für Studierende und ihre Kulturprojekte zu unterstützen und zu realisieren.

Ziel 11: Die Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteure sind sensibilisiert für die Bedürfnisse von Menschen mit internationalen Wurzeln.

Maßnahme 1: Kulturangebote gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppen entwickeln (kein „Überstülpen“).

Für die Bedürfnisse einer Person sensibilisiert zu sein, setzt voraus sich mit ihren Belangen auseinanderzusetzen und mit ihr in einen Austausch zu treten. Für die Entwicklung von Kulturprogrammen und -formaten lässt sich daraus schlussfolgern, dass weniger für und mehr gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern gedacht werden sollte. Da dies größtenteils ein Umdenken in den Kulturbetrieben zur Folge haben muss und entsprechende Erfahrungen und Kompetenzen oftmals noch fehlen, empfiehlt sich ein Erfahrungsaustausch mit Kultureinrichtungen, die bereits interkulturelle beziehungsweise transkulturelle Arbeit leisten. Dazu zählen beispielsweise die städtischen Kultureinrichtungen. So hat sich aktuell die Stadtbibliothek Heilbronn erfolgreich für das Programm „360° – Fonds

für Kulturen der neuen Stadtgesellschaft“ der Kulturstiftung des Bundes beworben, verbunden mit der Zielsetzung, eine nachhaltige interkulturelle Öffnung zu vollziehen und Kooperationen mit migrantischen Bevölkerungsgruppen anzustreben.⁶¹ In der sparten- und trägerübergreifenden Realisierung einer solchen Öffnung sollte es auch gelten, das Denken in den Kategorien von „Wir“ und „die Anderen“ aufzubrechen und Stereotype zu überwinden, indem die Gleichzeitigkeit von kulturellen Einflüssen und Erfahrungen sowie Gemeinsamkeiten betont wird. Es sollte weniger um Unterschiede gehen und dagegen mehr um das Ausloten dessen, was im Aufeinandertreffen – bei der Entwicklung und Realisierung gemeinsamer Kulturformate – entsteht und verbinden kann.⁶²

Maßnahme 2: Kulturinformationen in verschiedenen Sprachen zur Verfügung stellen, übersetzt mit Unterstützung der Stabsstelle Partizipation und Integration, des Netzwerks der Kulturen und der Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Flüchtlingsarbeit Heilbronn.

Heilbronn ist eine internationale Stadt. Etwa jede zweite Bürgerin und jeder zweite Bürger hat einen Migrationshintergrund (53 Prozent), bei Kindern und Jugendlichen liegt der Anteil deutlich höher (72 Prozent).⁶³ Wer neu in dieser Stadt angekommen oder zu Gast ist, kann sich über das Kulturangebot allerdings nur dann informieren, wenn Informationen mehrsprachig angeboten werden. Deshalb wird angestrebt, Informationen zum Heilbronner Kulturangebot auf dem avisierten Kulturportal (vgl. Kap. 4.5, Ziel 1, Maßnahme 1) mit Unterstützung der Stabsstelle Partizipation und Integration, des Netzwerks der Kulturen e. V. und der Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Flüchtlingsarbeit Heilbronn in verschiedene, hier in Heilbronn gesprochene Sprachen zu übersetzen und auch die Website welcome.heilbronn.de mit weiterführenden Informationen zu versehen. Ferner sollte diese Unterstützung mittel- bis langfristig auch den Heilbronner Kultureinrichtungen zu Teil werden.

Ziel 12: Vertreterinnen und Vertreter aus den Kultureinrichtungen und aus den verschiedenen Communities kennen sich und pflegen einen kooperativen Umgang miteinander.

Maßnahme 1: Kulturverwaltung und Stabsstelle für Partizipation und Integration der Stadt Heilbronn arbeiten partnerschaftlich zusammen.

Sowohl der städtischen Kulturverwaltung als auch der Stabsstelle für Partizipation und Integration der Stadt Heilbronn kommt jeweils eine Schnittstellen-Funktion zu. Sie sind Ansprechpartner, Impulsgeber, Interessensvertreter, Koordinatoren, Kümmerer, Netzwerker und vieles mehr. Die partnerschaftliche Abstimmung der Zuständigkeiten und Zuordnung der Aufgaben ist vor allem erforderlich, um den Austausch zwischen Kultureinrichtungen und den verschiedenen internationalen Communities zu befördern und Kooperationen anzuregen.

Folgende Aufgaben sollen in diesem Aushandlungsprozess im Fokus stehen:

- Austausch und Dialog ausbauen und verstärken.
- Netzwerke aufbauen, erweitern und pflegen.
- Impulse für Kooperationen zwischen Kultureinrichtungen und Akteurinnen und Akteuren aus den Communities setzen (z. B. über gemeinsame thematische Veranstaltungsreihen, gemeinsame Projektförderanträge in Verbindung mit Förderanreizen für transkulturelle Projekte).
- Bestehende Good Practice-Beispiele sichtbar machen.
- Bei Förderanträgen und Genehmigungsverfahren unterstützen.

61 https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/cms/de/projekte/nachhaltigkeit_und_zukunft/fonds-fuer-kulturen-der-stadtgesellschaft.html (letzter Zugriff: 08.08.2018).

62 Vgl. dazu auch das Plädoyer von Wolfram (2017) für eine transkulturelle Öffnung des Kulturbetriebs.

63 Vgl. Fußnote 29.

Maßnahme 2: Zum Auftakt „Markt der Möglichkeiten“ mit den Angeboten der Kultureinrichtungen und den Kulturvereinen organisieren, um Dialog ins Rollen zu bringen („Katalysator-Funktion“).

Wenn Kulturangebote gemeinsam entwickelt werden sollen, braucht es einen intensiveren Austausch zwischen den Kultureinrichtungen und den verschiedenen Communities. Eine Katalysator-Funktion könnte dabei ein zentral ausgerichteter „Markt der Möglichkeiten“ bieten, der von der Kulturverwaltung und der Stabstelle für Partizipation und Integration initiiert und im Austausch mit dem Netzwerk der Kulturen Heilbronn e. V. und Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Flüchtlingsarbeit Heilbronn organisiert wird. Mit diesem Angebot sollen sowohl die Kultureinrichtungen als auch die internationalen Kulturvereine die Möglichkeit erhalten, sich gegenseitig vorzustellen und kennenzulernen. Neben klassischen Präsentationsformen (z. B. Informationsstand) könnten zusätzlich dialogorientierte und moderierte Formate angeboten werden (z. B. Themenräume, Speed-Dating), die darauf abzielen, konkrete Kooperationsmöglichkeiten auszuloten und erste gemeinsame Projektideen zu entwickeln.

Maßnahme 3: Im weiteren Fortgang einen roulierenden „Tag der offenen Tür“ in den verschiedenen Communities installieren.

Im Fortgang könnte in regelmäßigen Abständen ein roulierender „Tag der offenen Tür“ in den verschiedenen Communities stattfinden. Im Mittelpunkt würde folglich jeweils ein ausgewählter Kulturverein mit seinen Aktivitäten stehen. Adressiert werden könnten sowohl die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden als auch die Heilbronner Bürgerschaft. Die Koordination der Veranstaltungsreihe könnte in die Obhut des Netzwerks der Kulturen Heilbronn e. V. und der Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Flüchtlingsarbeit Heilbronn übergehen und bei Bedarf von der Kulturverwaltung und der Stabstelle für Integration und Partizipation unterstützt werden.

Maßnahme 4: Kulturportal auch für internationale Kulturvereine sowie Kultur- und Kreativschaffende öffnen.

Das avisierte Kulturportal sollte auch für internationale Kulturvereine sowie Kultur- und Kreativschaffende die Möglichkeit bieten, ein Profil anzulegen und sich vorzustellen. Daran lässt sich auch die Anforderung an das Portal anknüpfen, Informationen mehrsprachig zur Verfügung zu stellen (vgl. Kap. 4.5, Ziel 1, Maßnahme 1).

Ziel 13: Die Stadt Heilbronn befürwortet und unterstützt Kultur- und Kreativschaffende, die ihr Angebot für Menschen mit Behinderung verbessern möchten.

Maßnahme 1: Barrierefreiheit und Inklusion in den Kriterien der städtischen Kulturförderrichtlinien aufnehmen und bei neuen Kulturangeboten und Kulturorten stärker berücksichtigen.

Die gleichberechtigte gesellschaftliche Teilhabe von Menschen mit Behinderung ist ein Leitziel der Stadt Heilbronn. Die städtische Inklusionsbeauftragte und ein Inklusionsbeirat, der sich aus Gemeinderatsmitgliedern und sachkundigen Bürgerinnen und Bürgern zusammensetzt, arbeiten gemeinschaftlich an der Umsetzung dieses Ziels. Mit der avisierten Neuausrichtung der städtischen Kulturförderrichtlinien (vgl. Kap. 4.3, Ziel 3ff.) bietet sich nun auch die Möglichkeit, Barrierefreiheit und Inklusion in den Förderkriterien zu verankern. Darüber hinaus wird angestrebt, die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderung zukünftig bei der Planung und Realisierung von neuen Kulturorten (z. B. Soziokulturelles Zentrum) und bei anstehenden Bauarbeiten konsequent mitzudenken, um kostenintensive Sonderlösungen im Nachgang zu vermeiden.

Maßnahme 2: Gezielte Beratung und Begleitung von Kultur- und Kreativschaffenden durch die Inklusionsbeauftragte und die Wohlfahrtsverbände ermöglichen.

Gleichzeitig sollen die städtische Inklusionsbeauftragte sowie die Wohlfahrtsverbände, Kultureinrichtungen und Kultur- und Kreativschaffenden in die Lage versetzt werden, proaktiv dabei zu unterstützen, sich dieser Themen stärker anzunehmen, indem sie beispielsweise über Barrierefreiheit und teilhabefördernde Maßnahmen informieren und Checklisten (online) zur Verfügung stellen, die bei der Planung und Realisierung von Veranstaltungen und anderen Angeboten als Orientierung dienen können. Zum Auftakt wäre eine Informationsveranstaltung denkbar, die von den genannten Ansprechpartnern (ggf. auch in Zusammenarbeit mit dem neu zu gründenden Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“, vgl. Kap. 4.2, Ziel 1, Maßnahme 1) organisiert werden könnte. Hierbei könnten erstmalig auch Kooperationen zwischen Kultureinrichtungen angeregt werden, um Ressourcen zu bündeln (z. B. Höranlagen-Sharing).

Ziel 14: Für Menschen mit Behinderung wird die Teilhabe am kulturellen Leben in Heilbronn vereinfacht.**Maßnahme 1: Kultureinrichtungen prüfen ihren Status Quo hinsichtlich Barrierefreiheit und beheben nach Möglichkeit stufenweise die Defizite.**

Um die konkreten Defizite aufdecken zu können, sollen die Heilbronner Kultureinrichtungen ihren Status Quo hinsichtlich Barrierefreiheit und Inklusion erfassen, bei Bedarf und nach Möglichkeit mit punktueller Unterstützung der Inklusionsbeauftragten der Stadt.

Die ermittelten Barrieren lassen sich nach realistischer Einschätzung nur stufenweise und nicht gänzlich ohne zusätzliche Ressourcen abbauen. Hilfreich für die weitere Planung wäre deshalb in der Bestandsaufnahme auch eine Differenzierung nach Ressourcenintensität.

Maßnahme 2: Begleitpersonen für Menschen mit Behinderung werden zum Besuch von Kulturveranstaltungen vermittelt.

Menschen mit Behinderung sind auf Begleitpersonen angewiesen, um an Kulturveranstaltungen teilnehmen zu können. Angestrebt wird deshalb die Einrichtung eines Vermittlungssystems. Ein Erfahrungsaustausch mit dem Forum Ehrenamt sollte angestrebt werden, da die Stadt mit diesem Verein bereits einen starken Partner hat, wenn es um die Suche und Vermittlung von Ehrenamtlichen geht. In der konkreten Ausgestaltung des Vermittlungssystems sollten außerdem kostengünstige oder kostenlose Eintrittsmöglichkeiten mitgedacht werden. Ein Partner könnte in diesem Zusammenhang der Verein Kulturtafel Heilbronn e. V. sein.⁶⁴

Maßnahme 3: Kultureinrichtungen und Kulturveranstalter stellen Auftrittsmöglichkeiten und Präsentationsflächen für Künstlerinnen und Künstler mit Behinderung zur Verfügung.

Menschen mit Behinderung können künstlerisch aktiv sein und zum kulturellen Leben einer Stadt beitragen. Kulturelle Teilhabe sollte folglich nicht nur in der Annahme betrachtet werden, es ginge vornehmlich um Zugangsmöglichkeiten für Besucherinnen und Besucher. Im besten Fall gelingt es folglich auch, bewusst Auftrittsmöglichkeiten und Präsentationsflächen für Künstlerinnen und Künstler mit Behinderung zu schaffen (z. B. indem das Theater Heilbronn mit dem Deutschen Gehörlosentheater kooperiert).

64 Als Beispiel für ein mögliches Organisationsmodell kann die „Mitgehboerse Ulm“ dienen (vgl. <https://www.mitgehboerse-ulm.de/>, letzter Zugriff: 08.08.2018).

4.5 Handlungsfeld 4: An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum

Ziel 1: Aktuelle Informationen über sämtliche Heilbronner Kulturangebote sind in gebündelter Form für Kulturinteressierte digital zugänglich.

Maßnahme 1: Ein gemeinsames digitales, barrierefreies Kulturportal einrichten.

Heilbronn als Kulturstadt sichtbar zu machen, ist ein erklärtes Ziel dieser Kulturkonzeption. Dafür braucht es ein zentrales Medium, das Informationen über sämtliche Heilbronner Kulturangebote bündelt und gleichermaßen für die Kulturinteressierten als auch für die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden attraktiv ist, weil es nicht zuletzt leicht zugänglich und anwendbar ist. Favorisiert wird ein digitales Kulturportal als Maßnahme im Rahmen der städtischen Digitalisierungsstrategie.

Folgende Bestandteile und Funktionen eines solchen Kulturportals sollten in der Planungs- und Realisierungsphase mitbedacht werden:

- ein 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, Barrierefreiheit, etc.)
- proaktive Vorschläge auf Basis der eingegebenen Suche („Auch Folgendes könnte Sie interessieren...“)
- Informationen zu den Einrichtungen, Vereinen, Initiativen, Spielstätten und Veranstaltungsorten sowie zu den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und -partnern vor Ort
- ein persönlicher Login-Bereich für die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden mit Möglichkeit zur Profilerstellung inklusive einer Such- und „Schwarzes Brett“-Funktion (vgl. dazu Kap. 4.2, Ziel 1, Maßnahme 2)

Darüber hinaus lassen sich weitere Anforderungen an das Kulturportal formulieren, die insbesondere die Zugänglichkeit und Anwendbarkeit aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer begünstigen sollen:

- eingängige Internetdomain festlegen und kommunizieren,
- Kulturportal auch als App verfügbar,
- bewusst und sparsam mit Text umgehen,
- Informationen mehrsprachig und nach Möglichkeit in Leichter Sprache anbieten,
- Kriterien der Barrierefreiheit (BITV 2.0) berücksichtigen,
- auf eine ansprechende, zeitgemäße Gestaltung Wert legen, die das neue städtische Corporate Design berücksichtigt und zugleich hervorkehrt, dass Kunst und Kultur im Mittelpunkt des Portals stehen,
- sämtliche Inhalte vor Veröffentlichung prüfen, v. a. auf Aktualität und verfassungswidrige Inhalte, aber keine Wertung und Selektion im Sinne eines kuratorischen Verfahrens vornehmen,



- sicherstellen, dass die Plattform befüllt ist und funktioniert, sobald sie tatsächlich online verfügbar ist, so dass keine Enttäuschungen auf Nutzerseite produziert werden,
- Schnittstellen zu Social Media-Plattformen gewährleisten (Veranstaltungen, die auf der Plattform eingepflegt werden, sollten über Facebook und andere Kanäle anschließend geteilt und kommuniziert werden können).

Maßnahme 2: Eine zentrale städtische Stelle mit Zuständigkeit für die kontinuierliche Pflege, Wartung und Weiterentwicklung des Kulturportals installieren.

Ein gemeinsames Kulturportal, wie es oben beschrieben wurde, muss dauerhaft koordiniert werden. Es bedarf der kontinuierlichen Pflege und Wartung und es sollte vor allem in seinen digitalen Möglichkeiten mit der Zeit gehen. Diese Aufgabe kann nicht ehrenamtlich ausgeführt werden und sie sollte aufgrund der koordinierenden Tätigkeit von einer zentralen städtischen Stelle aus erfolgen.

Für die Planung und Realisierung wird eine enge Zusammenarbeit zwischen der Heilbronn Marketing GmbH und der Kulturverwaltung als sinnvoll erachtet. Die Heilbronn Marketing GmbH ist derzeit mit der Umsetzung des städtischen Kommunikationskonzepts befasst und als Stadtmarketinggesellschaft verantwortlich für die Innen- und Außendarstellung Heilbronns. Dazu zählt auch die Sichtbarmachung des Heilbronner Kulturangebots. Da das Kulturportal dezidiert einen Kulturveranstaltungs-kalender beinhalten und darüber hinaus weitere Funktionen inne haben soll, die sich aus der Logik

des Kulturbetriebs ergeben, wird es zudem erforderlich sein, spezifische Kompetenzen abzurufen, die bei der Kulturverwaltung angesiedelt sind.⁶⁵ Aufgrund der aktuellen Entwicklung einer städtischen Digitalisierungsstrategie ist die Stabsstelle Stadtentwicklung und Zukunftsfragen ebenfalls ein wichtiger Partner in der Planung und Weiterentwicklung des Kulturportals.

Ziel 2: Die Stadt Heilbronn überrascht mit kreativen Kommunikationsmaßnahmen im öffentlichen Raum.

Maßnahme: Pilotprojekt(e) „Kulturkommunikation im öffentlichen Raum“ aus der Reihe der vorgeschlagenen Ideen realisieren.

Das Kulturportal als digitale Kommunikationsmaßnahme sollte flankiert und unterstützt werden durch weitere Kommunikationsmaßnahmen, die insbesondere im öffentlichen Raum Aufmerksamkeit erzeugen und die Kulturstadt Heilbronn auf kreative Weise in den Fokus rücken. Es geht also weniger darum, bestehenden und vor allem klassischen Werbemedien wie Flyern, Broschüren und Plakaten weitere hinzuzufügen, sondern auch über die Wahl der Kommunikationsmittel zum Ausdruck zu bringen, dass Heilbronn eine (Kultur)Stadt im Aufbruch ist. Gleichzeitig sollten dabei die Bedarfe und Kommunikationsgewohnheiten unterschiedlicher Zielgruppen mitgedacht werden.

Im Prozess zur Erarbeitung dieser Kulturkonzeption sind einige kreative Ideenvorschläge entstanden, die im Folgenden aufgezählt werden. Eine Realisierung in Form von ausgewählten Pilotprojekten wird empfohlen.

- Eine Telefonzelle im Retro-Stil im öffentlichen Raum platzieren, die als „**Heilbronner Kultur Hotline**“ (Auskunft erfolgt durch Touristinformatio) fungiert und über einen Bildschirm mit dem digitalen Kulturportal verknüpft ist (ggf. weitere Funktionen, z. B. Büchertauschregal).
- „**Kulturcontainer**“ mit Informationen über Kulturangebote entwickeln und gestalten und anschließend gezielt bei nicht-(hoch)kulturellen Veranstaltungen einsetzen.
- **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.
- **Schaufenster (v. a. von Leerständen) als Werbefenster für Kultur** nutzen (durch kreative Gestaltung und Anbringen von Veranstaltungsinformationen).
- **Idee des Blindbookings** (z. B. im Kino oder bei (Flug)Reisen) auf den Kulturbereich übertragen und entsprechende Tickets und/ oder Programmreihen auflegen.
- **Digitale Kultursäulen:** Klassisch runde Werbesäulen nicht plakätieren, sondern digital bespielen mit aktuellen Kulturangeboten (Kulturportal als Datenquelle) und an regelmäßig frequentierten Plätzen (nicht entlang von Verkehrsstraßen, sondern für Fußgänger in verkehrsberuhigten Bereichen) aufstellen.

65 Für die Koordination, Pflege und Wartung von Kulturportalen finden sich unterschiedliche Modelle in der Anwendung: Die Stadt Frankfurt a. M. betreibt beispielsweise ein eigenständiges Kultur- und Museumsportal (vgl. <http://www.kultur.frankfurt.de>, <http://www.museumsufer-frankfurt.de>, letzte Zugriffe: 07.08.2018). Beide Portale sind losgelöst von der Stadt- und Destinationswebsite <https://www.frankfurt.de/> (letzter Zugriff: 07.08.2018) und werden vom Kulturamt der Stadt Frankfurt a. M. und dem Fachbereich Kulturmarketing, -veranstaltungen und -kommunikation verantwortet. In Lübeck betreibt die Lübeck und Travemünde Marketing GmbH einen Veranstaltungskalender, der neben Sightseeing-Aktivitäten überwiegend auf Kunst- und Kulturangebote ausgerichtet ist (vgl. <https://www.luebeck-tourismus.de/nc/veranstaltungen/veranstaltungskalender.html>, letzter Zugriff: 07.08.2018). Die Kulturabteilung der Stadt Ulm betreibt die Plattform <https://www.mitgehboerse-ulm.de/> (letzter Zugriff: 07.08.2018) und verlinkt dort auf den Veranstaltungskalender der Städte Ulm und Neu-Ulm, der wiederum betrieben wird von der Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (vgl. <http://veranstaltungen.ulm.de/leonline/portals/ulm/veranstaltungen/>, letzter Zugriff: 07.08.2018).

Ziel 3: Gastgewerbe und andere Unternehmen sind Partner in der Bewerbung von Kulturangeboten.

Maßnahme 1: Kulturinformationen auf Bildschirmen, Tablets und Smartphones in Hotelzimmern anzeigen.

Für die stärkere Sichtbarmachung des Heilbronner Kulturangebots gilt es Partnerinnen und Partner zu gewinnen, die eine Multiplikatoren-Funktion übernehmen könnten. Mit Blick auf die Außenwahrnehmung und den Aufenthalt von Heilbronn-Besuchern wäre es beispielhaft erstrebenswert, das örtliche Gastgewerbe für gemeinsame Maßnahmen zu aktivieren. In modern ausgestatteten Hotelzimmern befinden sich heute bereits Bildschirme, Tablets oder Smartphones, die den Gast mit zentralen Informationen rund um den Aufenthalt versorgen. Hier könnten ebenso spezifische Informationen zum Heilbronner Kulturangebot angezeigt werden, die sich aus dem Kulturportal speisen. Eine koordinierende Rolle könnte dabei die Heilbronn Marketing GmbH als Stadtmarketing- und Tourismusorganisation übernehmen.

Maßnahme 2: Bildschirme in den Kantinen und Aufenthaltsräumen von Heilbronner Unternehmen für Kulturinformationen nutzen bzw. Installation anregen.

Heilbronn ist ein starker Wirtschaftsstandort mit bedeutenden Unternehmen. Verstanden als Standortfaktor kann eine Kooperation zwischen Kultur und Unternehmen sinnvoll sein, um vor allem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über das aktuelle Kulturangebot zu informieren und darüber gegebenenfalls Impulse für einen möglichen Besuch zu setzen. Hierfür könnten bereits bestehende Bildschirme genutzt werden, die sich häufig in Kantinen und Aufenthaltsräumen in den Unternehmen befinden, oder bei den Unternehmen als Form des Kultursponsorings angeregt werden. Als Datenquelle könnte dabei erneut das Kulturportal dienen. In der Planung und Umsetzung wären erneut die Heilbronn Marketing GmbH sowie in diesem Fall auch die Wirtschaftsförderung der Stadt Heilbronn mögliche Verantwortliche.





5 Welche Ziele und Maßnahmen werden als prioritär betrachtet? Und wie geht es weiter?

Der erarbeitete Ziel- und Maßnahmenkatalog zeigt deutlich den Handlungsbedarf in verschiedenen Feldern der Heilbronner Kulturentwicklung. Er ist zugleich aber auch ein eindrücklicher Beleg für den Gestaltungswillen der Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden, die sich am Prozess zur Erarbeitung der Kulturkonzeption beteiligt und die vorliegenden Ergebnisse maßgeblich gestaltet haben. Um die konstruktive Atmosphäre aufrecht zu erhalten, empfiehlt sich ein rascher Übergang in die Umsetzungsphase. Im Lichte der personellen wie finanziellen Ressourcenverteilung ist es deshalb sinnvoll zu eruieren, welche der entwickelten Ziele und Maßnahmen als besonders dringlich in der Umsetzung erachtet werden, weil

- sie auf eine besonders akute Herausforderung reagieren,
- sie Voraussetzung für die Umsetzung weiterer Maßnahmen sind,
- ihnen eine Signalwirkung für die weitere Umsetzungsphase zukommt.

In den beteiligungsorientierten Prozessformaten und vor allem im Zuge des letzten Workshops wurden systematisch Prioritäten in der Umsetzung abgefragt. Das Abstimmungsergebnis der Teilnehmenden stellt den Kern der folgenden Prioritätenliste dar. Ergänzungen gehen auf aktuelle kulturelle Entwicklungen in der Stadt und Empfehlungen des Beirats zurück.

Handlungsfeld 1:

Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation

Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ gründen und Sprecherrat wählen.

Die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden gründen mit anfänglicher Unterstützung der Kulturverwaltung einen sparten- und trägerübergreifenden Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ und wählen einen Sprecherrat (Kulturrat, Kulturbeirat o. ä.), der den Kulturausschuss berät und die Interessen des Arbeitskreises gegenüber Politik, Verwaltung und Wirtschaft vertritt. Damit wird die Grundlage für eine nachhaltige Kooperationskultur und die Fortführung eines Dialogs über die Heilbronner Kulturentwicklung geschaffen, der mit der Erarbeitung dieser Kulturkonzeption maßgeblich angestoßen wurde.

Vgl. ausführlich Kap. 4.2, Handlungsfeld 1, Ziel 1, Maßnahme 1

Handlungsfeld 2:

(Frei)Räume schaffen – durch eine bedarfsgerechte städtische Kulturförderung und Kulturverwaltung

Die Realisierung des Soziokulturellen Zentrums zum prioritären Infrastrukturprojekt für die Kulturstadt Heilbronn machen.

Die Realisierung des Soziokulturellen Zentrums wird entsprechend des Konzeptentwurfs politisch forciert, um der Freien Szene nachhaltig bessere Rahmenbedingungen und (Frei)Räume zu verschaffen. Zentrale Fragen, die sich aus dem derzeitigen Konzeptstand ableiten, etwa die Findung einer Trägerstruktur sowie die Standortklärung, werden rasch und mit der erforderlichen Unterstützung geklärt.

Vgl. ausführlich Kap. 4.3, Handlungsfeld 2, Ziel 1

Die Projektförderung im Rahmen der städtischen Kulturförderung aufwerten und zeitgemäß diversifizieren.

Die Mittel für die Projektförderung im Rahmen der städtischen Kulturförderung werden angepasst und es wird ein Drei-Säulen-Programm eingeführt (Säule 1: Projektförderung allgemein, Säule 2: Wechselnde Schwerpunktförderung zu ausgewählten Themen, Sparten, Genres, Säule 3: Zwei- bis dreijährige Konzeptions-/ Innovationsförderung), um künftig effektiver auf die Bedarfe der freien Kultur- und Kreativschaffenden reagieren und eine zeitgemäße Kulturentwicklung ermöglichen zu können. Damit einher geht eine grundsätzliche Überarbeitung der entsprechenden Förderrichtlinien, die Entwicklung eines transparenten und möglichst barrierefreien Antrags- und Abrechnungsverfahrens sowie die Einführung von Budget- und Zielvereinbarungen als Steuerungsinstrument.

Vgl. ausführlich Kap. 4.3, Handlungsfeld 2, Ziel 2, Maßnahme 1

Die Kulturabteilung aus dem Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn herauslösen und ein eigenständiges Kulturamt gründen.

Aus den Ergebnissen der Kulturkonzeption lässt sich ableiten, dass die Kulturverwaltung künftig verstärkt Dienstleistungen in den Bereichen Service und Beratung (z. B.

städtische Kulturförderung, Akquise von Drittmitteln), aber auch impulsgebende und koordinierende Tätigkeiten (etwa im Bereich Kulturelle Bildung und Teilhabe) übernehmen sollte. Darüber hinaus verlangt die Umsetzung der Kulturkonzeption nach einem zentralen und verlässlichen „Kümmerer“. Damit die Kulturverwaltung diesen Aufgaben neben den Verwaltungstätigkeiten nachkommen kann, wird eine Herauslösung aus der derzeitigen Ämterstruktur und die Gründung eines eigenständigen Kulturamts angestrebt. Dazu wird ein Struktur- und Organisationsvorschlag der Verwaltung erwartet.

Vgl. ausführlich Kap. 4.3, Handlungsfeld 2, Ziel 8

Eine Servicestelle „Kulturförderung und Drittmittelakquise“ einrichten.

Zum Zwecke eines möglichst barrierefreien Zugangs zu Fördermitteln übernimmt die Kulturverwaltung künftig eine stärker beratende Rolle und unterstützt Antragstellerinnen und Antragsteller im Zuge des städtischen Antragsverfahrens und insbesondere bei der Recherche und Beantragung von Drittmitteln von Land, Bund und EU sowie privaten und öffentlichen Stiftungen, um diesen Pool an Fördermöglichkeiten für die Stadt Heilbronn deutlich besser zu nutzen.

Vgl. ausführlich Kap. 4.3, Handlungsfeld 2, Ziel 5

Eine Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft als Schnittstelle zwischen Kulturverwaltung und Wirtschaftsförderung schaffen.

Um die Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft am Innovationsstandort Heilbronn aktivieren zu können, wird die Einrichtung einer städtischen Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft angestrebt. Diese Kompetenzstelle soll Anlaufstelle und Interessensvertretung von Heilbronner Vertreterinnen und Vertretern dieser Branche sein (z. B. Hilfestellung und Beratung in Fragen der Existenzgründung, Fördermittelbeantragung, Raumvermittlung) und zugleich als Schnittstelle zwischen der Kulturverwaltung und der Wirtschaftsförderung fungieren.

Vgl. ausführlich Kap. 4.3, Handlungsfeld 2, Ziel 7, Maßnahme 1

Handlungsfeld 3:

Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und Partizipation

Ein Konzept für den Literaturstandort Heilbronn erarbeiten, das den Ausbau des Kleist-Archivs Sembdner zum Literaturhaus vorsieht und in Abstimmung mit weiteren Kulturträgern der Stadt, insbesondere mit der Stadtbibliothek Heilbronn, zum Ziel hat, Heilbronn als Ort literarischer Begegnung und literarischer Teilhabe zu stärken.

Im Zuge der Erarbeitung der Kulturkonzeption hat sich der Wunsch verfestigt, dauerhaft einen Ort zu schaffen, der die Aufgaben eines Literaturhauses übernimmt, das heißt insbesondere die Vermittlung von Gegenwartsliteratur und die Förderung eines Diskurses über Literatur. In dieser Ausgangssituation wird es als sinnvoll erachtet, ein Konzept für den Literaturstandort Heilbronn zu erarbeiten. Darin sollten das Kleist-Archiv Sembdner in der erweiterten Funktion eines Literaturhauses und die Stadtbibliothek Heilbronn als bedeutende Einrichtungen der Sparte Literatur eine zentrale Rolle einnehmen.

Vgl. ausführlich Kap. 4.4, Handlungsfeld 3, Ziel 1

Eine Plattform für Kulturelle Bildung in Heilbronn ins Leben rufen.

Die Stadt Heilbronn verdankt dem Engagement ihrer Kultureinrichtungen und Kulturschaffenden zahlreiche Angebote im Bereich der Kulturellen Bildung. Was es nun allerdings braucht, ist mehr Austausch und Transparenz zwischen all jenen, die aktiv dazu beitragen, Kulturelle Bildung zu ermöglichen. Dazu gehören ganz zentral auch Kindertagesstätten und Schulen. Die Gründung einer Plattform „Kulturelle Bildung in Heilbronn“ mit diversen Präsentations- und Suchfunktionen und vor allem der Benennung fester Ansprechpartnerinnen und -partner in den jeweiligen Einrichtungen wird als zentrale Maßnahme erachtet, die begleitet werden kann von weiteren Vernetzungstätigkeiten (z. B. „Marktplatz Kulturelle Bildung“, „Runder Tisch Kulturelle Bildung“), jeweils koordiniert und moderiert durch die Kulturverwaltung.

Vgl. ausführlich Kap. 4.4, Handlungsfeld 3, Ziel 4, Maßnahme 3

„Kulturpass“ für Kinder und Jugendliche einführen.

Die Kulturverwaltung legt gemeinsam mit den Heilbronner Kultureinrichtungen und -initiativen einen „Kulturpass“ auf, der den bereits existierenden „Familienpass“ als Instrument ergänzt, um Kindern und Jugendlichen aus finanziell schwächer gestellten Familien die Möglichkeit auf Teilhabe an verschiedenen städtischen Angeboten zu gewähren. Der Kulturpass soll kostenlose und stark ermäßigte Angebote beinhalten und zugleich eine Orientierung über das Kulturangebot für Familien, Kinder und Jugendliche in Heilbronn bieten. Diese Maßnahme wird als zentrale Voraussetzung für mehr Teilhabe am kulturellen Leben in Heilbronn erachtet. Denkbar ist, das bestehende „Kulturbonusheft“ entsprechend auszuweiten.

Vgl. ausführlich Kap. 4.4, Handlungsfeld 3, Ziel 3

Handlungsfeld 4:

An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten – durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum

Ein gemeinsames digitales, barrierefreies Kulturportal aufbauen.

Heilbronn als Kulturstadt sichtbarer zu machen ist ein erklärtes Ziel dieser Kulturkonzeption und ein Anliegen, das bereits früh im Prozess von den Beteiligten als prioritär eingestuft wurde. Realisiert werden soll ein digitales Kulturportal, das Informationen über sämtliche Heilbronner Kulturangebote bündelt und im Rahmen der städtischen Digitalisierungsstrategie eine zeitgemäße und barrierefreie Form der Kulturkommunikation auf den Weg bringt und beiderseitigen Nutzen verspricht, das heißt sowohl für kulturinteressierte Bürgerinnen und Bürger ebenso wie für Gäste als auch für die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden. Als Koordinatorinnen und Koordinatoren und „Kümmerer“ sind neben der Kulturverwaltung auch die Heilbronn Marketing GmbH als Stadtmarketinggesellschaft und die Stabsstelle Stadtentwicklung und Zukunftsfragen als Beauftragte für die städtische Digitalisierungsstrategie adressiert.

Vgl. ausführlich Kap. 4.5, Handlungsfeld 4, Ziel 1, Maßnahmen 1 und 2

Teilhabe und die gemeinsame Entwicklung von Angeboten mit Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Zielgruppen (z. B. junge Menschen und Studierende, Menschen mit internationalen Wurzeln) zu einem zentralen Förderkriterium machen.

Kulturelle Teilhabe ist und bleibt eine zentrale Herausforderung für die Heilbronner Kulturpolitik und Kulturarbeit. Ganz besonders gilt es dabei künftig junge Menschen und Studierende, Heilbronnerinnen und Heilbronner mit internationalen Wurzeln sowie Personen mit Behinderungen verstärkt in den Blick zu nehmen und den Fokus auch auf die verschiedenen Stadtteile zu richten. Plädiert wird für ein Umdenken hin zu einer stärker gemeinsamen Entwicklung von Programmen und Formaten zwischen Kultureinrichtungen und Vertreterinnen und Vertretern der genannten Zielgruppen. Entsprechende Aktivitäten sollen gefördert werden.

Vgl. ausführlich Kap. 4.4, Handlungsfeld 3; diese Priorität leitet sich nicht direkt aus einer formulierten Einzelmaßnahme ab, sondern stellt vielmehr die Grundlage für die Umsetzung der definierten Maßnahmen aus Handlungsfeld 3 ab.

Wie geht es weiter?

Mit der erfolgten Priorisierung werden die weiteren Ziele und Maßnahmen, die ebenfalls erarbeitet wurden, keinesfalls obsolet oder gar negiert. Die formulierten Prioritäten sind als Empfehlung an die Politik zu verstehen und sie erfüllen die Funktion eines „Starterkits“. Die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden, die Kulturpolitik und -verwaltung und zentrale angrenzende Bereiche sollen in die Lage versetzt werden, mittel- und langfristig weitere zentrale Schritte der Kulturentwicklung gemeinsam zu bestreiten, und dafür braucht es Grundlagen und Voraussetzungen, die weitestgehend in den Prioritäten abgebildet sind.

Mit der Fertigstellung dieser Kulturkonzeption ist nun die Politik aufgefordert, über die Ergebnisse und Empfehlungen zu beraten und mit einem klaren Bekenntnis zur Kulturstadt Heilbronn die Weichen für die Umsetzung zu stellen, indem die politischen Vertreterinnen und Vertreter der Stadt die Kulturkonzeption beschließen. Damit sollen eine Basis und Richtschnur für die künftige Arbeit der Kulturverwaltung geschaffen werden und gleichzeitig ein Arbeitsprogramm für die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden. Mit Beginn der Umsetzungsphase sind sie erneut aufgefordert, aktiv mitzugestalten und den partizipativen Gedanken des angestoßenen Prozesses fortzuführen. Die Vielzahl der Handlungsbereiche, Ziele und Maßnahmen fordert zur Übernahme von Verantwortung auf, die partnerschaftlich geschultert wird. Gleichzeitig liegt bei der Kulturverwaltung die zentrale Verantwortung, die Umsetzung nahtlos zu koordinieren und zu moderieren. Dementsprechend muss die Kulturverwaltung in die Lage versetzt werden, diese Steuerungsleistung erbringen zu können. Zugleich ist die Kulturverwaltung adressiert, ein Monitoring-Verfahren auf den Weg zu bringen und die daraus gewonnenen Ergebnisse den Gremien in regelmäßigen Abständen zu präsentieren. So soll sichergestellt werden, dass die Umsetzung der Kulturkonzeption kritisch begleitet wird und bei Bedarf reagiert werden kann, zum Beispiel auf kurzfristige Entwicklungen, Chancen und Herausforderungen.

Ziele und Maßnahmen in der Übersicht

Handlungsfeld 1: Kultur in Heilbronn gemeinsam gestalten – durch mehr Austausch und Kooperation		
Lfd. Nr.	Ziele	Maßnahmen
1.	Zwischen Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteuren besteht ein regelmäßiger Austausch und Dialog als Grundlage für gegenseitige Wertschätzung und Kooperation.	Träger- und spartenübergreifenden Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ gründen, der als Austausch- und Kooperationsplattform sowie Sprachrohr der Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteure fungiert.
2.		Die Mitglieder des Arbeitskreises wählen einen paritätisch besetzten Sprecherrat (Kulturrat, Kulturbeirat o. ä.), der gegenüber Politik und Verwaltung (d. h. v. a. im Kulturausschuss) eine beratende Funktion übernimmt (z. B. Einbringen von Sitzungsthemen, Vorschläge für Projekte, Beratung in der Fördermittelvergabe).
3.	Städtische und institutionell geförderte Kultureinrichtungen, Freie Szene, Kultur- und Kreativwirtschaft pflegen gemeinsame Kooperationen, die Synergien erzeugen.	Kooperationen zwischen städtischen und institutionell geförderten Kultureinrichtungen sowie Freier Szene und Vertreterinnen bzw. Vertretern aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft zum Gegenstand von Zielvereinbarungen machen.
4.	Die Stadt Heilbronn ist in der Bürgerschaft und überregional für ein Kulturfestival/ ihre Festivallandschaft bekannt.	Arbeitsgruppe „Festivallandschaft Heilbronn“ im Arbeitskreis „Kunst und Kultur in Heilbronn“ einrichten.

Handlungsfeld 2: (Frei)Räume schaffen durch eine bedarfsgerechte, zeitgemäße städtische Kulturförderung und Kulturverwaltung		
Lfd. Nr.	Ziele	Maßnahmen
5.	Die Stadt Heilbronn unterhält ein Soziokulturelles (De) Zentrum, das (Frei)Räume für Kunst und Kultur schafft und das kulturelle Leben in Heilbronn langfristig bereichert.	Die Realisierung eines Soziokulturelles (De)Zentrum auf der Grundlage des erarbeiteten Konzepts prüfen (v. a. Trägerstruktur, Machbarkeitsstudie zum Standort und Finanzierung) und Umsetzung politisch forcieren.
6.	Die Stadt Heilbronn weist eine zeitgemäße Form der Projektförderung vor.	<p>Mittel für Projektförderung bedarfsgerecht anpassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Säule 1: Projektförderung allgemein (Förderung von Einzelprojekten) • Säule 2: Wechselnde Schwerpunktförderung zu ausgewählten Themen, Sparten, Genres (z. B. Digitalisierung, Clubkultur) • Säule 3: Zwei- bis dreijährige Konzeptions-/ Innovationsförderung (Förderung von neuen künstlerischen Impulsen und Formaten). <p>Privaten Kultur- und Kreativschaffenden unabhängig von ihrer ökonomischen Zweckorientierung (Profit/ Non-Profit) Zugang zu Fördermitteln gewähren, wenn inhaltliche Förderkriterien erfüllt sind.</p>

7.	Antragstellerinnen und -steller verbinden mit der städtischen Kulturförderung transparente Förderkriterien und -instrumente sowie ein barrierefreies Antrags- und Abrechnungsverfahren.	<p>Informationen zu Förderinstrumenten, -kriterien und -verfahren auf der Website der Stadt bündeln und leicht verständlich aufbereiten. (z. B. mit Hilfe von FAQs, Leitfäden, mehrsprachigen Informationen und Informationen in Leichter Sprache).</p> <p>Antrags- und Abrechnungsverfahren für Projektförderung möglichst barrierefrei gestalten.</p> <p>Zwei Antragsfristen im Kalenderjahr für Projektfördermitteln einführen.</p> <p>Zielvereinbarung und Evaluation als kulturpolitische Steuerungsinstrumente einführen.</p> <p>In regelmäßigen Abständen Zahlen zur städtischen Kulturförderung aufbereiten und Kultur(förder)bericht veröffentlichen.</p>
8.	Sachkundige Personen werden in die Vergabe von Fördermitteln beratend eingebunden.	Dem Kulturausschuss einen beratenden Sprecherrat zur Seite stellen, der sich aus dem neu zu gründenden Arbeitskreis „Kultur in Heilbronn“ formiert.
9.		Zur Vergabe der Mittel aus der Konzeptions-/ Innovationsförderung eine Jury aus Expertinnen und Experten einberufen, die unterschiedliche Sparten vertreten und zudem Expertise „von außen“ mitbringen.
10.	Kultur- und Kreativschaffende werden bei der Drittmittel-Suche und -Akquise bei Bedarf beraten und unterstützt.	„Servicestelle Drittmittelakquise“ einrichten, die Informationen über aktuelle Drittmittelmöglichkeiten (inkl. einer Datenbank) bereithält und potenzielle Antragstellerinnen und -steller berät.
11.	Die Stadt Heilbronn und die hiesigen Stiftungen finden gemeinsame Formen der Kulturförderung.	Entscheidungsträgerinnen und -träger bestehender Stiftungen (Heilbronner Bürgerstiftung und Kulturstiftung der Kreissparkasse Heilbronn) für Leitlinien, Ziele und Maßnahmen der Kulturkonzeption sensibilisieren und Realisierung von Projekten prüfen.
12.		Politik und Verwaltung entwickeln gemeinsam mit Unternehmen Modelle für eine Innovationsförderung im Kulturbereich zur Stärkung des Innovationsstandorts Heilbronn.
13.	Die Stadt Heilbronn schätzt die Kultur- und Kreativwirtschaft und aktiviert die Potenziale dieser Branche.	Eine Kompetenzstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft als Schnittstelle zwischen Kulturverwaltung und Wirtschaftsförderung schaffen, die als Anlauf- und Beratungsstelle für Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft fungiert (z. B. Hilfestellung bei Gründung, Raumsuche, Fördermittelbeantragung).
14.		Vertreterinnen und Vertreter der Kultur- und Kreativwirtschaft regelmäßig in den Kultur- und Wirtschaftsausschuss einladen, um ihre Projekte und Vorhaben vorzustellen zu können.
15.		Online-Börse für die Vermittlung von Leerständen o. ä. zur Zwischennutzung für Kultur- und Kreativprojekte einrichten („Leerstandsmelder“).
16.		Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen von Bildungsmessen (z. B. der Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken)/ Berufsinformationstagen als Branche vorstellen.
17.		„Alternativen“ Stadtplan erstellen, der Einrichtungen, Angebote und Orte der Kultur- und Kreativwirtschaft sichtbar macht (z. B. in Kooperation mit dem Studiengang „Media, Vertrieb und Kommunikation“ an der DHBW Heilbronn und Heilbronn Marketing GmbH).
18.	Die Stadt Heilbronn weist ein eigenständiges Kulturamt vor, das ein wichtiger beratender, koordinierender und impulsgebender Partner für die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden ist.	Ein eigenständiges Kulturamt schaffen und das erweiterte Aufgabenspektrum in der Personalbesetzung berücksichtigen.

Handlungsfeld 3: Kulturelle Bildung und Teilhabe stärken – durch Vernetzung und Partizipation

Lfd. Nr.	Ziele	Maßnahmen
Sparte Literatur		
19.	Heilbronn verfügt als Stadt mit bedeutenden literarischen Wurzeln über die notwendige Infrastruktur, Literaturvermittlung einen großen Stellenwert einzuräumen und Diskurse über (Gegenwarts)Literatur anzustoßen.	Ein Konzept für den Literaturstandort Heilbronn erarbeiten, das den Ausbau des Kleist-Archivs Sembdner zum Literaturhaus vorsieht und in Abstimmung mit weiteren Kulturträgern der Stadt, insbesondere mit der Stadtbibliothek Heilbronn, zum Ziel hat, Heilbronn als Ort literarischer Begegnung und literarischer Teilhabe zu stärken.
Kulturelle Bildung		
20.	Es existieren Angebote und Kooperationen im Bereich der Kulturellen Bildung, die für und gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen entwickelt wurden.	Kinder und Jugendliche mit Interesse an Kunst und Kultur erhalten die Möglichkeit, ihre Erfahrungen, Erwartungen, Ideen und Vorschläge für künftige Kulturprojekte zu kommunizieren (z. B. im Rahmen der Gaffenberg-Kinderfreizeiten oder des Formats „future BOXX“ am Theater Heilbronn)
21.	Für Kinder, Jugendliche und Eltern gibt es eine Übersicht relevanter Kulturangebote – verbunden mit einem monetären Anreizsystem.	„Kulturpass“ für Kinder und Jugendliche etablieren (ähnlich dem bereits bestehenden „Familienpass“), der Informationen über Kulturangebote bündelt und kostenlosen bzw. stark vergünstigten Eintritt ermöglicht.
22.	Angebote und Akteurinnen sowie Akteure im Bereich Kultureller Bildung sind hinreichend bekannt, so dass Kooperationen entstehen und das Handlungsfeld Kulturelle Bildung weiterentwickelt werden kann.	„Marktplatz Kulturelle Bildung“ durch das Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn organisieren, 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 zu Vertreterinnen und Vertretern von Elternvereinigungen knüpfen können.
23.		Ergänzend und bei Bedarf „Runder Tisch Kulturelle Bildung“ zum Austausch zwischen Kindertageseinrichtungen und Schulen einerseits sowie Kultureinrichtungen und -schaffenden andererseits durch Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn etablieren.
24.		Dauerhaft eine Plattform „Kulturelle Bildung in Heilbronn“ einrichten, auf der sich Akteurinnen und Akteure der Kulturellen Bildung vorstellen können, Ansprechpersonen von Kultureinrichtungen sowie Schulen und Kindertageseinrichtungen benannt werden und über eine digitale Kooperationsbörse die Suche nach Beteiligungsmöglichkeiten, Kulturangeboten und Mitstreitern für Projekte ermöglicht wird.
Stadtteilkulturarbeit		
25.	Angebote der Kultureinrichtungen aus der Kernstadt sind in den Stadtteilen besser bekannt und nach Möglichkeit auch dort erlebbar.	Prüfen, ob Begleitveranstaltungen zum Programm der Kultureinrichtungen der Kernstadt in den Stadtteilen durchführbar sind.
26.		Öffentliche Bücherschränke auch in den Stadtteilen aufstellen – mit Unterstützung der städtischen Ämter.
27.	Die Stadtteile erhalten bei der Organisation und Durchführung von Kulturveranstaltungen Beratung und Unterstützung.	Heilbronn Marketing GmbH, Betriebsamt und Kulturverwaltung entwickeln den bestehenden Leitfaden weiter, der den Verantwortlichen bei der Planung und Realisierung von Kulturveranstaltungen dann in den Stadtteilen als Orientierung dient.
28.		Heilbronn Marketing GmbH und Kulturverwaltung beraten und unterstützen kulturelle Initiativen und Vereine in den Stadtteilen.
29.		Rubrik „In den Stadtteilen“ im gedruckten Veranstaltungskalender der Heilbronn Marketing GmbH ergänzen sowie auf dem avisierten Kulturportal eine Funktion zum Filtern nach Stadtteilen einrichten.

30.	Es gestaltet sich aus Sicht der Besucherinnen und Besucher aus den Stadtteilen einfacher, Kulturangebote in der Kernstadt ohne PKW wahrzunehmen.	Modellprojekte im Rahmen der Erforschung neuer Mobilitätskonzepte an der Hochschule Heilbronn entwickeln (z. B. ÖPNV und „Bildungsradweg“ zwischen Bildungscampus und Campus Sontheim einrichten).
Junge Menschen und Studierende		
31.		Kulturelle Ausdrucksformen junger Heilbronnerinnen und Heilbronner als gleichwertig gegenüber tradierten Angeboten anerkennen und entsprechend in der Kulturkonzeption und den Kulturförderrichtlinien verankern.
32.	Politik, Verwaltung und Kultureinrichtungen pflegen eine offene Haltung gegenüber jungen Kulturschaffenden, Kreativen sowie Kulturbesucherinnen und -besuchern.	Gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppen neue Kulturangebote entwickeln bzw. Angebote in Kultureinrichtungen weiterentwickeln (z. B. zu den Themen Clubkultur, Rap, Computer- und Konsolenspiele oder Streetart).
33.		Verwaltungsbarrieren abbauen, indem Anlaufstellen und Ansprechpersonen für (bestehende) jugendkulturelle Initiativen und Projekte eingesetzt oder als solche besser sichtbar werden (für Studierende der Hochschule Heilbronn das Referat „Kultur und Sport“ des AStA, für Jugendliche das Popbüro Heilbronn-Franken und der Jugendgemeinderat); junge Menschen bei der Beantragung von Fördermitteln unterstützen.
34.	Junge Heilbronnerinnen und Heilbronner sind über das Kulturangebot informiert.	Eine Ausbildung von Jugendlichen zu „Kulturbotschaftern“ konzipieren und durchführen (Akademie für Innovative Bildung und Management Heilbronn-Franken in Zusammenarbeit mit der Kulturverwaltung).
35.	Es gibt in Heilbronn Orte und Räume, wo Jugendliche und Studierende kreativ sein können.	Bedarfe von jungen Menschen in der Konzeption für ein Soziokulturelles (De)Zentrum mitdenken.
36.		Räume für kulturelle Initiativen von Studierenden im zukünftigen Startup-Center der Hochschule Heilbronn und/ oder im Rahmen der Initiative „Masterplan Innenstadt“ zur Verfügung stellen.
Teilhabe von Menschen mit internationalen Wurzeln		
37.	Die Heilbronner Kulturakteurinnen und -akteure sind sensibilisiert für die Bedürfnisse von Menschen mit internationalen Wurzeln.	Kulturangebote gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern dieser Zielgruppen entwickeln (kein „Überstülpen“).
38.		Kulturinformationen (z. B. auf Kulturportal, welcome.heilbronn.de und auf den Seiten der Kultureinrichtungen) in verschiedenen Sprachen zur Verfügung stellen, übersetzt mit Unterstützung der Stabsstelle Partizipation und Integration, des Netzwerks der Kulturen und der Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Flüchtlingsarbeit Heilbronn.
39.	Vertreterinnen und Vertreter aus den Kultureinrichtungen und aus den verschiedenen Communities kennen sich und pflegen einen kooperativen Umgang miteinander.	Kulturverwaltung und Stabsstelle für Partizipation und Integration der Stadt Heilbronn arbeiten partnerschaftlich zusammen und klären Schnittstellen/ Zuständigkeit vor allem für folgenden Aufgaben: <ul style="list-style-type: none"> • Austausch und Dialog anstoßen • Netzwerk aufbauen und pflegen • Impulse für Kooperationen zwischen Kultureinrichtungen und Akteurinnen und Akteuren aus den Communities setzen • Good Practice-Beispiele sichtbar machen • Bei Anträgen und Genehmigungsverfahren unterstützen
40.		Zum Auftakt „Markt der Möglichkeiten“ mit den Angeboten der Kultureinrichtungen und den Kulturvereinen durch die Kulturverwaltung und die Stabsstelle für Partizipation und Integration organisieren, um Dialog ins Rollen zu bringen („Katalysator-Funktion“).
41.		Im weiteren Fortgang einen roulierenden „Tag der offenen Tür“ in den verschiedenen Communities installieren (Netzwerk der Kulturen Heilbronn e. V. und Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Flüchtlingsarbeit Heilbronn)
42.		Kulturportal auch für internationale Kulturvereine sowie Kultur- und Kreativschaffende öffnen.

Teilhabe von Menschen mit Behinderung		
43.		Barrierefreiheit und Inklusion in den Kriterien der städtischen Kulturförderrichtlinien aufnehmen und bei neuen Kulturangeboten und Kulturorten stärker berücksichtigen.
44.	Die Stadt Heilbronn befürwortet und unterstützt Kultur- und Kreativschaffende, die ihr Angebot für Menschen mit Behinderung verbessern möchten.	<p>Beratung und Begleitung von Kultur- und Kreativschaffenden durch die Inklusionsbeauftragte und durch die Wohlfahrtsverbände ermöglichen, um die folgenden Aufgaben zu erfüllen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Über Barrierefreiheit und teilhabefördernde Maßnahmen informieren und Checklisten zur Verfügung stellen, die bei der Planung von Veranstaltungen und Angeboten als Orientierung dienen • Kooperationen von Kultureinrichtungen anregen, um Ressourcen zu bündeln (z. B. Höranlagen-Sharing)
45.		Kultureinrichtungen prüfen ihren Status Quo hinsichtlich Barrierefreiheit und beheben nach Möglichkeit stufenweise die Defizite.
46.	Für Menschen mit Behinderung wird die Teilhabe am kulturellen Leben in Heilbronn vereinfacht.	Begleitpersonen für Menschen mit Behinderung werden zum Besuch von Kulturveranstaltungen vermittelt.
47.		Kultureinrichtungen und Kulturveranstalter stellen Auftrittsmöglichkeiten und Präsentationsflächen für Künstlerinnen und Künstler mit Behinderung zur Verfügung (z. B. Theater Heilbronn in Kooperation mit dem Deutschen Gehörlosen-theater).

**Handlungsfeld 4: An der Sichtbarkeit des Kulturangebots arbeiten –
durch ein gemeinsames digitales Kulturportal und kreative Kommunikation im Stadtraum**

Lfd. Nr.	Ziele	Maßnahmen
48.		<p>Digitales, barrierefreies Kulturportal mit folgenden Funktionen umsetzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungskalender, der alle Kulturangebote in der Stadt Heilbronn bündelt, • Schnellsuche für Angebote und Veranstaltungen (z. B. „aktuell“, „heute“) • umfangreiche Filterfunktionen (z. B. nach Sparte, Zielgruppe, Stadtteil, Barrierefreiheit etc.), • proaktive Vorschläge auf Basis der eingegebenen Suche („Auch Folgendes könnte Sie interessieren...“), • Informationen zu den Einrichtungen, Vereinen, Initiativen, Spielstätten und Veranstaltungsorten sowie zu den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und -partnern vor Ort, • einen persönlichen Login-Bereich für die Heilbronner Kultur- und Kreativschaffenden mit Möglichkeit zur Profilerstellung inklusive einer Such- und „Schwarzes Brett“-Funktion.
49.	Aktuelle Informationen über sämtliche Heilbronner Kulturangebote sind in gebündelter Form für Kulturinteressierte digital zugänglich.	<p>Weitere Anforderungen an das digitale Kulturportal berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eingängige Internetdomain festlegen und kommunizieren, • Kulturportal auch als App verfügbar, • bewusst und sparsam mit Text umgehen, • Informationen mehrsprachig und nach Möglichkeit in Leichter Sprache anbieten, • auf eine ansprechende, zeitgemäße Gestaltung Wert legen, die das neue städtische Corporate Design berücksichtigt und zugleich hervorkehrt, dass Kunst und Kultur im Mittelpunkt des Portals stehen, • sämtliche Inhalte vor Veröffentlichung prüfen, v. a. auf Aktualität und verfassungswidrige Inhalte, aber keine Wertung und Selektion im Sinne eines kuratorischen Verfahrens vornehmen, • sicherstellen, dass die Plattform befüllt ist und funktioniert, sobald sie tatsächlich online verfügbar ist, so dass keine Enttäuschungen auf Nutzerseite produziert werden, • Schnittstellen zu Social Media-Plattformen gewährleisten (Veranstaltungen, die auf der Plattform eingepflegt werden, sollten über Facebook und andere Kanäle anschließend geteilt und kommuniziert werden können).
50.		<p>Voraussetzungen für ein nachhaltiges Betreiben des digitalen Kulturportals schaffen:</p> <p>Zentrale städtische Stelle mit Zuständigkeit für die kontinuierliche Pflege, Wartung und Weiterentwicklung des Kulturportals installieren.</p>
51.	Die Stadt Heilbronn überrascht mit kreativen Kommunikationsmaßnahmen im öffentlichen Raum.	<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“ (Auskunft erfolgt durch Touristinformation) fungiert (Verknüpfung mit digitalem Kulturportal über einen Bildschirm; ggf. weitere Funktionen z. B. Büchertauschregal).</p> <p>„Kulturcontainer“ mit Informationen über Kulturangebote (auch digital) 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>Schaufenster (v. a. von Leerständen) als Werbefenster für Kultur nutzen (durch kreative Gestaltung und Anbringen von Veranstaltungsinformationen).</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>Digitale Kultursäulen: Klassisch runde Werbesäulen nicht plakätieren, sondern digital bespielen mit aktuellen Kulturangeboten und an regelmäßig frequentierten Plätzen (nicht entlang von Verkehrsstraßen, sondern für Fußgänger in verkehrsberuhigten Bereichen) aufstellen (Datenquelle: digitales Kulturportal).</p>
52.	Gastgewerbe und andere Unternehmen sind Partner in der Bewerbung von Kulturangeboten.	Kulturinformationen (aus dem Kulturportal) auf Bildschirmen, Tablets und Smartphones in Hotelzimmern anzeigen.
53.		Bildschirme in den Kantinen und in Aufenthaltsräumen von Heilbronner Unternehmen für Kulturinformationen (aus dem Kulturportal) nutzen bzw. Installation anregen.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Projektdokumente aus dem Kulturkonzeptionsprozess (Berichte, Protokolle, Untersuchungen)

Kulturgold GmbH (2017): Dokumentenanalyse. Kulturkonzeption Heilbronn. Online verfügbar unter: https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturkonzeption/Kulturkonzeption_Heilbronn_Dokumentenanalyse.pdf (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Kulturgold GmbH (2018a): Auswertung der Experteninterviews. Kulturkonzeption Heilbronn. Online verfügbar unter: https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturkonzeption/Kulturkonzeption_Heilbronn_Auswertung_Experteninterviews.pdf (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Kulturgold GmbH (2018b): Ergebnisprotokoll 1. Workshop. Kulturkonzeption Heilbronn. Online verfügbar unter: https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturkonzeption/Ergebnisprotokoll_Kulturkonzeption_Workshop1.pdf (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Kulturgold GmbH (2018c): Ergebnisprotokoll 2. Workshop. Kulturkonzeption Heilbronn. Online verfügbar unter: https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturkonzeption/Ergebnisprotokoll_Kulturkonzeption_Workshop_II.pdf (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Kulturgold GmbH (2018d): Ergebnisprotokoll 3. Workshop. Kulturkonzeption Heilbronn. Online verfügbar unter: https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/kultur_freizeit/kulturkonzeption/Ergebnisprotokoll_Kulturkonzeption_Workshop_III.pdf (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Fachliteratur und weitere Berichte sowie Gutachten

Allhoff, Joachim (2017): Heilbronn Barometer – Kulturabteilung Stadt Heilbronn. Nicht-veröffentlichte Präsentation.

Borwick, Doug (2012): Building communities, not audiences. The future of the arts in the United States, Winston-Salem, NC.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2018): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017. Online verfügbar unter: https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/PDF/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk-2017-langfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=5 (letzter Zugriff: 30.08.2018).

Dätsch, Christiane (Hg.) (2018): Kulturelle Übersetzer. Kunst und Kulturmanagement im transkulturellen Kontext, Bielefeld.

Deutscher Bundestag (2007): Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. Drucksache 16/7000. Online verfügbar unter <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf> (letzter Zugriff: 28.07.2018).

Deutscher Kulturrat (Hg.) (2018): Politik & Kultur. Zeitschrift des Deutschen Kulturrates. Schwerpunkt: „Freie Szene Kultur. Wie frei ist sie wirklich?“, Nr. 3/2018, S. 19-29.

Deutscher Städtetag (2015): Kulturpolitik als Stadtpolitik. Positionspapier des Deutschen Städtetags. Online verfügbar unter http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/veroeffentlichungen/mat/positionspapier_kulturpolitik_als_stadtpolitik_sept_2015.pdf (letzter Zugriff: 27.07.2018).

Deutscher Städtetag (2018): Eintreten für eine offene Gesellschaft – mit Kultur und Kulturpolitik Demokratie stärken. Positionspapier des Deutschen Städtetags. Online verfügbar unter http://www.staedtetag.de/imperia/md/content/dst/2018/positionspapier_kulturpolitik_eintreten_in_eine_offene_gesellschaft.pdf (letzter Zugriff: 17.08.2018).

Föhl, Patrick S. (2015): Equity. Ein Impulsbeitrag zur (post) Audience Development-Debatte in Zeiten zunehmender Transformationserfordernisse im Kulturbereich. In: KM-Magazin, Nr. 101/2015. Online verfügbar unter <https://www.kulturmanagement.net/frontend/media/Magazin/km1505.pdf> (letzter Zugriff: 28.07.2018).

Föhl, Patrick S. (2017): Kulturentwicklungsplanung. In: Klein, Armin (Hg.): Kompendium Kulturmanagement. Handbuch für Studium und Praxis, 4. Aufl., München, S. 157-179.

Föhl, Patrick S. / Alexandra Künzel (2014): Kulturbeiräte als Instrument konzeptbasierter und beteiligungsorientierter Kulturpolitik. Formen, Potenziale und Herausforderungen. In: Loock, Friedrich / Oliver Scheytt (Hg.): Handbuch Kulturmanagement und Kulturpolitik, Berlin u. a. O. 2006ff., Kap. B 1.12.

Fritz-Kador, Brigitte (2017a): „Setzen! Drei Minus!“ In: HANIX, Nr. 52, Dezember/Januar 2018, S. 50-52.

Fritz-Kador, Brigitte (2017b): „Komm ins Offene, Freund!“ In: HANIX, Nr. 52, Dezember/Januar 2018, S. 60-65.

Glogner-Pilz, Patrick (2011): Das Spannungsfeld von Angebot, Nachfrage und generationsspezifischen kulturellen Einstellungen: offene Fragen für eine nachhaltige Kulturpolitik. In: Patrick S. Föhl / Patrick Glogner-Pilz / Markus Lutz / Yvonne Pröbstle (Hg.): Nachhaltige Entwicklung in Kulturmanagement und Kulturpolitik. Ausgewählte Grundlagen und strategische Perspektiven, Wiesbaden, S. 97-118.

Glogner-Pilz, Patrick / Patrick S. Föhl (Hg.) (2016): Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde, Wiesbaden.

Goldbard, Arlene (2006): New Creative Community – The Art of Cultural Development, Oakland.

Hennefeld, Vera (2015): Evaluation der Kulturförderung. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2014. Thema: Neue Kulturförderung, Essen, S. 331-336.

Hoffmann, Hilmar (1979): Kultur für alle. Perspektiven und Modelle, Frankfurt am Main.

Kirmeier, Josef / Rainer Wenrich (Hg.) (2016): Kommunikation, Interaktion und Partizipation: Kunst- und Kulturvermittlung im Museum am Beginn des 21. Jahrhunderts, München.

Kulturmanagement Network (Hg.) (2016): KM-Magazin Nr. 116/2016. „Diversity“. Online verfügbar unter <https://www.kulturmanagement.net/dlf/2a99c0983bc64b6a867e440a22c461ce,1.pdf> (letzter Zugriff: 28.07.2018).

Kulturmanagement Network (Hg.) (2017): KM-Magazin Nr. 123/2017. „Stadt, Kultur, Entwicklung“. Online verfügbar unter <https://www.kulturmanagement.net/dlf/31b5c5baabe96485d959ac88f114c0bc4,1.pdf> (letzter Zugriff: 27.07.2018).

Kulturpolitische Gesellschaft e. V. (Hg.) (2018): Kulturpolitische Mitteilungen Nr. 160. „Digitalisierung und Kulturpolitik“, Bonn.

Mandel, Birgit (Hg.) (2013): Interkulturelles Audience Development. Zukunftsstrategien für öffentlich geförderte Kultureinrichtungen, Bielefeld.

Mandel, Birgit (Hg.) (2016): Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens, Bielefeld.

Piontek, Anja (2017): Museum und Partizipation: Theorie und Praxis kooperativer Ausstellungsprojekte und Beteiligungsangebote, Bielefeld.

Popbüro Heilbronn-Franken (2018): Präsentation Soziokulturelles (De)Zentrum in Heilbronn. Nicht-veröffentlichtes Konzept.

Renz, Thomas (2016): Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld.

Schneider, Wolfgang / Anna Eitzerth (Hg.) (2017): Partizipation als Programm, Wege ins Theater für Kinder und Jugendliche, Bielefeld.

Schrenk, Christhard / Hubert Weckbach / Susanne Schlösser (Hg.) (1998): Von Helbrunna nach Heilbronn. Eine Stadtgeschichte. Online verfügbar unter: <https://stadttarchiv.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtarchiv/online-publikationen/28-gr36-helbrunna-heilbronn.pdf> (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Seibel, Walter (2015): Die Kultur der Stadt, Berlin.

Sievers, Norbert / Blumenreich, Ulrike / Föhl, Patrick S. (Hg.) (2013): Jahrbuch für Kulturpolitik 2013. Thema: Kulturpolitik und Planung, Essen.

Sievers, Norbert / Patrick S. Föhl (2015): Neue Kulturpolitik und neue Kulturförderung. Anmerkungen zu einem unabhängigen Prozess. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik. Thema: Neue Kulturförderung, Essen, S. 17-35.

Söndermann, Michael (2017): Innovation in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ein Überblick zu ausgewählten Forschungstrends und Perspektiven. Online verfügbar unter: https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2017/dossier-innovationen-kuk.pdf?__blob=publicationFile&v=4 (letzter Zugriff: 30.08.2018).

Stadt Heilbronn (Hg.) (2012): Heilbronner Kulturkompass. Kultur entdecken..., Heilbronn.

Stadt Heilbronn (Hg.) (2017): Stadtkonzeption Heilbronn 2030. Heute schon am morgen denken. Online verfügbar unter: https://www.heilbronn.de/fileadmin/daten/stadtheilbronn/formulare/buerger_rathaus/buergerbeteiligung/Stadtkonzeption_Heilbronn_2030.pdf (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Städtetag Baden-Württemberg (2014): Kultur und Stadt – die zukünftige Kulturpolitik der Kommunen Baden-Württembergs. Online verfügbar unter: www.staedtetag-bw.de/media/custom/2295_6391_1.PDF?1396956174 (letzter Zugriff: 27.07.2018).

Städtetag Baden-Württemberg (2018): Digitalisierung – Herausforderung und Chancen für die Kultureinrichtungen und Kulturverwaltungen. Forderungen an das Land Baden-Württemberg und Empfehlungen für Kommunen, Rundschreiben R 29961/2018 Az.: 300.0 / 05.07.2018.

Stalder, Felix (2017): Kultur der Digitalität, 3. Aufl., Berlin.

Welzin, Leonore (2018): Kultur als Katalysator für Lebensqualität – oder wieder nur Mainstream und Blasmusik? In: HANIX, Nr. 52, Dezember/Januar 2018, S. 66-68.

Wolfram, Gernot (2017): Abschied von der Interkultur: Warum die Kulturszenen sich stärker transkulturell ausrichten sollten. Online verfügbar unter http://www.kultur-oeffnet-welten.de/positionen/position_5888.html (letzter Zugriff: 28.07.2018).

Wolfram, Gernot (2018): Kulturelle Diversität: Warum Schlagworte nicht weiterhelfen. Online verfügbar unter https://www.kultur-oeffnet-welten.de/positionen/position_7552.html (letzter Zugriff: 02.09.2018).

Ziese, Maren / Caroline Gritschke (Hg.) (2016): Geflüchtete und Kulturelle Bildung. Formate und Konzepte für ein neues Praxisfeld, Bielefeld.

IMPRESSUM

Herausgeber und Projektleitung

Stadt Heilbronn
Dezernat III und Schul-, Kultur- und Sportamt
Marktplatz 11
74072 Heilbronn
www.heilbronn.de

Verantwortlich

Bürgermeisterin Agnes Christner,
Amtsleiterin Karin Schüttler und
Abteilungsleiterin Kultur Charlotte Mischler

Mit Unterstützung durch die Agentur

Kulturgold GmbH
Rotebühlstr. 66 | 70178 Stuttgart
Tel. 0711/72256225
info@agentur-kulturgold.de
www.agentur-kulturgold.de

Autorin

Dr. Yvonne Pröbstle

Mitwirkende

Johannes M. Gerlitz M.A.
Marco Di Giacomo M.A.
Sabrina Guschlbauer B.A.
Ellen Heidelberger M.A.
Céline Kruska M.A.
Dr. Petra Schneidewind

Fotos

Titelbild: Theater Heilbronn,
Szenenfoto aus "Ein Volksfeind",
©Thomas Braun

S. 3 Stadt Heilbronn

S. 4 Theater Heilbronn,
Szenenfoto aus "Unterwerfung",
©Thomas Braun

S. 6 Kunstververein Heilbronn

S. 10 Württembergisches
Kammerorchester Heilbronn,
Sonja Werner & Adrian Borda

S. 15, 16, 20, 27, 29, 30 und
32 Stadt Heilbronn

S. 34 Zigarre Kunst- und
KulturWerkHaus e. V.

S. 37 Stadt Heilbronn

S. 38 Stadt Heilbronn

S. 39 Zigarre Kunst- und
KulturWerkHaus e. V.

S. 40 Popbüro Heilbronn-Franken

S. 44 Kultureller Zwischenraum
S. 47 Stadt Heilbronn

S. 49 Zigarre Kunst- und
KulturWerkHaus e. V.

S. 50 Stadtbibliothek Heilbronn

S. 54 HMG, freiraum photos/Ulla Kühnle

S. 59 Zigarre Kunst- und
KulturWerkHaus e. V.

S. 61 Theater Heilbronn

©Fotostudio M42

S. 62 experimenta gGmbH

Produktion

Hammer und Rall Media GmbH

Auflage

02|2019 (300)

