

Protokoll der Zielkonferenz zur Kulturentwicklungsplanung in Lippstadt

Arbeitsgruppe 1:

- Akzeptanz, dass Kultur Geld kostet
- Nachhaltige Finanzierung → mehrjährige Planungssicherheit
- Verantwortungsbewusstsein (gemeinsam) von Stadt und Wirtschaft
 - Stadt = Basis
 - Wirtschaft = Projekte
 - Transparenz
- Schaffung günstiger Rahmenbedingungen für Kulturschaffende
 - Gebäude, (Frei) Flächen in kulturelle Nutzung nehmen
 - Kulturförderung (s. o.)
 - Auch virtuelle Räume
- „Errichtung“ eines Kulturzentrums bei gleichzeitigem Aufbau bzw. Erhalt der zentralen Kulturorte
- Gleichwertigkeit von Kultur und Subkultur
- Kulturelles Profil, welches durch Qualität überregional ausstrahlt
- Eigenes , von Vielfalt geprägtes Kulturprofil erhalten und weiterentwickeln

Arbeitsgruppe 2:

Strategische Ziele	Operative Ziele
4. <ul style="list-style-type: none"> • Hemmschwellen abbauen um Angebote wahrzunehmen • Multiplikatoren und Paten gewinnen • Kulturelle Aktivitäten besser „sichtbar“ machen • Soziale Aktivität mit Hilfe von Kultur 	4. <ul style="list-style-type: none"> • Angebote vor Ort anbieten • Mitmach-Projekte • Stärkung von Ehrenamt
5. <ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung von Kulturschaffenden und Kulturinteressierten • Eigener Kulturausschuss • Förderrichtlinien formulieren 	5. <ul style="list-style-type: none"> • FD Kultur erarbeitet ein Konzept zur Einrichtung eines Kulturrats und setzt es um • Kulturrat organisier und führ einmal im Jahr ein Kulturforum durch

Projekte:

- 4. Kulturloge
- 5.

Arbeitsgruppe 3:

6. Bildung und Bildungsangebote

- Jede Schule gibt sich ein eigenes kulturelles Profil **strategisch**
- Nachhaltigkeit des Profils durch Schulinterne breite Aufgabenverteilung **strategisch operativ**

- Stärkerer Vernetzung als bisher mit außerschulischen Partnern, um das Profil besser realisieren zu können (z. B. Musikschule, Vereine, Landesprogramm Kultur & Schule) **operativ**
- Verstärkte Einbeziehung außerschulischer Lernorte **strategisch**
- Schulformübergreifende Konferenzen **strategisch operativ**
- Online-Portal für Kulturangebote (siehe AG4) **strategisch operativ**

7. Jugend

- Ermittlung des Kulturbedarf bei Jugendlichen **strategisch**
- Schaffung eines räumlich zentralen Jugend & Kulturzentrums (Raum zum anders sein) **strategisch**
- Einbindung der Hochschule/Studentenschaft in die Kulturangebote **strategisch**

Projektspeicher:

- Jugend & Kulturzentrum mit z. B. Probenräumen, Atelierräumen, Chilllounge
- Ermittlung des Kulturbedarfs der Jugendlichen über die Stadt (inhaltliche Erstellung der Umfrage unter Mitwirkung der Schülervvertretung)

Arbeitsgruppe 4:

Strategisches Ziele	Operatives Ziel	
8. <ul style="list-style-type: none"> • „Bekanntheit“ des Kulturangebots bei allen Bürgern • Kultur auch als Holschuld etablieren • Keinen „potentiellen“ Nutzer verlieren/nicht erreichen • „Auslastung“ erhöhen • Verbesserter Austausch auf „Anbiiterebene“ • Aktive Einbindung der Unternehmen (der Wirtschaft) • Adressatengerechtes Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Willkommenspaket incl. Gutschein (Kultur) • Willkommenskultur • Bereitschaft zu kommunizieren • „Kulturlandkarte interaktiv“ • Ungewöhnliche Orte/Kombination z. B. „Klassik im Parkhaus“ • Kultursalon/ -forum -> persönlicher Austausch • Know-how-Transfer • Qualifizierung von Akteuren hinsichtlich Möglichkeiten (Pressearbeit, Werbung, Vermarktung) • Workshop/Vernetzung • Gemeinsames CI/CD für Kulturlandkarte 	<ul style="list-style-type: none"> • Verändertes Freizeitverhalten • Auflistung der Angebote Institutionen • Plattform • Kulturlandkarte • Medien? • Newsletter • Social media • Feedback • „Newcomer Club“
9. <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Stärken betonen und in gemeinsames Verständnis überführen • Angebote ins „dörfliche“ bringen • Transparenz • Interkommunale Zusammenarbeit fördern 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserter ÖPNV? • Multiplikatorentreffen • Kommunikation 	<u>Themenspeicher</u> Ortszeitschrift mit lokalem und weiterem Bezug (gibt es teilweise)

