



11. Westfälische Kulturkonferenz 2022

9. November 2022, Kulturgut Haus Nottbeck in Oelde und digital

Protokoll der Foren

Januar 2023

Während der Konferenz wurden Themen, die in den Handlungsfeldern des LWL-Konzepts zur Stärkung und Sicherung des bürgerschaftlichen Engagements in der Kultur in Westfalen-Lippe definiert sind, in acht Foren diskutiert. Die Foren fanden jeweils zweimal statt, um allen Teilnehmenden die Möglichkeit zu geben, sich über zwei Themen auszutauschen. Die Ergebnisse und Impulse werden im Folgenden detailliert dargestellt. Die Ergebnisse werden selbstverständlich in unsere Arbeit und in die Umsetzung des Konzepts einfließen.

Forum 1: Forum für kulturpolitische Entscheider:innen

Im ersten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz wurde darüber gesprochen, welche Rahmen- und Kontextbedingungen zur Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements in der Kultur berücksichtigt werden müssen. Dabei wurden neben Chancen auch Herausforderungen diskutiert und reflektiert, wie man diesen begegnen kann. Das Forum richtete sich besonders an die Mitglieder von Stadt- und Gemeinderäten und Kreistagen und an andere kulturpolitische Entscheider:innen.

Klar ist, dass eine rein finanzielle Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements nicht ausreichend ist. Viele Kulturverwaltungen bieten dementsprechend bereits umfangreiche Un-

terstützung, beispielsweise bei der Fördermittelrecherche und Antragsstellung sowie der Planung und Umsetzung von Projekten an. Dies geschieht durch persönliche Beratung und immer häufiger durch aufsuchende Arbeit.

Der persönliche Kontakt und die Sichtbarkeit von Kulturverwaltungen in der Kulturszene werden dabei als besonders wichtig empfunden. Ziel muss es sein, eine Willkommenskultur in der Verwaltung zu schaffen, Hürden für einen Kontakt abzubauen, Ansprechpersonen persönlich bekannt zu machen, den direkten Kontakt in die Kulturszene und eine zentrale Anlaufstelle für Engagierte zu schaffen. Nicht jedes Modell funktioniert dabei gleichermaßen für jede Gemeinde und die individuellen Strukturen müssen von der Verwaltung mitgedacht werden. In der Praxis zeigt sich aber, dass relativ einfache Maßnahmen wie eine Anlaufstelle in der Innenstadt und angepasste Öffnungszeiten in den Abendstunden positiven Einfluss haben.

Um eine gute Unterstützungsstruktur aufzubauen, braucht es Transparenz und Sichtbarkeit der ehrenamtlich tätigen Kulturschaffenden und - anbietenden sowie eine Übersicht über in der Region tätige Kultur(förder)vereine, deren Angebote und Bedarfe. Diese Sichtbarkeit braucht es für eine möglichst passgenaue Unterstützung, aber auch um eigene Angebote ergänzend und nicht in Konkurrenz zu denen der Engagierten zu entwickeln.

Innerhalb der Verwaltungen ist die interne Kommunikation der Ressorts ebenfalls von großer Bedeutung. Unterschiedliche Ebenen und Stellen haben Zugang zu unterschiedlichen Informationen und verschiedene Möglichkeiten etwas zu erreichen. Der Wissenstransfer an entsprechende Stellen ist wichtig. Die Verwaltung muss zudem als Schnittstelle und Vermittlerin in die Politik dienen.

Im Forum wurde der Kontakt zwischen der Kulturszene und kulturpolitischen Entscheider:innen als besonders wichtig hervorgehoben. Politiker:innen müssen wissen, was in der Szene passiert und was gebraucht wird, müssen also Veranstaltungen besuchen und das Angebot kennenlernen. Es muss nicht nur Wissen darüber geschaffen werden, was für Angebote es gibt, sondern auch welche Defizite ohne diese in der Gesellschaft entstehen würden. Die Pandemie hat zwar den Wert der Kultur für die Gesellschaft und die Lebenswelten von Kulturakteur:innen für die Politik sichtbarer gemacht. Trotzdem ist das Bewusstsein für den Wert von ehrenamtlichem Kulturengagement im Gegensatz zu dem Engagement anderer Sparten noch nicht ausreichend vorhanden. Kulturverwaltungen kommt auch hier eine vermittelnde Rolle

zu, indem sie die Politik über Entwicklungen und Bedarfe informiert, beispielsweise durch die Vermittlung von Kontakten oder die Erstellung von Kulturberichten. Wenn die Politik sich für die Kultur einsetzen soll, muss die Verwaltung fortwährend erklären, worum es geht und was die aktuellen Entwicklungen sind.

Eine Veränderung in der Kulturpolitik ist bereits zu beobachten: Das Augenmerk lag lange besonders auf den institutionellen Kultureinrichtungen. Inzwischen wird auch der Wert von bürgerschaftlich getragenen Einrichtungen wahrgenommen.

Allerdings ist eine weitere Öffnung der Kulturpolitik nötig. Kulturschaffende müssen die Möglichkeit bekommen, in eigener Sache aufzutreten, zu informieren und mitzuentcheiden. Die Arbeit und die Strukturen der Politik kann für Bürger:innen unübersichtlich, undurchsichtig und frustrierend sein. Strukturen müssen wo möglich aufgebrochen, Hürden abgebaut und Gremien geöffnet und diverser gestaltet werden. Dabei muss auch die Verwaltung die eigene Arbeit immer wieder kritisch hinterfragen und – um diesen Prozess erfolgreich zu unterstützen – auch hier als Schnittstelle wahrgenommen werden.

Um eine möglichst individuelle Unterstützung ehrenamtlicher Kulturschaffender zu erreichen und gleichzeitig nachhaltige Strukturen schaffen zu können, in welchen deren Bedürfnisse politisch noch besser Gehör finden, bedarf es vor allem Ressourcen für entsprechende Personalstellen in den Kulturverwaltungen, die einen engen Kontakt sowohl in die Kulturszene als auch zur Politik pflegen können.

Klar ist, Ehrenamt und Hauptamt brauchen sich gegenseitig und können voneinander profitieren. Persönliche und starke Netzwerk und Verständnis für die gegenseitige Lebenswelt und Arbeitsrealität ist für beide von großer Bedeutung.

Mitwirkende:

Lena Jeckel, Leiterin des Fachdienstes Kultur der Stadt Gütersloh

Monika Simshäuser, Mitglied im Rat der Stadt Hamm und erste Bürgermeisterin der Stadt Hamm

Ulrike Beckmann, Fachdienstleiterin Schulen, Sport und Kultur des Kreises Olpe

Klarissa Hoffmann, Fachdienstleiterin Schulen, Sport und Kultur der Kreisstadt Olpe

Nadine Haßlöwer, Geschäftsführerin des ISIs Institut für soziale Innovation, Düsseldorf

Forum 2: Wer braucht was? Unterstützung für Kultur- und Ehrenamtsmanager:innen

Ehrenamts- und Kulturmanager:innen, die in Kommunen und Einrichtungen die bürgerschaftlich Engagierten unterstützen, haben meist sehr begrenzte Ressourcen. Dies gilt speziell für den Kulturbereich in kleineren Städten, Gemeinden und Kreisen. Im zweiten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz wurden Wünsche von hauptamtlich Tätigen präsentiert, diskutiert und mögliche Angebote erarbeitet. Anhand von Best-Practice-Beispielen wurde dargestellt, wie Kulturmanager:innen möglichst effektiv unterstützen können und welche Bedürfnisse und Wünsche die Hauptamtlichen für ihre Arbeit haben.

Ehrenamts- und Kulturmanager:innen leisten in Kommunen individuelle und direkte Arbeit, oft aufsuchend und durch persönliche Ansprache. Vor allem hier liegt der Mehrwert für ehrenamtlich Tätige, die so direkt von der Expertise profitieren können. Kulturmanager:innen betreuen und beraten in den Gemeinden eine unglaubliche Vielfalt von Kulturangeboten und -vereinen zu einer Fülle von Themen. Hierzu gehören unter anderem die Fördermittelrecherche, Antragsstellung, Ausstellungskonzeption und Projekt- und Veranstaltungsplanung. Um möglichst passgenau unterstützen zu können, benötigen die Manager:innen selbst umfangreiches Wissen zu verschiedenen, sich stetig verändernden Themengebieten.

Die Personalstellen von Kulturmanager:innen sind häufig projektgebunden und damit befristet. Strukturen und Kontakte werden mühsam und zeitintensiv aufgebaut und gepflegt. Die Arbeit mit Engagierten benötigt jedoch eine stabile Vertrauensbasis und Kulturförderung kann nicht als zeitlich begrenztes Projekt angesehen werden. Der Erhalt aufgebauter Strukturen und dafür die Verstetigung der Stellen ist für die Kulturarbeit von fundamentaler Bedeutung, zumal diesen ein häufiger personeller Wechsel im Ehrenamt gegenübersteht. Hinzu kommt der – durch die oft unrealistischen Zeitrahmen befristeter Modellprojekte – individuelle Druck und zeitliche Überforderung Hauptamtlicher. Eine Priorisierung oder Eingrenzung eines so großen Aufgabenfeldes erweist sich meist als schwierig. Allerdings können entsprechende Projektstellen ein Anfang sein. So kann etwas Vorzeigbares geschaffen werden und der Politik Informationen und Daten zur Notwendigkeit einer dauerhaften Stelle präsentiert werden. Seitens der Politik ist eine Verstetigung letztlich auch eine Anerkennung des Stellenwerts dieses Kulturengagements in den Kommunen.

In diesem Zusammenhang müssen auch die Strukturen innerhalb der Verwaltung thematisiert werden. Wenn Stellen von Ehrenamts- oder Kulturmanager:innen vorhanden sind, haben diese oft eine geringe Stundenanzahl für den Aufgabenbereich und sind häufig auch für andere Arbeitsbereiche zuständig. Nicht alle Kommunen verfügen über entsprechende Stellen und oft sind die Aufgaben verschiedenen Abteilungen zugeordnet.

Für die Hauptamtlichen sind die Verwaltungsstrukturen oft mit langen Kommunikationswegen und umständlichen Abstimmungsprozessen verbunden und daher problematisch.

Für Engagierte bedeutet dies unterschiedliche Ansprechpartner:innen für verschiedene Anliegen, was überfordert und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit erschwert. In Kommunen und Gemeinden, in denen es noch keine spezifische Stelle für eine Ansprechperson für das Kulturrengagement gibt, muss diese geschaffen und verstetigt werden.

Die Vernetzung und der Austausch zwischen Kulturmanager:innen der Städte und Gemeinden sind ausbaufähig. Zwar ist teils ein intensiver regionaler Austausch vorhanden; nur ist oft nicht bekannt, welche anderen Kommunen in der Region über entsprechende ähnlich Stellen verfügen und was diese Personen im Bereich Kulturrengagement überhaupt machen. Eine Recherche dazu wird durch die oft unterschiedlichen Bezeichnungen und Aufgabenfelder erschwert, wodurch es selbst für Hauptamtliche schwierig ist, schnell ihre Pendant:innen in anderen Kommunen zu finden. Transparenz darüber, welche Stellen wo existieren und was sie konkret tun sowie ein regelmäßiger Austausch unter den Hauptamtlichen, ist entsprechend wichtig.

Neben Formaten wie Austausch- und Vernetzungstreffen (ggf. auch regional und/ oder ressourcenschonend kombiniert mit einem Qualifizierungsangebot) wurde die Möglichkeit einer Plattform zum Wissenstransfer angesprochen, über die ein kurzfristiger Austausch – beispielsweise zu Fördermitteln – stattfinden kann und Informationen gebündelt und aufbereitet zur Verfügung gestellt werden. Der Aufbau eines Netzwerks für Kulturmanager:innen muss professionell betreut und die Arbeit – beispielsweise wie bereits erwähnt durch Wissenstransfer und passgenaue Qualifizierungsangebote – positiv unterstützt werden. Um Doppelstrukturen zu vermeiden, gilt es, zunächst zu ermitteln welche (auch lokalen) Netzwerke es bereits gibt und ob die Integration dieser möglich ist.

Zudem ist eine bessere Verzahnung mit bereits bestehenden überregionalen Netzwerken, in welchen das Kulturregagement und Kulturmanager:innen noch nicht ausreichend eingebunden sind, wünschenswert. Von bereits bestehenden Netzwerken wie dem Kommunennetzwerk „Engagiert in NRW“ kann im Aufbau und der tatsächlichen Arbeit gelernt werden. Mit Blick auf Ehrenamtliche wäre eine durchgehende Organisationsstruktur – wie beispielsweise im Sport – hilfreich.

Während Kulturmanager:innen zwar umfassende Expertise mitbringen, haben sie angesichts der Breite des Aufgabenfeldes in ihrem Wissen selbstverständlich Lücken. Hinzu kommt, dass es regelmäßig Veränderungen in den für sie relevanten Bereichen gibt, über welche sie sich regelmäßig neu informieren müssen. Während für Engagierte Qualifizierungsangebote angeboten werden, gibt es für Hauptamtliche nur sehr wenig Angebote. Qualifizierungsangebote zu Themen wie Vereinsrecht, Fördertöpfen, Veranstaltungs- und Projektmanagement und Kundenbetreuungsmanagement für hauptamtlich Tätige sind notwendig. Allerdings kann eine Teilnahme aufgrund mangelnder zeitlicher Ressourcen problematisch sein. Eine Verknüpfung von passgenau auf die Bedürfnisse zugeschnittenen, halbtätigen Veranstaltungen und regionalen Vernetzungsangeboten kann ein Lösungsansatz sein. Auch weitere Informationsressourcen wie Handreichungen, Podcasts und Newsletter, die der eigenen Information dienen und bei Bedarf an Ehrenamtliche weitergegeben werden, können unterstützen.

Bei Kulturmanager:innen sind zeitliche und meist auch finanzielle Ressourcen knapp. Das muss bei allen Maßnahmen mitgedacht und in der Umsetzung berücksichtigt werden. Eine bessere Vernetzung, ein strukturierter Wissenstransfer, eine bessere Sichtbarkeit und Transparenz gegenüber dem Ehrenamt in der eigenen Gemeinde, übersichtlichere Strukturen in der Verwaltung und die Qualifizierung von Hauptamtlichen können zum schonenderen und effizienteren Umgang mit Ressourcen beitragen. Auch eine bessere Vernetzung und Transparenz der ehrenamtlichen Kulturszene vor Ort sowie eine klare Kommunikation der erbringbaren Leistungen gegenüber dieser ist nötig.

Mitwirkende:

Stefanie Keil, Koordinatorin des Projekts „Handwerk trifft Kultur“ der Kreise Herford und Minden-Lübbecke, Herford

Anna Sievers, Koordinatorin des Projekts „Handwerk trifft Kultur“ der Kreise Herford und Minden-Lübbecke, Minden

Klaus Depenbrock, Berater für Kulturvereine und Ehrenamt im Kultur.Labors des Hochsauerlandkreises, Meschede

Sarah Lieneke, Fachkraft für Museumsberatung im Kultur.Labor des Hochsauerlandkreises, Arnsberg

Franziska Mahlmann, Kulturbeauftragte der Gemeinde Altenberge

Siegmar Schridde, Sprecher des Kommunen-Netzwerks „Engagiert in NRW“ und Leiter der Fachstelle Bürgerengagement der Stadt Rheine

Uta Atzpodien, freie Dramaturgin, Kuratorin und Autorin, Wuppertal

Forum 3: Interkulturelle Öffnung von Kultureinrichtungen und Vereinen

Im dritten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz wurde die interkulturelle Öffnung von Kultureinrichtungen und Vereinen thematisiert. Es wurden die Fragen gestellt, was es für gelebte Interkultur braucht, wie sich Kulturvereine und -einrichtungen erfolgreich öffnen und Kommunen entsprechende Prozesse unterstützen können. Außerdem wurde besprochen, welche Hürden es gibt und wie diesen begegnet werden kann. Um sich zu diesem sensiblen Prozess auszutauschen, wurden verschiedene Perspektiven in diesem Forum vereint.

Am Praxisbeispiel der Stadt Lünen wurde aufgezeigt, wie Kommunen interkulturelle Öffnungsprozesse unterstützen können. Als Basis dieser Unterstützung ist zunächst ein detaillierter Überblick über vor Ort tätige Akteur:innen und deren Veranstaltungen, Aktionen und Projekte nötig. Dann muss analysiert werden, welche Schnittmengen und Möglichkeiten der Zusammenarbeit bestehen. So können Menschen direkt erreicht und Begegnungsräume geschaffen werden, woraus Diversität und Multikulturalität thematisierende Veranstaltungen und Projekte entstehen können.

In diesem Unterstützungsprozess müssen laufend gesellschaftliche Bedürfnisse einbezogen und Unterstützungsmöglichkeiten eruiert werden. Bei der Ansprache migrantisch gelesener Communities bedarf es direkter Kontakte und einer persönlichen Ansprache. Vorhandene Strukturen und Netzwerke müssen eingebunden und die Möglichkeit der aktiven Beteiligung gegeben werden, wobei Schlüsselpersonen als Multiplikator:innen wertvoll sind.

Natürlich ist es auch mit Blick auf migrantische Zielgruppen wichtig, gute Rahmenbedingungen zu schaffen und finanzielle und organisatorische Unterstützungsarbeit zu leisten. Denn erst wenn eine Willkommensstruktur etabliert ist, kann daraus die so oft geforderte Willkommenskultur entstehen. Dafür braucht es eine konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit und Verlässlichkeit zwischen Haupt- und Ehrenamt, eine direkte und persönliche Ansprache und aktive Einbindung von Menschen mit Migrationshintergrund, starke Netzwerke und eine Integration migrantisch geprägter Netzwerke, Wertschätzung und natürlich Geduld. Außerdem müssen Qualifizierungen die Situationen und Lebensrealitäten migrantischer Communities in Angeboten einbeziehen.

Zur Umsetzung bedarf es einer engen Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Fachbereichen der Verwaltung. Kulturbüros, Integrationsbeauftragte, Ausländerämter, Bildungsabteilungen, Gleichstellungsbeauftragte und weitere Akteur:innen müssen sich dazu regelmäßig austauschen und intensiv zusammenarbeiten, um Maßnahmen umzusetzen und die Zielgruppen erreichen zu können. Um migrantische Perspektiven seitens der Verwaltung besser einbeziehen zu können, bedarf es selbstverständlich auch einer Diversifizierung der Verwaltungen.

Es muss beachtet werden, dass die Sichtbarkeit des bürgerschaftlichen Engagements der verschiedenen Gruppen sehr unterschiedlich ist. Besonders in muslimischen Communities findet eine Vielfalt an Engagement und Unterstützung statt, diese wird allerdings oft nicht aktiv in die Öffentlichkeit getragen oder nicht als Engagement wahrgenommen. Hier können Kommunen bei der Öffentlichkeit unterstützen und als Schnittstelle dienen.

Am Beispiel der Schuhfabrik e. V. wurde die interkulturelle Öffnung und Arbeit eines Sozio-kulturellen Zentrums dargestellt. Aktuell als so genannter dritter Ort vom Land NRW besonders gefördert, soll die Schuhfabrik ein Begegnungsort für alle Menschen sein. Der Schwerpunkt Interkultur entwickelte sich bereits in den 90er-Jahren, seither ist auch die Flüchtlingsberatung fester Bestandteil des Angebots des Hauses und arbeitet eng mit anderen in diesem Bereich aktiven Akteur:innen zusammen. So wird ein positiver Erstkontakt ermöglicht, welcher die Basis für eine langfristige Bindung an den Ort sein kann. Im Rahmen der Unterstützung Geflüchteter wird auch die Möglichkeit gegeben mitzugestalten und Angebote selbst zu initiieren und zu entwickeln. Kompetenzen von Menschen mit Einwanderungs- und

Fluchtgeschichte werden sichtbar gemacht und Projekte gemeinsam entwickelt. Interkultur wird im Haus präsentiert und gelebt. Bedürfnisse werden zudem durch die Arbeit direkt sichtbar, wodurch passende Angebote wie Begegnungscafés und Treffpunkte geschaffen wurden. Außerdem wird die kulturelle Eigentätigkeit gefördert und der Umsetzung von verschiedenen Veranstaltungen und Projekten Raum gegeben.

Intern wird Interkultur im Rahmen der dazu definierten Prinzipien der Schuhfabrik gefördert. In diesem Prozess werden alle im Haus tätigen Akteur:innen beteiligt, die Perspektivenvielfalt als Mehrwert im Haus eingebunden und ihre interkulturellen Kompetenzen gefördert. Außerdem wird laufend daran gearbeitet, eigene Privilegien zu erkennen und Machtverhältnisse zu hinterfragen. Auch Machtverhältnisse zwischen den Gruppen müssen einbezogen und darauf geachtet werden, dass einzelne Gruppen nicht zu dominant werden und Ressourcen gerecht genutzt werden können.

Ehrenamtliche werden im Haus aktiv einbezogen, ihnen wird große Wertschätzung entgegengebracht und Werte, die sie einbringen, werden als Bereicherung angenommen. Da das Zentrum ein Begegnungsraum für alle ist, wird eine breite Netzwerkarbeit betrieben und migrantisch gelesene Communities werden unterstützt. Wichtig ist es in der Arbeit, immer gemeinsam mit Menschen und nicht für oder über sie zu arbeiten. Zudem müssen ehrenamtliche Strukturen eingebunden und in ihrer Expertise wertgeschätzt werden.

Auch das LWL-Industriemuseum Henrichshütte Hattingen hat einen Öffnungsprozess angestoßen. Je nach Sparte und Kenntnisstand einer Einrichtung kann sich ein solcher Prozess sehr unterschiedlich gestalten. Die interne Kommunikation und Einbeziehung aller Mitarbeiter:innen sollten am Anfang eines solchen Prozesses stehen. Im Fall der Henrichshütte geschieht dies durch die Platzierung des Themas in Mitarbeiter:innenbesprechungen und der Einrichtung der Arbeitsgruppe Diversität, in welcher Vertreter:innen verschiedener Arbeitsbereiche eigene Projekte zu dem Thema erarbeiten. Um intern nachhaltig für das Thema zu sensibilisieren, ist vor allem eine regelmäßige Konfrontation mit diesem wichtig. In der externen Kommunikation wurde zunächst der Kontakt zur Stadtgesellschaft gesucht und es wurden Gespräche geführt. Einbezogen wurden hier unter anderem Migrant:innenselbstorganisationen, Mitarbeitende der Stadt, Integration und Jugendförderung und Vereine, die in dem Bereich

aktiv sind. So konnte ein Überblick über den Aufbau der Stadtgesellschaft und die Wahrnehmung des Museums in der Öffentlichkeit gewonnen werden. Ein regelmäßiges Nachbarschaftsessen soll weiterhin stattfinden.

Ohne die Einbindung des bürgerschaftlichen Engagements und Partnerschaften in die Zivilgesellschaft ist ein solcher Prozess nicht umsetzbar. Institutionelle Kultureinrichtungen sind im Vergleich zur Gesellschaft oft relativ homogen aufgestellt und eine interne Diversifizierung braucht Zeit. Am Beispiel der Henrichshütte hat sich gezeigt, dass die Einbindung der Perspektivenvielfalt der Zivilgesellschaft für den Prozess notwendig und wertvoll ist. Institutionelle Kulturinstitutionen sind an dieser Stelle auf die Zusammenarbeit beispielsweise mit Migrant:innenselbstorganisationen angewiesen. Bei solchen Kooperationen muss struktursensibel gearbeitet und die eigene Machtposition reflektiert werden, welche sich oft schon aus der finanziellen Ausstattung ergibt. Dieses Machtgefälle muss in der Zusammenarbeit ausgeglichen werden, damit Begegnungen auf Augenhöhe stattfinden können. Andere Perspektiven einzubinden bedeutet, andere Standards und Ideen zuzulassen und dabei nicht eigene Vorstellungen von Ästhetik überzustülpen. Kooperationen sollen langfristig angelegt sein und eine öffentliche Wertschätzung dieser angestrebt werden. Expertise muss anerkannt und finanziell honoriert werden. Zudem muss die eigene und die Rolle der Kooperationspartner:innen klar sein. Letztere übernehmen keinen Bildungsauftrag, eine eigene intensive Vorbereitung und Auseinandersetzung mit dem Thema Interkulturalität ist notwendig. Zu einer Zusammenarbeit auf Augenhöhe gehört auch, andere Organisationen aufzusuchen und nicht die eigene Kulturinstitution ins Zentrum zu stellen.

Letztlich dürfen Kulturinstitutionen nicht aus der Pflicht genommen werden, aktiv an einer Öffnung zu arbeiten. Es ist ihre Aufgabe, alle Menschen der Gesellschaft anzusprechen und als Zielgruppe wahrzunehmen. Die Vielfalt der Gesellschaft muss dargestellt und einbezogen werden.

Mitwirkende:

Dr. Aysun Aydemir, Integrationsbeauftragte der Stadt Lünen

Anja Junghans, Agentin für Diversität im LWL-Industriemuseum Henrichshütte Hattingen

Steffi Klagge, Regionale Flüchtlingsberaterin im Bürgerzentrum Schuhfabrik e. V., Ahlen

Rocio Siekaup, Vorständin im Bürgerzentrum Schuhfabrik e. V., Ahlen

Katrin Gildemeister, Referentin des Runden Tisches Diversität beim Kulturrat NRW und freie Moderatorin, Köln

Forum 4: Qualifizierung digital – Chancen, Herausforderungen, Visionen

Digitale Qualifizierungsangebote haben in den letzten Jahren stark zugenommen und die Angebotslandschaft wesentlich verändert. Die daraus entstehenden Chancen und Herausforderungen wurden im vierten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz besprochen. Außerdem wurde die Entwicklung digitaler Angebote und besonders Barrierefreiheit und inklusive Gestaltung thematisiert. Ein Blick wurde auch in die Zukunft geworfen und gefragt, wie sich digitale Angebote weiterentwickeln und welche Chancen darin liegen.

Corona war ein Beschleuniger des digitalen Wandels. Die Digitalisierung und Digitalität sind für viele Menschen eine Herausforderung. Je nach Zielgruppe muss also zunächst Eigenständigkeit und digitale Kompetenzen gefördert werden, um die Teilhabe an digitalen Qualifizierungsangeboten zu ermöglichen. Medienkompetenz muss als eine Schlüsselkompetenz – neben Lesen, Schreiben und Rechnen – vermittelt und gefördert werden. Denn klar ist: Die Art der gesellschaftlichen Mitwirkung hat sich geändert und Alternativen wurden während der Coronapandemie schnell geschaffen. Besonders hier ist es also wichtig, Menschen individuell abzuholen und niedrigschwellige Angebote zu machen, wobei Medienkompetenz spielerisch vermittelt werden soll. Im Kulturbereich ist dabei beispielsweise der digitale Werkzeugkasten des Dachverbandes der Kulturfördervereine zu nennen, durch welchen Vereine – begleitet von Medienpädagog:innen – gemeinsam mit jungen Menschen digitale Tools erproben und in die konkrete praktische Arbeit überführen können.

Angebote müssen selbstverständlich bedarfsorientiert entwickelt und Anregungen von Seiten der Engagierten aufgenommen werden. Dazu ist auch eine Vernetzung der Anbietenden wichtig. Da die Menge an verschiedenen Angeboten verwirrend und ein Überblick schwierig zu bekommen ist, müssen Synergien geschaffen und genutzt werden. Hier ist das Netzwerk bürgerschaftliches Engagement NRW zentral, welches ermöglichen kann zu eruieren, welche Angebote es zu welchen Themen gibt.

Diese Synergien gilt es auch in der Ansprache von Kulturengagierten zu nutzen. Der Kulturbereich ist im Vergleich zu anderen Sparten wenig organisiert und Engagierte zu erreichen ist

schwierig. Die Einbindung von Kooperationspartner:innen, die über einen hohen Organisationsgrad verfügen, ist also wichtig. Im Rahmen der Westfalen-Akademie zeigt sich der Erfolg durch die Kooperation mit dem Westfälischen Heimatbund (WHB) und der Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen in Nordrhein-Westfalen (lagfa NRW e. V.). Oft müssen Anbietende allerdings Kontakte über die Zeit sammeln und auf Marketingmaßnahmen, die Verbreitung in Netzwerken und Mund-zu-Mund-Propaganda setzen.

Von Seiten der Teilnehmenden gibt es umfangreiche Qualifizierungsangebote. Der Landesverband der Volkshochschulen NRW hat beispielsweise gerade ein modulares Blended-learning-Angebot mit spezifisch für das Ehrenamt relevanten Themen begonnen. Dies ist eine Kombination aus Selbstlern- und Präsenzangeboten, von denen ganze Reihen oder einzelne Veranstaltungen besucht werden können. Der WHB bietet neben digitalen Fortbildungen auch interaktive Austauschformate und Peer-to-peer-Beratungen an. Gemeinsam mit der Stiftung Westfalen-Initiative und der lagfa NRW e. V. wird zudem ein digitales und analoges Weiterbildungsangebot im Rahmen der Westfalen-Akademie angeboten, welches spartenübergreifende Qualifizierungen in Schlüsselkompetenzen bietet.

In NRW leben etwa 25 Prozent der Gesellschaft mit einer Beeinträchtigung. Für Menschen mit Sinnesbehinderungen wurde durch die Digitalisierung in vielen Bereichen der Zugang zu Informationen erleichtert und viele anwendungsorientierte Projekte wurden entwickelt. Allerdings entstehen auch neue Hürden. Zum Beispiel ist eine visuelle Darstellung für viele gehörlose Menschen wichtig. Übertragen auf Informations- und Qualifizierungsangebote bedeutet das, dass Anbietende lernen müssen, Inhalte auf Webseiten und in Qualifizierungen entsprechend darzustellen. Hierbei darf nicht die Einschränkung als defizitär, sondern die Umgebung als das behindernde Element gesehen werden. Diese gilt es – zum Beispiel durch barrierefreie, individuell einstellbare Webseiten und Gebärdensprachdolmetscher:innen – zu überwinden. In der Konzeption von Angeboten zeigt sich an diesem Beispiel besonders einleuchtend die Wichtigkeit von der partizipativen Gestaltung. Menschen mit Beeinträchtigungen müssen als Expert:innen in eigener Sache einbezogen werden. Hierzu müssen diese mit Vereinen und Qualifizierungsanbietenden zusammengebracht werden.

Solche partizipativen Angebotsentwicklungen sind aufwändig und erfordern Ressourcen.

Wichtig ist das Gelernte aufzuarbeiten und zu teilen. Möglichst sollen also Erkenntnisse auch

an entsprechende Bundesverbände und Netzwerke weitergegeben, dort gesammelt und gebündelt werden. Diese können als Multiplikator:innen bei der Entwicklung weiterer Angebote dienen. Die partizipative Entwicklung von Angeboten sollte aber in allen Bereichen selbstverständlich werden.

Neben Beteiligung braucht es weitere Faktoren, um qualitativ hochwertige Angebote für Menschen mit Beeinträchtigung zu entwickeln. Auch für viele Referent:innen und Dozent:innen sind digitale Entwicklungen noch Neuland. Auch diese müssen in digitaler Präsentationskompetenz und in den digitalen Tools geschult werden. Wichtig ist wie bei allem: Es braucht vor allem Mut auszuprobieren, zu experimentieren und Zielgruppen und Netzwerke einzubinden. Und natürlich braucht es auch für digitale Angebote entsprechende finanzielle Mittel.

Wie wird die Angebotslandschaft wohl in zehn Jahren aussehen? Die Hoffnung der Teilnehmenden ist, dass sich einige Prozesse gar nicht so lange hinziehen. Allein in den letzten zwei Jahre hat sich extrem schnell sehr viel getan. Digitale Räume werden immer leichter und für immer mehr Gruppen erreichbar sein.

Aktuell liegt der Fokus vieler Angebote auf den Inhalten und analoge Formate werden eins zu eins übertragen. Hier werden hoffentlich die Möglichkeiten des Digitalen – besonders mit Blick auf Barrierefreiheit – noch besser genutzt. Die Teilhabe von allen Menschen muss nicht nur möglich, sondern selbstverständlich sein, um eine wirklich inklusive Gesellschaft zu schaffen. Auch sollen Angebote flexibler werden, sodass sich jeder Mensch bedarfsgerecht weiterbilden kann. Auch auf eine bessere Transparenz über Angebote ist zu hoffen. Aber durch digitale Angebote darf auch das Menschliche nicht verloren gehen. Für manche Themen ist der direkte menschliche Kontakt in der analogen Welt wichtig und wünschenswert.

Mitwirkende:

Dr. Silke Eilers, Geschäftsführerin des Westfälischen Heimatbundes e. V., Münster

Dr. Klaudia Grote, Wissenschaftliche Geschäftsführerin des Kompetenzzentrums für Gebärdensprache und Gestik (SignGes) an der RWTH Aachen

Anna Hutnik, Referentin für Digitalisierung beim Landesverband der Volkshochschulen von NRW e. V., Düsseldorf

Markus May, Projektreferent in der Koordinierungsstelle der Kompetenzzentren Selbstbestimmt Leben in NRW, Gelsenkirchen

Gerd Meyer-Schwickerath, Geschäftsführer der Stiftung Westfalen-Initiative für Eigenverantwortung und Gemeinwohl, Münster

Dimitrios Karakatsanis, Leiter DigitalesKulturLabor und Referent für Medienkompetenz im Dortmunder U

Yara Hackstein, Prozessbegleiterin und Moderatorin, Unna

Forum 5: Engagement und Ehrenamt anerkennen und wertschätzen

Menschen engagieren sich für das Gemeinwohl aus intrinsischen und altruistischen Gründen: Sie tun es für die eigene Selbstwirksamkeit und zum Wohle anderer. Gleichwohl bedarf diese unbezahlte Arbeit der Anerkennung und Wertschätzung. Vor dem Hintergrund der Transformation unserer Gesellschaft wurde im fünften Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz nach attraktiven, zeitgemäßen Formen von Anerkennung und tatsächlicher Wertschätzung gefragt.

Anhand von drei Praxisbeispielen wurde das Thema in dem Forum diskutiert. Malena Theele von der Freiwilligenagentur der Stadt Münster stellte ihr Beratungsangebot und eigene Formen der Wertschätzung vor. Die Agentur berät Organisationen auch dazu, wie sie Wertschätzung gegenüber Engagierten zum Ausdruck bringen können. Anerkennung soll über Weihnachts- und Geburtstagskarten hinausgehen, kann sich auch in zunächst weniger offensichtlichen Formen zeigen und soll sich in der Zusammenarbeit abbilden. Es müssen Freiräume geschaffen werden, sodass Engagierte ihre Talente zur freien Entfaltung bringen können, an Entscheidungsprozessen beteiligt werden, in den Informationsfluss integriert und als gleichberechtigte Mitglieder des Teams wahrgenommen werden. Engagierte müssen im Team durch fachliche Beratung und Weiterbildungsmöglichkeiten gefördert und Kosten und Risiken ausgeglichen werden. Eine feste Ansprechperson ist wichtig. Ebenso Lob und Bestätigung, persönliches Feedback und Zeugnisse. Auch im Team sind Zuwendung und Freundlichkeit, entgegengebrachte Neugier, ein wertschätzender Umgang und ein gutes Arbeitsklima nicht zu unterschätzen. Auch ein Dank in Gesten wie freien Getränken oder eine Weihnachtsfeier sollte gegeben sein. Besonders wichtig ist, die individuellen Lebenssituationen und Bedürfnisse der Engagierten zu beachten.

Als strukturelles Angebot beteiligt sich die Freiwilligenagentur Münster in Kooperation mit der Stadt Münster an der Ehrenamtskarte NRW. Um diese zu erhalten, müssen sich Ehrenamtliche mindestens 250 Stunden im Jahr oder fünf Stunden in der Woche engagieren. Dafür erhalten sie in vielen Einrichtungen vergünstigten Eintritt. Das Land NRW sucht laufend Vergünstigungsgebende. Aktuell beteiligt sich der LWL mit seinen Kultureinrichtungen nicht an der Ehrenamtskarte. Die Ehrenamtsagentur bietet für Ehrenamtskarteninhaber:innen mindestens fünfmal im Jahr Sonderaktionen an. Außerdem werden im Rahmen der Freiwilligenakademie jährlich etwa 50 bedarfsorientierte und meist kostenfreie Weiterbildungsmöglichkeiten mit rund 800 Teilnehmenden angeboten. Gesellschaftliche Entwicklungen und deren Auswirkungen auf das Engagement werden laufend beobachtet und es wird analysiert, welche Anerkennungsformate benötigt werden.

Stefan Zimmermann berichtete von der Arbeit mit Engagierten im Freilichtmuseum am Kiekeberg. Das Museum ist in großem Umfang auf bürgerschaftliches Engagement angewiesen. Etwa 360 Menschen engagieren sich regelmäßig im Museum; ohne sie wäre vieles nicht realisierbar. Entsprechend wichtig sind dem Museum Wertschätzung und Anerkennung, was sich in einer über die Jahre entwickelten innovativen Ehrenamtskultur zeigt. Das bürgerschaftliche Engagement ist schon seit einigen Jahren eng an das Hauptamt angebunden. Eine hauptamtliche Stelle ist für die Betreuung der Ehrenamtlichen zuständig. Sie übernimmt beispielsweise Erstgespräche mit Interessierten. Ziel ist es neben der engen persönlichen Betreuung, Engagierte möglichst schnell an das Haus zu binden und eine Identifikation mit dem Museum herzustellen – und auch diese Bindung in die Öffentlichkeit zu tragen – und Menschen da einzusetzen, woran sie Spaß haben. Das Museum bietet eine breite Palette an Engagementmöglichkeiten, vom Verkauf von Kaffee und Kuchen bis zur Mitwirkung in Arbeitsgemeinschaften, die sich unter anderem mit Technik, den Museumsgärten, der Restauration oder der Archivarbeit auseinandersetzen. Um Engagierte wertzuschätzen, werden verschiedene Instrumente eingesetzt: Neben Weihnachts- und Geburtstagskarten gibt es vierteljährliche Ehrenamtstreffen, bei welchen auch die Leitungsebene anwesend ist, es wird exklusiv über neue Projekte und andere wichtige Änderungen informiert, es werden exklusive Führungen, vorzeitige Ausstellungsbesuche und Blicke hinter die Kulissen geboten. Das Hauptamt und das Ehrenamt sollen sich im Museum auf Augenhöhe begegnen. Das Hauptamt hier mitzunehmen und

mögliche Sorgen abzubauen ist dabei wichtig, hier ist also eine gute Kommunikation in beide Richtungen gefragt.

Die Coronapandemie hat auch hier die Bedeutung des Ehrenamtes veranschaulicht. Die Engagierten konnten das Museum lange nicht besuchen, wobei deutlich wurde, wie wichtig das Museum als Sozialraum ist. Aktuell stellt sich in diesem Rahmen die Frage, wie mit Engagierten, die aus Altersgründen nicht mehr aktiv beitragen können, umgegangen wird. Den Sozialraum Museum für diese Gruppe zu erhalten und regelmäßige Besuche und Treffen zu ermöglichen, ist eine wichtige Anerkennungsform über das aktive Engagement hinaus.

Alexander Kraft von der Stabstelle Wirtschaftsförderung/ Liegenschaften der Stadt Büren stellte die Kriterien für die Vergabe von Privatgrundstücken vor. Mit Blick auf den Bauboom der letzten Jahre hat die Stadt Büren eine neue sozialgerechte Richtlinie ausgearbeitet, die im Sommer 2021 verabschiedet wurde. Neben Kriterien wie Kindern, Schwerbehinderung und Wohnortbezug findet das Ehrenamt starke Berücksichtigung bei der Punktevergabe. Bei der Anerkennung von bürgerschaftlichem Engagement orientierte sich die Stadt an der Ehrenamtskarte NRW (welche seitdem auch in Büren eingeführt wurde): Ein mindestens zweijähriges Engagement im Stadtgebiet ist nachzuweisen, für ein Engagement in einer anderen Region gibt es weniger Punkte. Die Berücksichtigung von freiwilliger Arbeit wird nicht als Anreiz für die Gewinnung neuer Engagierter gesehen, sondern als Wertschätzung von vorhandenem Engagement. Die Stadt möchte signalisieren, dass sie Engagement wahrnimmt und etwas bieten, was nicht gekauft werden kann. Im sehr ländlich geprägten Raum gelegen, ist Büren daran interessiert, Engagierte in der Region zu halten und die langfristige Bindung zu fördern. Wichtig ist die Akzeptanz der Richtlinie sowohl im Stadtrat als auch in der Bevölkerung. Es hat sich gezeigt, dass die Einbeziehung von Engagement auf mehr Akzeptanz stößt als die Einbeziehung anderer Faktoren. Aufgrund der hohen Bepunktung von Engagement und der direkten Korrelation zum Wohnortsbezug haben engagierte Bewerbende überdurchschnittlich gute Chancen auf ein Grundstück. Es haben bereits einige andere Kommunen Interesse an dieser Vergabepaxis gezeigt und ähnliche Formate umgesetzt.

Neben den Praxisbeispielen wurden gemeinsam mit dem Publikum weitere Formen der Wertschätzung diskutiert. Das so genannte Social Scoring ist auch in anderen Bereichen möglich. Egal in welchem Bereich eingesetzt muss allerdings beachtet werden, dass die Möglichkeit zur

Ausübung eines Ehrenamtes, vor allem in großem Umfang, immer auch ein gewisses Privileg ist. Das muss bei der Planung Berücksichtigung finden und beispielsweise Bedürftigkeit gegenübergestellt werden. Genannt wurde auch ein Ehrenamtssparbuch, auf welches die Gemeinde regelmäßig einzahlt, wobei besonders die monetäre Anerkennung kritisch hinterfragt wird. Für viele Ehrenamtliche sind andere Motivationen und nicht-monetäre Wertschätzung entscheidender.

Ebenfalls diskutiert wurde das Thema Wertschätzung und Gewinnung junger Menschen. Viele Vereine beziehen die Situation junger Menschen immer stärker in ihre Arbeit ein. Für diese ist Vereins- und Vorstandsarbeit oft nicht mehr leistbar. Satzungsänderungen und damit die Möglichkeit Aufgaben auf mehrere Schultern zu verteilen werden angeregt. Jungen Menschen muss auf Augenhöhe begegnet werden, sie müssen aktiv eingebunden werden und die Möglichkeit bekommen eigene Projekte selbstständig, mit eigenem Budget und ohne großen Aufwand durchzuführen. Besonders bei jungen Menschen steht die Selbstwirksamkeit im Engagement im Vordergrund. Aufgrund der sich schnell wandelnden Lebenssituation (beispielsweise durch ein beginnendes Studium), müssen Ergebnisse sichtbar sein. Im Vordergrund sollten der Erstkontakt und der Erfahrungsgewinn stehen, aber auch eine erste lockere Bindung an das Engagement. In der Wertschätzung sind die Kommunikation darüber was gebraucht wird, das Angebot von Qualifizierung und somit ein direkter Mehrwert für den eigenen Lebenslauf sowie exklusive Angebote interessant.

Die Ehrenamtskarte NRW ist besonders für junge Menschen oft nicht erreichbar, da die Bedingungen zu hoch sind. Für die Etablierung beispielsweise einer kleinen Ehrenamtskarte sind die Kommunen gefragt. Das Land NRW bietet aber den Engagementnachweis, welcher von Institutionen direkt für Engagierte ausgestellt werden kann und besonders für junge Menschen als Nachweis bei Bewerbungen interessant ist.

Auch die Möglichkeit eines NRW-Preises speziell für kulturelles Engagement, um den Stellenwert sichtbarer zu machen, wurde diskutiert. Bei dem Thema Wertschätzung und Sichtbarkeit durch Preise muss beachtet werden, dass diese nicht nur symbolisch, sondern mit weiterer Wertschätzung hinterlegt sein sollen.

Mitwirkende:

Alexander Kraft, Mitarbeiter in der Wirtschaftsförderung/ Liegenschaften der Stadt Büren

Malena Theele, Teamleiterin der FreiwilligenAgentur Münster

Stefan Zimmermann, Direktor des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Rosengarten

Andrea Hankeln, Gruppenleiterin 42 (Neue und visuelle Künste, Literatur, Teilhabe, Regionales, Gedächtnisinstitutionen) und Referatsleiterin 421 (Ländlicher Raum, Regionale Kulturpolitik, Dritte Orte) im Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW, Düsseldorf

Forum 6: Projektbezogenes Engagement betrachten

Im sechsten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz wurde projektbezogenes Engagement behandelt und diskutiert, wie dieses gestaltet werden kann, welche Rahmenbedingungen es braucht und welche Kommunikationswege zielführend sind. Auch die Fragen, ob es ein Türöffner für längerfristiges Engagement sein kann oder eine für sich genommene eigene Engagementform ist und wie die Kultur hier von anderen Bereichen lernen kann, wurden besprochen. Projektbezogenes und kurzfristiges Engagement wurde anhand von drei Praxisbeispielen vorgestellt und die oben genannten Aspekte wurden in diesem Rahmen beleuchtet und diskutiert.

Birgit Abhoff stellte das von dem Verein „Alles Kunst“ e. V. aus Paderborn durchgeführte Projekt „Inseln des Glücks“ vor. Der seit fast zehn Jahren bestehende Verein beschäftigt sich mit zeitgenössischer Kunst mit einem Fokus auf Tanz und anderen darstellenden Kunstformen. Dem Filmprojekt „Inseln des Glücks“ liegen die Fragen zugrunde, was eine Insel des Glücks für Menschen ist, wohin Menschen für eine Auszeit flüchten und was glücklich macht. Hierzu wurden Interviews geführt, welche im Film teils als Videos und teils künstlerisch aufgearbeitet dargestellt werden. Die Antworten, was eine Insel des Glücks ist und was sie ausmacht, waren übrigens sehr verschieden.

Sarah Wolff stellte ihre Arbeit im LWL-Museum für Archäologie in Herne vor. Als Verbundprojekt mit zwei weiteren Museen ist „Museum als Co-Labor: Öffnet die Blackbox Archäologie“ entstanden. Im Rahmen des Projekts werden digitale Anwendungen zur Vermittlung von Museumsinhalten der Archäologie entwickelt und die Archäologie wird den Menschen so zugänglicher gemacht. Wichtig ist vor allem die Partizipation Engagierter. Es wurde ein Bürger:innenbeirat gegründet und Menschen, die Interesse am Thema Archäologie und Expertise im Bereich Spielentwicklung mitbringen, angesprochen. Ergeben hat sich eine sehr gemischte

Gruppe. Die Entscheidung, was genau entwickelt wird, liegt bei den Engagierten. Deren umfassende Expertise wird mit den Fachkenntnissen der hauptamtlich im Museum Tätigen zusammengeführt. Ein erstes Spiel, „Jo’s Memory“ wurde bereits veröffentlicht, vier weitere sind in Arbeit.

Dr. Martina Fleßner und Dr. Franz Waldmann stellen Schloss Senden e. V. vor. Hauptaufgabe des Vereins ist es, das Baudenkmal mit seinem Schlosspark zu erhalten. Trotz der anhaltenden Bauphase wird beides aktiv als entstehender Bildungs- und Kulturort genutzt. Auch touristische Angebote wie Übernachtungsmöglichkeiten und ein Café sind in Planung. Das Schloss soll ein Bürger:innenschloss werden. Bei der Größe des Projekts ist Professionalität wichtig. Neben dem Vorstand wurde von Anfang an eine Geschäftsführung angestellt, welche – ebenso wie ein:e wissenschaftliche:r Volontär:in – fachliche Expertise einbringt. Etwa 50 Ehrenamtliche engagieren sich langfristig. Hinzu kommt der Freundeskreis mit etwa 100 Mitgliedern. Ehrenamtliche bringen sich in ganz unterschiedlichen Bereichen ein, zum Beispiel beim Management von Kulturveranstaltungen, bei der jeden Samstag stattfindenden Parkpflege, in der Öffentlichkeitsarbeit, bei Handwerksarbeiten und im Bildungsbereich. Ohne dieses Engagement wäre der Erhalt des Schlosses in dieser Form unmöglich. Angestrebt werden dabei keine kurzfristigen Projekte, sondern eine langfristige Bindung an das Schloss.

Im Forum wurde deutlich, dass sich viele Menschen nicht langfristig festlegen können oder wollen und nicht von einem Engagement vereinnahmt werden möchten. Entsprechend groß ist teils die Hemmschwelle, sich in traditionellen Vereinsstrukturen zu engagieren. Neben der deutlich höheren Flexibilität bietet projektbezogenes Engagement die Möglichkeit deutlich schneller und tiefer einsteigen. Die Projektarbeit animiert leichter mitzumachen und gibt zudem die Möglichkeit in Bereiche „reinschnuppern“ zu können, woraus wiederum ein längerfristiges Engagement entstehen kann.

Am Beispiel von „Alles Kunst e. V.“ wurde deutlich, dass künstlerische Projekte, die intensiv über einen kurzen Zeitraum erarbeitet werden, einen tiefen Einblick in die Kulturarbeit bieten. An den Praxisbeispielen ist ebenso deutlich geworden, wie wichtig das ergebnisoffene Arbeiten in Projekten ist. Im Projekt „Blackbox Archäologie“ können Engagierte Konzepte selbst gestalten und ausprobieren, was funktioniert. Das Projekt ist nicht an Strukturen im Museum gebunden, sondern kann sich so entfalten, wie es für die Gruppe am passendsten ist.

In Senden zeigte sich, dass Expertise zwischen den Engagierten geteilt wird und so dem Anspruch einer hohen Qualität auch im kurzzeitigen Engagement Rechnung getragen wird. Nichtsdestotrotz ist es auch die Verantwortung des Hauptamtes, Engagierten passende Qualifizierung zu ermöglichen, um die Qualitätsstandards zu sichern, aber auch um die individuelle Entwicklung der Freiwilligen zu fördern.

Klar ist aber auch, dass Engagement in Projekten nicht frei von Herausforderungen ist. Es stellt sich immer die Frage, wie Inhalte über das Projekt hinaus weiterleben können. Besonders im aktuellen Diskurs um die Notwendigkeit von Strukturen im Kulturbereich zeigt sich die Problematik. Auch bei der Ansprache von Interessierten muss deren Intention gut reflektiert werden, besonders für Projekte mit offenen Strukturen. Die Entscheidung darüber, wen man anspricht, gibt bereits einen gewissen Rahmen vor. Auch die Motivation von Engagierten muss mitgedacht und gefördert werden. Eine projektbezogene Community aufzubauen erfordert ein mehr oder weniger umfangreiches Management und hauptamtliche Begleitung. Diese ist in vielen Bereichen von vornherein nur schwer zu gewährleisten und meist nicht über einen langen Zeitraum zu leisten.

Auch die Haltung der Hauptamtlichen und deren Bereitschaft, Entscheidungsspielräume und Verantwortung abzugeben und Engagierten Freiräume zu geben, muss mitgedacht werden. Andere Arbeitsweisen und Qualitätsstandards in bestehenden Strukturen zuzulassen, kann zu Konflikten führen, die von Beginn an mitigiert werden sollten. Es müssen konkrete Rahmen gesteckt und Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, um die freie Arbeit der Engagierten zu ermöglichen und gleichzeitig zu gewährleisten, dass das Projekt in das Profil und die Standards des Hauses passt. Hier sind eine besonders transparente Kommunikation und die Zusammenarbeit auf Augenhöhe wichtig. Für kurze Projekte bedeutet das, dass sehr schnell eine Vertrauensbasis aufgebaut und gegebenenfalls konkrete Rahmen gesetzt werden müssen, in denen Engagierte frei agieren können. Hier dann auch die Verantwortung an Engagierte abzugeben ist nicht zuletzt auch eine enorme Wertschätzung. Strukturen der Zusammenarbeit zwischen Hauptamtlichen und Engagierten müssen so aufgebaut sein, dass alle wissen, worauf sie sich einlassen und was sie erwartet. Um dies zu gewährleisten braucht es oft bessere Strukturen und eine Förderung der „Basis“. Hauptamtliche, langfristige Strukturen müssen aufgebaut und gepflegt werden, um ehrenamtliche Projektarbeit fundiert unterstützen zu können.

Mitwirkende:

Birgit ABhoff, Dritte Vorstandsvorsitzende von Alles Kunst e. V., Paderborn

Dr. Martina Fleßner, Geschäftsführerin des Schlosses Senden e. V.

Dr. Franz Waldmann, Erster Vorstandsvorsitzende des Schlosses Senden e. V.

Sarah Wolff, Wissenschaftliche Volontärin „Blackbox“ im LWL-Museum für Archäologie,
Herne

Alina Hirsch, Projektmanagerin beim ISI Institut für soziale Innovation, Düsseldorf

Forum 7: Junge Menschen für das Engagement begeistern

Über 20 Prozent der 16- bis 30-Jährigen sind ehrenamtlich aktiv, wobei die Fluktuation sehr hoch ist. Wie hat sich die Engagementbereitschaft der jungen Menschen verändert? Wie können junge Menschen für ein Engagement im Kulturbereich gewonnen werden und was braucht es, um sie langfristig im Engagement zu halten? Ist langfristiges oder verbindliches Engagement überhaupt notwendig? Diese Fragen wurden im siebten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz behandelt.

Um darüber sprechen zu können, wie man junge Menschen in ein Engagement integrieren kann, braucht es zunächst einmal Bewusstsein über die Lebenswelten der Zielgruppe. Lebensbiografien werden immer mobiler. Das macht es unter Umständen schwer, wirklich „anzukommen“ und sich auf das Lokale einzulassen. In Anbetracht der vielen globalen Krisen ist bei einer großen Gruppe junger Menschen außerdem eine gewisse Überforderung zu beobachten, es ist kaum noch Raum und Kraft für Engagement da. Und es wird zunehmend schwieriger zu entscheiden, wo oder zu welchem Thema sie sich am sinnvollsten engagieren können, wozu auch eine thematische Überflutung – unter anderem in sozialen Medien – beiträgt. Bei diesem Überangebot an Informationen wird es für viele zunehmend schwieriger zu filtern, was sie wirklich interessiert.

Eine entscheidende Ressource, die bei jungen Menschen zu berücksichtigen ist, ist Zeit, gepaart mit dem Wunsch diese sinnvoll und zielbringend einzusetzen. Es braucht Engagementformen, die auch die individuelle Verwirklichung und Weiterentwicklung zulassen und fördern, schnell zu sichtbaren Ergebnissen oder Veränderungen führen und dabei nicht überlas-

ten. Um dies in der Praxis umsetzen zu können, braucht es im Engagement vor allem Flexibilität. Starre Strukturen und langfristige Verbindlichkeit wirken auf viele junge Menschen abschreckend.

Viele Vereine haben Traditionswert und bieten soziale Strukturen und Vernetzung. Die Frage ist, ob Vereine in der Lage sind, sich neu zu erfinden und starre Strukturen aufzubrechen – wobei viele Vereine diesen Weg bereits sehr aktiv gehen. Strukturen in Vereinen können auch positiv wirken, müssen dazu aber für die Zielgruppe passend vermittelt werden. Vereine können Sicherheit und ein soziales Netzwerk bieten und gerade für junge Menschen eine Möglichkeit zur Beheimatung in einer neuen Region sein.

Mit Blick auf die Vereinsstrukturen spielen aber nicht nur die eigenen Bedürfnisse eine Rolle. Die Sorge, anderen Vereinsmitgliedern bei einem schnellen Ausscheiden vor den Kopf zu stoßen, kann eine weitere Hürde darstellen. Während an vielen Stellen punktuelles und projektbezogenes Engagement möglich ist oder möglich gemacht werden kann, brauchen Vereine eine gewisse Verlässlichkeit, um bestehen zu können. Das muss sich nicht zwangsläufig ausschließen, kurzzeitiges und langfristiges Engagement können sich ergänzen und miteinander verknüpft werden. Selbstverständlich braucht es dafür zunächst einmal die Bereitschaft für Veränderungen in Vereinen und Kulturinstitutionen selbst.

Ein wichtiger Aspekt zur Gewinnung junger Menschen, ist die Ansprache. Bei der Gewinnung von jungen Menschen ist die Werbung über Social Media besonders wichtig. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass diese oft nur die Zielgruppe erreicht, die bereits in einem entsprechenden Umfeld aktiv ist. Über Algorithmen neue Gruppen anzusprechen erfordert genaues Wissen und professionelle Öffentlichkeitsarbeit und muss nicht immer der passende Weg sein. Eine aktive Quartiersarbeit kann beispielsweise sehr effektiv für die Ansprache sein. Es braucht zunächst direkte Berührungspunkte mit einem Verein oder einer Kulturinstitution und jungen Menschen muss die Möglichkeit gegeben werden erst einmal „sanft“ einzusteigen, die Arbeit kennenzulernen und herauszufinden, ob die Institution überhaupt passt, was verlangt und geboten wird. Dafür muss Raum geschaffen werden. Es können zum Beispiel Veranstaltungen speziell für die Zielgruppe – besonders in Bereichen, in denen sich diese

Gruppe sonst nur wenig angesprochen fühlt – und die Möglichkeit einer unverbindlichen Mitarbeit angeboten werden. Die direkte persönliche Ansprache und umfassende Informationen über Möglichkeiten der Mitwirkung können Hemmschwellen abbauen.

Mit Blick auf diesen Prozess wurde immer wieder betont, wie wichtig es ist, dass Vereine ihre Strukturen entschlacken, Hierarchien abbauen und jungen Menschen aktiv zeigen, dass sie mit ihren Ideen und Fähigkeiten gewollt sind. Die Zusammenarbeit mit jungen Menschen muss auf Augenhöhe erfolgen und es gibt eine Reihe von kleinen Maßnahmen, die zu einer Willkommenskultur beitragen können. Schon kleine Aufmerksamkeiten wie Interesse an der Person und deren Ideen zu zeigen, das „Du“ anzubieten, Neueinsteigenden die Strukturen des Vereins zu erklären oder die aktive Nachfrage und das Angebot von Unterstützung können die Zusammenarbeit positiv beeinflussen. Aber auch strukturelle Maßnahmen sind an dieser Stelle wichtig, zum Beispiel die Aufnahme junger Menschen in Vorstände. Da Vereinsposten häufig abschreckend wirken und für viele für eingefahrene Strukturen und einen hohen Zeitaufwand stehen, kann es sinnvoll sein, Stellen zu teilen und Hospitationen anzubieten. Vereine können auch neue Positionen schaffen, um junge Menschen anzulernen und zu integrieren.

Von einer guten Zusammenarbeit profitieren alle. Es soll von Anfang an deutlich signalisiert werden, dass die individuelle Einbringung und die eigenständige Umsetzung eigener Ideen gewünscht sind und gefördert werden. Die Arbeit soll nicht nach dem zeitlichen Umfang gewertet werden. Jeder kleine Beitrag hilft dem großen Ganzen und soll gleichermaßen wertgeschätzt werden.

Natürlich sollen neue und ältere Vereinsmitglieder nicht nebeneinander und isoliert voneinander arbeiten. Ihre Erfahrung und ihr Wissen sollen ältere Mitglieder unterstützend einbringen. Um junge Menschen zu integrieren, muss also die generationenübergreifende Arbeit in Kulturinstitutionen und -vereinen gefördert werden. Während zielgruppenorientierte Angebote in der Ansprache wichtig sein können, kann eine Abgrenzung später, in der konkreten Arbeit, Distanz schaffen und dem Abbau von Hierarchien entgegenwirken. Heterogenität sollte nicht nur zugelassen werden, sondern ist für einen Öffnungsprozess unerlässlich. Es müssen Räume geschaffen werden, in denen Gegenstimmen und unterschiedliche Meinungen gewünscht sind und gewinnbringend eingebracht werden können.

Mitwirkende:

Lisa Baluschek, Sprecherin des Jungen Think Tank DAKU e. V., Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V., Berlin

Lara-Sophie Straub, Mitglied im Junger Think Tank DAKU e. V., Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V., Berlin

Klaas Janowsky, Berater Junges Engagement und Projektassistent „Smarte Eine Welt – Digitalisierung in NRW nachhaltig gestalten“ im Eine Welt Netz NRW e. V., Münster

Dr. Christopher Kreutchen, Koordinator des Arbeitsfeldes „Kulturelle Teilhabe“ im Dortmunder Profil für inklusionsorientierte Lehrer:innenbildung (DoProfiL) an der Technischen Universität Dortmund

Hendrik Kunz, Projektmanager beim ISI Institut für soziale Innovation, Düsseldorf

Forum 8: Gute Öffentlichkeitsarbeit – Unterstützung für Kulturvereine und -initiativen

Die Möglichkeiten, sich in der Kultur zu engagieren, sind vielfältig, aber oft nicht sehr bekannt. Die Potenziale nach außen zu tragen, den Wert von Kulturengagement sichtbar zu machen und Menschen zu begeistern – das ist für viele Vereine eine Herausforderung. Gleichzeitig ist gute Öffentlichkeitsarbeit ein wichtiges Instrument, um Herausforderungen wie den Nachwuchsmangel oder fehlende Unterstützungsstrukturen anzugehen. Im achten Forum der 11. Westfälischen Kulturkonferenz wurde besprochen, was gute Öffentlichkeitsarbeit ausmacht, was Vereine und Initiativen brauchen, um selbst erfolgreich Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und wie Verbände und andere übergeordnete Organisationen und Institutionen dabei unterstützen können. Das Forum vereinte anhand von drei Beispielen die Perspektiven eines Vereins, einer Stiftung und die eines Marketingexperten.

Der Verein Zweitzeugen e. V. arbeitet mit etwa 6.000 Kindern und Jugendlichen pro Jahr und bringt diesen die Geschichten von Holocaust-Überlebenden nahe, damit sie diese als Zweitzeugen weitertragen können. Für den Verein, der aus einem Studierendenprojekt entstanden und in den letzten Jahren stark gewachsen ist, ist die Öffentlichkeitsarbeit elementar wichtig. Diese setzt sich aus Newslettern, einer Website, Social-Media-Präsenz, Pressearbeit und aus Veranstaltungen und Vorträgen zusammen. Zentral ist dabei das Corporate Design, welches neben der Wiedererkennbarkeit besonders die Professionalität des Vereins vermittelt und die

Kerntätigkeit direkt und klar transportiert. Besonders zu Beginn hat dies Türen geöffnet. Oft ist der erste Kontakt mit dem Verein die Website. Sie kommt einer digitalen Visitenkarte gleich und ist so gestaltet, dass Besuchende möglichst lange verweilen. Die Präsenz auf Social Media ist besonders bedeutend, auch hier legt der Verein besonderen Wert auf das Design. Die Erfahrung hat gezeigt, dass es – besonders mit Blick auf knappe Ressourcen – sinnvoll sein kann, sich auf einen Kanal zu konzentrieren und hier die Kommunikation zu bündeln. In der Öffentlichkeitsarbeit muss es manchmal eben auch heißen: „Mut zur Lücke!“ Die Wahl des Kanals sollte sich nach den Präferenzen der Zielgruppe richten und eine zielgruppengenaue, klare, effektive und niedrighschwellige Kommunikation ermöglichen. Social Media sollten auch zur aktiven Vernetzung genutzt werden, um so die eigene Reichweite zu erhöhen. Neben eigenen Beiträgen sollten Inhalte anderer geliked, kommentiert und geteilt werden. Mit Blick auf die Nutzung von Social Media kann es wichtig sein, das Team auch im Umgang mit Negativstimmen stark zu machen und darin zu stärken, das überwiegend Positive zu betrachten. Bei Veranstaltungen ist es elementar, den Engagierten die Bühne zu überlassen. Die Möglichkeit so in den Vordergrund zu treten, ist eine wichtige Form der Wertschätzung. Es lohnt sich zudem, die Presse in diesem Rahmen direkt anzufragen. Gute Pressearbeit sollte auch in Zeiten von Social Media nicht vernachlässigt werden. Es hat sich gezeigt, dass besonders viele Anfragen zur Mitarbeit nach Berichterstattungen in Zeitungen bei den Zweitzeugen eingegangen sind.

Allgemein sollten die Kenntnisse der Ehrenamtlichen einbezogen werden und die Öffentlichkeitsarbeit auch daran ausgerichtet werden, welche Erfahrungen und Interessen überhaupt vorhanden sind. Wichtig ist es, die Arbeit so auszurichten, dass man die Zielgruppe sowohl auf einer sachlichen als auch auf einer emotionalen Ebene erreicht.

Bei dieser Arbeit können übergeordnete Organisationen, Verbände und Förderpartner:innen unterstützen. Berichte dieser Partner:innen erzeugen einen Perspektivwechsel und geben Glaubwürdigkeit, können Möglichkeiten bieten über die eigene Arbeit zu berichten, bei der Vernetzung unterstützen und Expertise bieten. Diese Zusammenarbeit beruht auf Gegenseitigkeit. Fördernde und Vereine vereint gemeinsame Ziele und Fördernde sind Partner:innen. Diese Allianzen sind unglaublich wichtig.

Ein solcher Förderer ist die NRW-Stiftung. Mit dem Fokus auf Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege ist die Stiftung breit aufgestellt und konnte bereits etwa 3.500 Projekte mit insge-

samt 300 Millionen Euro fördern. Besonders wichtig ist der Stiftung die Arbeit auf Augenhöhe, sowohl mit großen, aber eben auch mit kleinen Institutionen. Die Stiftung ist von der ersten Projektidee bis zur Umsetzung Partner und will so die Kulturvermittlung und das Kulturerlebnis unterstützen. Dabei versteht sie sich als Sprachrohr für die Engagementförderung und jede:r ist eingeladen diese Förderung anzunehmen und auf die Stiftung zuzugehen. Gemeinsam mit dem Land Nordrhein-Westfalen vergibt die NRW-Stiftung den Engagementpreis, dessen Preisträger unter anderem die Zweitzeugen sind.

Ziel ist es, das gute Engagement sichtbarer zu machen, zum einen natürlich durch die Förderung selbst, aber auch durch eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit, gemeinsame Pressetermine und allgemein einer intensiven Pressearbeit, einer guten Kommunikationsarbeit, das Beispielen von Social Media, gemeinsame Veranstaltungen, Berichte im Magazin der Stiftung und gemeinsame Fundraisingprojekte. Diese gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit ist in der Regel eine Förderaufgabe und soll geförderte Initiativen motivieren, das, was sie tun, in die Öffentlichkeit zu tragen. Während in der Vergangenheit meist über die Projekte berichtet wurde, wird heute den dahinterstehenden Vereinen und Initiativen die Möglichkeit gegeben sich und ihre Arbeit selbst darzustellen. Dazu ist gerade der Podcast „Förderbande“ gestartet. Dieser soll spannende Projekte präsentieren, Inhalte transportieren und öffentlichkeitswirksam unterstützen.

Für die Stiftung als fördernde Institution ist es zudem wichtig, bei den Initiativen zu Gast zu sein, die Arbeit direkt zu erleben und so auch selbst sichtbar zu werden. Davon profitieren beide Seiten. Gemeinsame Ideen sollen so (weiter)entwickelt und nach vorne getragen werden. Neue Ansätze und Perspektiven sind dabei immer willkommen. Zudem arbeitet die Stiftung mit ehrenamtlichen regionalen Botschaftern zusammen, welche in der Öffentlichkeitsarbeit aktiv unterstützen.

Für die Preisträger:innen des Engagementpreises bietet die NRW-Stiftung zudem ein Workshopwochenende an, hierbei ist auch die Öffentlichkeitsarbeit Thema. Klar in der Arbeit ist immer: Es lohnt sich neues auszuprobieren, man lernt aus diesen Erfahrungen und kann so die Arbeit immer weiter anpassen.

Was gute Öffentlichkeitsarbeit ausmacht, verdeutlichte René Wynands, Geschäftsführer der Firma Oktober Kommunikationsdesign, im Allgemeinen. Klar ist, dass Kulturinstitutionen gute

Arbeit machen und ein wertvolles Programm bieten, dieses oft aber nicht die nötige Aufmerksamkeit bekommt, sowohl vom potenziellen Publikum als auch von Fördernden. Wichtig ist die Unterscheidung von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Unter Öffentlichkeitsarbeit ist die Information über die eigene Tätigkeit zu verstehen. Beim Marketing geht es um mehr. Man begibt sich auf einen Markt, auf welchem man mit Konkurrenten zu tun und Überzeugungsarbeit zu leisten hat. Wichtig beim Marketing ist es also, die eigene Institution, den Verein oder die Initiative als Marke zu betrachten und die Arbeit entsprechend auszurichten. Das gilt auch für kleine Kulturprojekte. Marken entstehen und leben in den Köpfen der Menschen. Beim Marketing geht es also weniger darum, was ein Theaterprojekt beispielsweise auf die Bühne bringt, sondern vielmehr darum, was es in den Köpfen und Gefühlen der Menschen bewegen kann. Marken geben einem Produkt Wert und sollen ein Garant für die Qualität des Produktes sein, wobei dies nicht mit einem tatsächlichen Produktvorteil gleichzusetzen ist. Marken sind also positive Vorurteile und ein psychosoziales Konstrukt - es geht um soziale Identität. Starke Marken haben eine klare und eindeutige Identität. Die Basis hiervon ist die dauerhafte Übereinstimmung wesentlicher Merkmale. Menschen verfügen über begrenzte kognitive Ressourcen und neigen zu entsprechenden Vereinfachungen und stereotypem Denken, in der Regel bleibt eine Idee oder eine Konnotation hängen. Die meisten unserer Entscheidungen fallen auf dieser Basis schnell und intuitiv. Gutes Marketing muss dies einbeziehen und eine Institution muss sich darüber im Klaren sein, wofür sie steht. Durch eine unklare Identität entsteht ein unkontrolliertes Bild der Marke in den Köpfen der Zielgruppe. Mit einer klaren Markenidentität lässt sich das Markenimage steuern. Dies beginnt mit dem Logo. Die Einfachheit und Wiedererkennbarkeit sind hier wichtig, dies sollte sich auch in Bildern und Farben, die verwendet werden, zeigen. Eine Kulturinstitution muss sich klar darüber sein, wofür sie im Kern steht und dies in einen Slogan übersetzen.

Im Marketing ist klar: Viel bringt viel! Da aber besonders im Kulturbereich mit knappen Ressourcen gearbeitet wird, soll(en) die Zielgruppe(n) besonders genau definiert und aus deren Sicht gedacht werden. So kann passgenau über geeignete Kanäle kommuniziert und es können Streuverluste möglichst vermieden werden.

Besonders im Kultursektor müssen einige Häuser ihr Angebot aber erweitern und weitere Zielgruppen ansprechen, um überleben zu können. Hier ist die Balance zwischen dem Fokus auf die Markenidentität und einem möglichst breiten Angebot wichtig. Ist das Profil einmal

geschärft, muss nicht jedes Angebot perfekt passen: Das Profil darf aber auch nicht unkontrolliert in die falsche Richtung gelenkt und verwässert werden.

Wichtig bei der Öffentlichkeitsarbeit von Kulturinstitutionen ist also, den eigenen Kern als Marke in den Fokus zu stellen, Marketing aktiv zu betreiben und auf dieser Grundlage das Bild der eigenen Institution zu kontrollieren. Dieser Perspektivwechsel führt langfristig zu mehr Erfolg.

Mitwirkende:

Stefan Ast, Geschäftsführer der NRW-Stiftung Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege, Düsseldorf

Christoph Eickelmann, Leiter der Abteilung Kommunikation und Engagement der NRW-Stiftung Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege, Düsseldorf

Ruth-Anne Damm, Erste Vorstandsvorsitzende der Zweitzeugen e. V., Bünde

Annika Biernat, Leiterin Social Media und Co-Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der Zweitzeugen e. V., Bünde

René Wynands, Geschäftsführer von Oktober Kommunikationsdesign GmbH, Bochum

Volker Stephan, freiberuflicher Journalist und Moderator, Münster

Die vollständige Dokumentation der Konferenz mit allen Protokollen, Fotos und Filmen gibt es unter www.westfaelische-kulturkonferenz.lwl.org/de/kulturkonferenz-2022

Kontakt:

LWL-Kulturabteilung, Referat Strategische Beratung/ Kultur in Westfalen
Anne Melzig, Tel. 0251 591-5081, anne.melzig@lwl.org
www.kultur-in-westfalen.lwl.org

„Kultur in Westfalen“ wird gefördert vom:

Anschrift:
Fürstenbergstraße 15 · 48133 Münster
Telefon: 0251 591-01 · Internet: www.lwl.org
Öffentliche Verkehrsmittel: ab Hbf Bussteige B 1 - B 3
Linien 1, 5, 6, 15, 16 bis Eisenbahnstraße

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Bankverbindung:
Konto der LWL-Kämmerei
Sparkasse Münsterland Ost
IBAN: DE53 4005 0150 0000 4097 06
BIC: WELADED1MST