

Kulturkonzeption für die Stadt Göppingen

Bilddokumentation und Stichwortprotokoll

Themenworkshops und Zukunftswerkstatt

Im Auftrag von



Juli 2022

Projektleitung: Céline Kruska

Kulturgold GmbH

Rotebühlstr. 66 | 70178 Stuttgart

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

Web www.agentur-kulturgold.de

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Autorinnen: Céline Kruska, Sabine Marinescu, Teresa Geiger

Inhaltsverzeichnis

Über den Prozess	4
1 Ziele und Methodik der Themenworkshops.....	6
2 Zentrale Ergebnisse aus den Themenworkshops	8
2.1 Workshop: Kulturelle Bildung und Teilhabe	8
2.2 Workshop: Kulturorganisation und Kulturförderung.....	18
2.4 Workshop: Kommunikation und Sichtbarkeit.....	28
2.5 Zukunftswerkstatt: Raum für die Kultur	39
2.6 Handlungsfelder und Ausblick.....	54
3 Abbildungsverzeichnis.....	55

Über den Prozess

Um was geht es?

Die Stadt Göppingen erarbeitet gemeinsam mit ihren Kulturschaffenden und interessierten Bürger*innen im Zeitraum von Herbst 2021 bis Sommer 2022 eine Kulturkonzeption.

Was ist das Ziel?

Diese Kulturkonzeption soll einen Beitrag dazu leisten, dass die Stadt Göppingen Kulturschaffenden ein kreatives Umfeld bietet und die Bürger*innen am kulturellen Leben teilhaben und sich damit identifizieren. Die finale Konzeption enthält den dafür notwendigen Maßnahmenkatalog. Die Konzeption ist auf eine Dauer von rund 10 Jahren angelegt und stellt in diesem Zeitraum den verbindlichen Rahmen für die Kulturarbeit der Stadt Göppingen dar.

Wer kann sich beteiligen?

Kulturschaffende ebenso wie Vertreter*innen aus den angrenzenden Bereichen Politik, Bildung und Soziales sind eingeladen sich im Rahmen verschiedener beteiligungsorientierter Austausch- und Arbeitsformate mit ihrem Wissen, ihren Bedarfen und Ideen einzubringen. Darüber hinaus unterstützt ein eigens gegründeter Beirat¹ den Prozess, indem die Beiratsmitglieder*innen einzelne Phasen und Teilergebnisse des Prozesses kritisch reflektieren.

Wie läuft der Prozess ab?

Der Prozess wird gemeinsam mit der Agentur Kulturgold als externer Partnerin vom Kulturreferat der Stadt Göppingen verantwortet. In einem Zeitraum von rund 24 Monaten finden aufbauend auf einer ausführlichen Status-Quo-Analyse verschiedene Beteiligungsformate statt, mit dem Ziel, systematisch möglichst unterschiedliche Perspektiven in den Prozess einzubinden – in Form von Bedarfen, Kritik und Ideen.

¹ aus Kulturschaffenden und Vertreter*innen aus weiteren relevanten Bereichen (ausführliche Beiratsliste siehe unter https://www.goepingen.de/site/Goeppingen-Internet/get/params_E628659732/18976450/Kulturkonzeption%20Beirat.pdf)

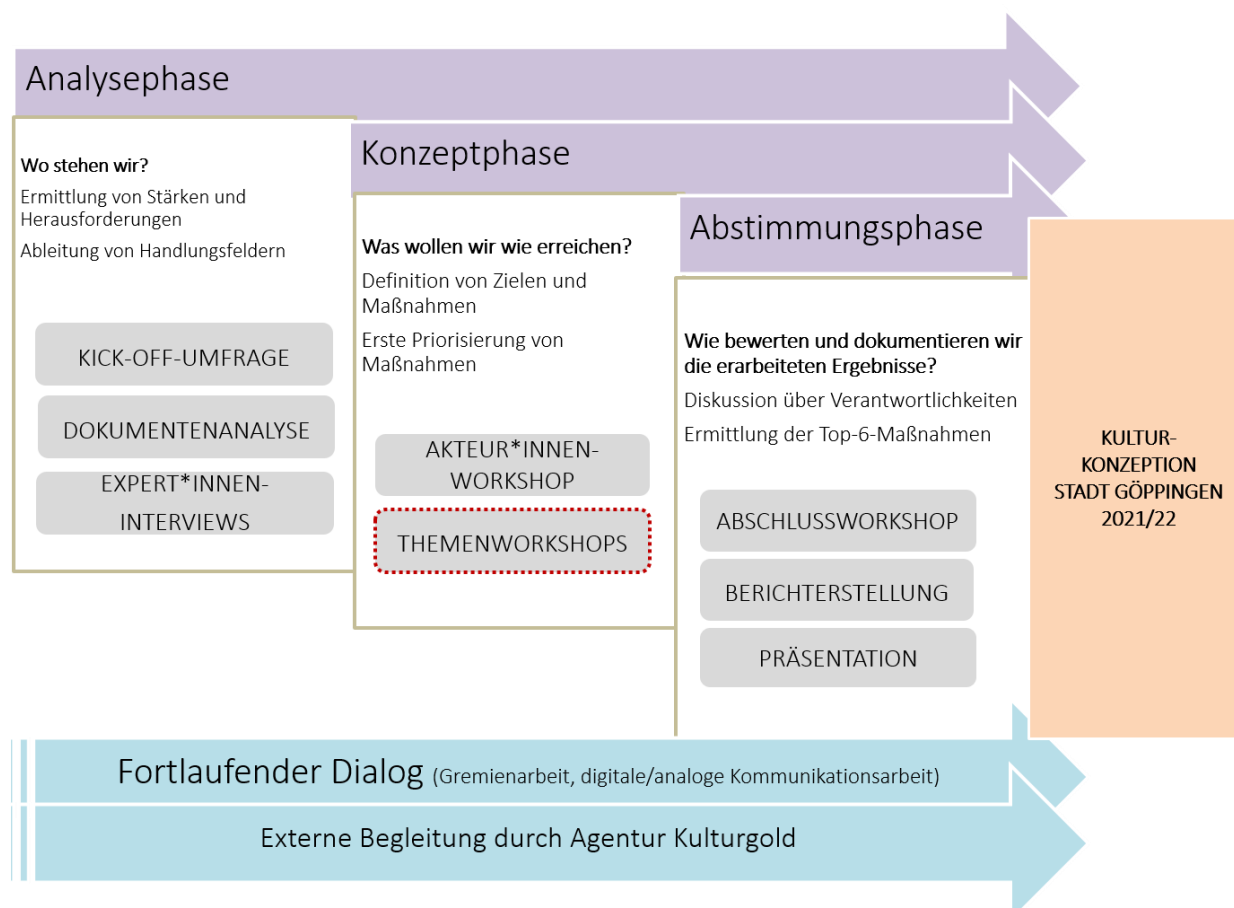


Abb. 1: Der Prozess in der Übersicht

Welche Bausteine wird die Kulturkonzeption umfassen?

Die Kulturkonzeption wird Aussagen über künftige Schwerpunkte der Kulturarbeit und -förderung in Göppingen enthalten. Für jeden dieser Schwerpunkte werden in den verschiedenen Workshops gemeinsam mit Bürger*innen und Kulturschaffenden der Stadt Göppingen konkrete Maßnahmenvorschläge erarbeitet. Zum Ende des Prozesses soll eine Verständigung darüber erfolgen, welche Maßnahmen prioritär bzw. kurzfristig angegangen werden sollen.

1 Ziele und Methodik der Themenworkshops

Zielsetzung und Themen

Im Frühjahr und Frühsommer 2022 wurden insgesamt 4 Themenworkshops und eine Zukunftswerkstatt zu folgenden Themen durchgeführt:

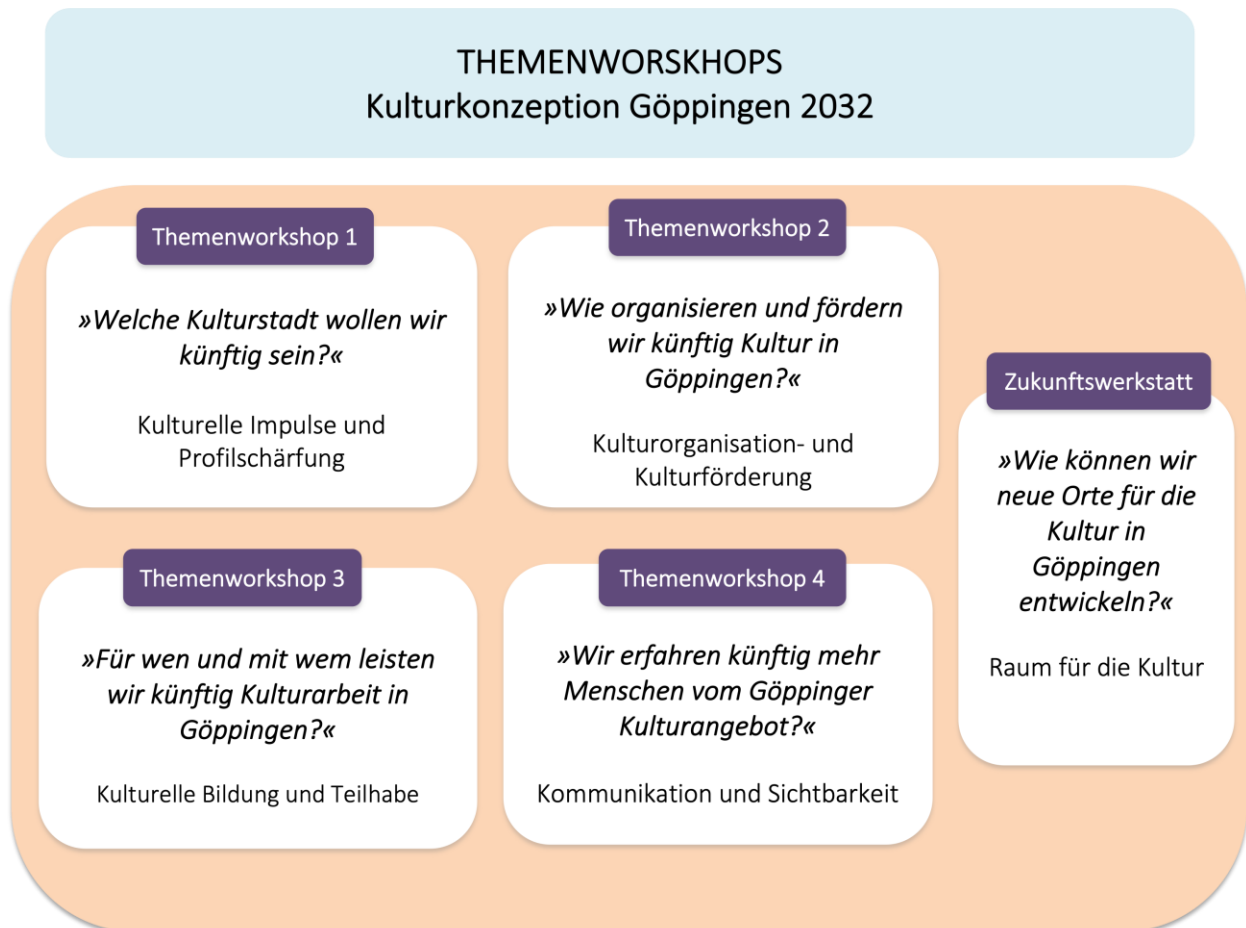


Abb. 2: Themenworkshops Kulturkonzeption Göttingen

Übergeordnetes Ziel der Themenworkshops war es, Themen- und Leitfragenstellungen zu den Handlungsfeldern mit lokalen Themenexpert*innen nicht nur in der Breite, sondern auch in der Tiefe zu bearbeiten und auf die Ebene konkreter Maßnahmen herunterzubrechen. Zusätzlich wurde eine Zukunftswerkstatt zum Thema Räume veranstaltet. Konzeption und inhaltliche Moderation der Themenworkshops und der Zukunftswerkstatt lagen bei der Agentur Kulturgold als externer Projektleitung.

Methodische Anmerkung

Während der erste Themenworkshop aufgrund der pandemischen Situation noch als digitales Format durchgeführt wurde, fanden die folgenden Workshops in Präsenz statt. Es wurde damit methodisch auf den großen Bedarf an persönlichem und direktem Austausch reagiert, den die Teilnehmer*innen nach dem ersten, digitalen Workshops rückgemeldet hatten. Um noch besser auf die Bedarfe der zahlreichen, ehrenamtlichen Kulturschaffenden zu reagieren, wurden die Workshops zudem vom späten Nachmittag in den frühen Abend verlegt.

Neben der Anpassung des Durchführungsformates erfolgte auch eine inhaltliche Ergänzung der Workshopthemen, da im ersten Themenworkshop deutlich wurde, dass das Thema fehlender bzw. neuer Räume für die Kultur in seiner Dringlichkeit und Dynamik nochmal mehr Raum bekommen sollte. Neben den vier Themenworkshops wurde daher zusätzlich eine Zukunftswerkstatt zur Leitfrage *Wie können wir neue Orte für die Kultur in Göppingen entwickeln?* realisiert.

Ablauf

In der Durchführung folgten alle vier Themenworkshops nachfolgendem Ablauf:

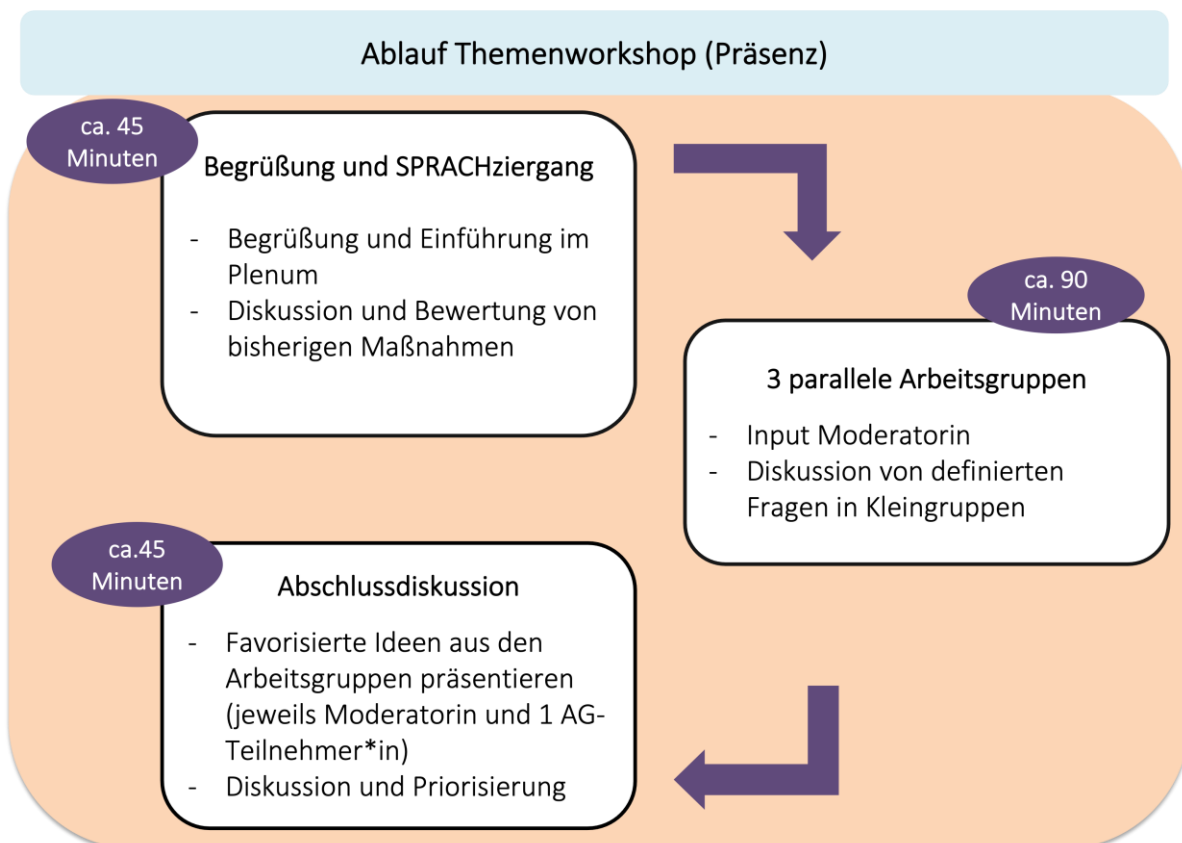


Abb. 3: Ablauf Themenworkshops

2 Zentrale Ergebnisse aus den Themenworkshops

Um Dopplungen zu vermeiden und für eine bessere Lesbarkeit wurden die Ergebnisse des ersten Themenworkshops »Kulturelle Impulse und Profilschärfung- Welche Kulturstadt wollen wir sein?« in die Stichwortprotokoll der Themenworkshops »Kulturelle Bildung und Teilhabe- Für wen und mit wem leisten wir künftig Kulturarbeit in Göppingen?« sowie »Raum für Kultur- Wie können wir neue Orte für die Kultur in Göppingen entwickeln?« integriert. Die Dopplung entstanden da zum einen das Thema der fehlenden Austausch- und Produktionsräume aufgrund seiner Virulenz bereits im ersten Themenworkshop sehr eingehend diskutiert wurde. Zum anderen wurde die Frage nach der Angebotsentwicklung vor allem mit Blick auf eine größere Teilhabegerechtigkeit eng geführt.

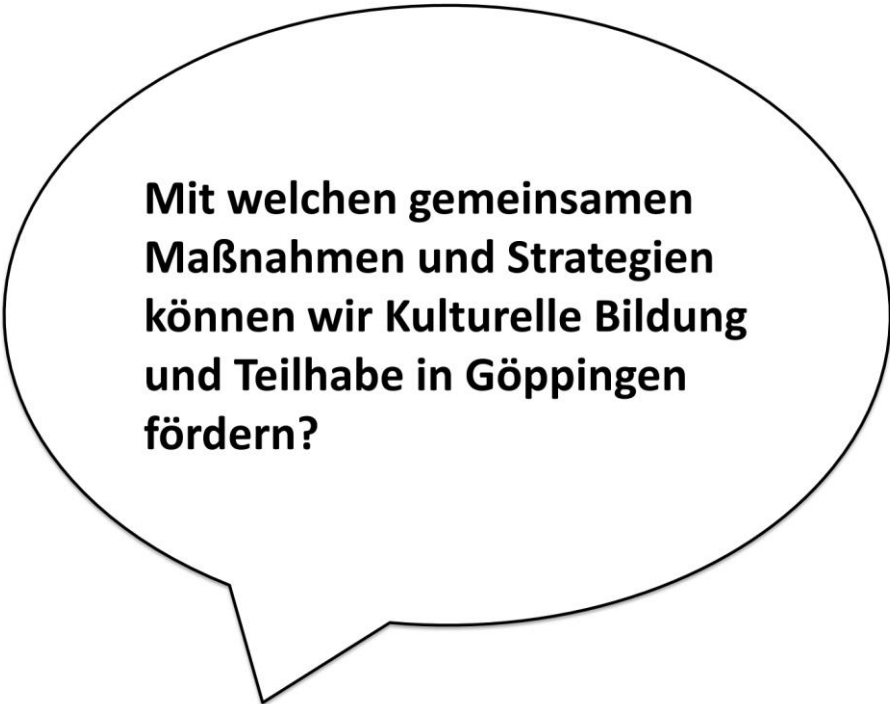
2.1 Workshop: Kulturelle Bildung und Teilhabe

Herausforderungen und Leitfragen zum Handlungsfeld Räume für die Kultur:

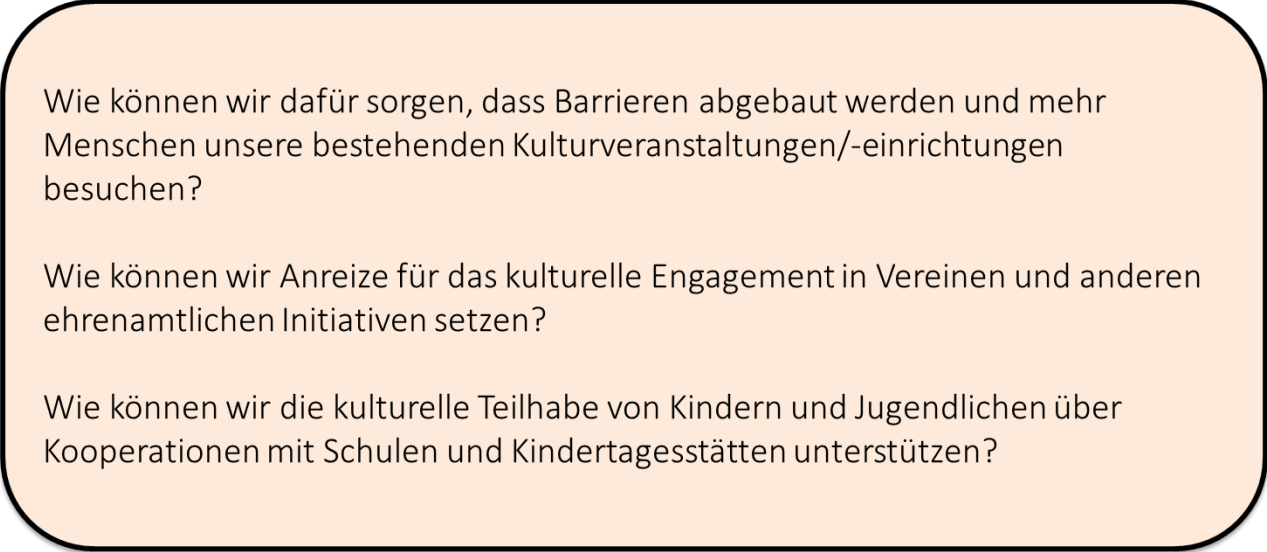


Abb. 4: Zentrale Herausforderungen Handlungsfeld »Kulturell Bildung und Teilhabe«

Die im bisherigen Prozess identifizierten Herausforderungen und Fragestellungen für das Handlungsfeld wurden anhand folgender Leitfragen bearbeitet:



**Mit welchen gemeinsamen
Maßnahmen und Strategien
können wir Kulturelle Bildung
und Teilhabe in Göppingen
fördern?**

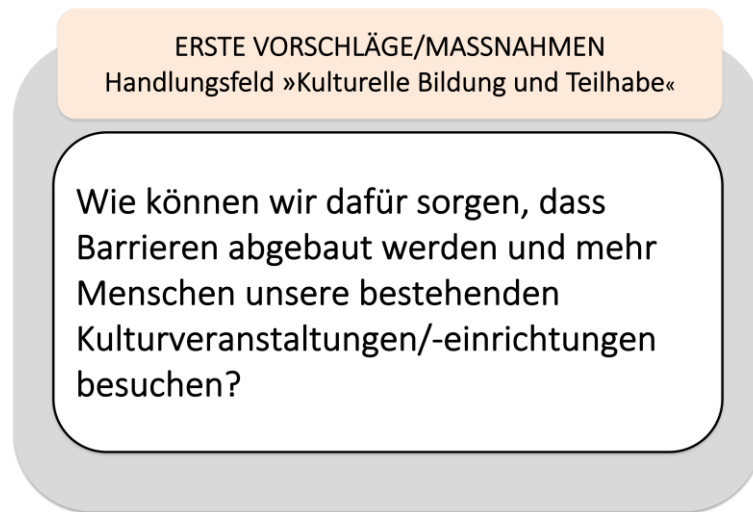


Wie können wir dafür sorgen, dass Barrieren abgebaut werden und mehr Menschen unsere bestehenden Kulturveranstaltungen/-einrichtungen besuchen?

Wie können wir Anreize für das kulturelle Engagement in Vereinen und anderen ehrenamtlichen Initiativen setzen?

Wie können wir die kulturelle Teilhabe von Kindern und Jugendlichen über Kooperationen mit Schulen und Kindertagesstätten unterstützen?

Ergebnis Gruppe 1



Bonuskarte Kultur

- Freier Eintritt für Schulen/Kitas/Kinder in Kultureinrichtungen
- Bonuskarte muss digital werden
- Anpassung Bemessungsgrenze (bisher zu niedrig)
- mit Personalausweis koppeln
- mit ÖPNV koppeln
- Bonuscard für Ehrenamt nutzen
- Erweiterung wie „Payback“
- Konsequente Kommunikation über Mittler: Kirche, Familie, Freizeitinstitutionen (Freibad ...) etc.
- Vorstellung /Einführung der Bonuskarte Kultur über Antrittsbesuch z.B. Vorstände der Gemeinden einladen > Vorstellung der Bonuscard

Kulturelle Verführung

„Begehrlichkeiten wecken“, um Hemmschwelle zu senken über...

- Sommer/Tag der (kulturellen) Verführung > Vor Ort und mit festem Termin im Jahreskalender
- Kulturmesse
- Kulturstraßenfest
- Sommer der Kontakte (Kennenlernen, Schnuppern etc.)
- Kulturnacht mit neuen Formaten nutzen

- Jugendkulturtag > Zusammenarbeit von Schulklassen mit Künstler*innen, Kooperationen fördern mit Kunsthalle, Stadtbibliothek etc.

Teilhabe von Jugendlichen /jungen Erwachsenen

- Echte Mitbestimmung von Jugendlichen > Teilhabe durch Teilgabe z.B.:
- Meet & Connect (Jugendkultur)
- Jugendkulturbeirat/Jugendkunstclub
- 1 Mal im Jahr konkrete Mitbestimmung über Kulturprojekt

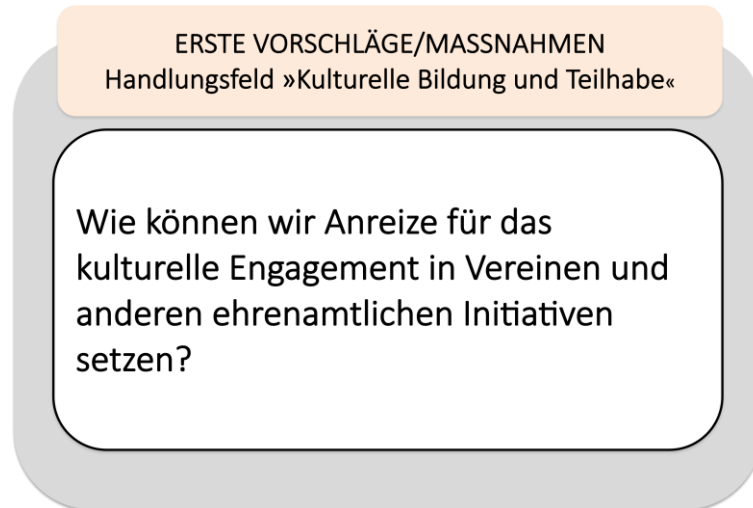
Kulturvermittler

- Türöffner /Brückenbauer/ „Mittler“ fürs »erste Mal« und darüber hinaus installieren u.a.
- (Ver)Mittler aus den Zielgruppen, z.B. Lehrer, Quartiersmanager etc.
- Gemeinden, kulturelle Gemeinschaften, Sport- und Musikvereine mit einbeziehen
- Interkulturelle Netzwerke bilden

Vermittlungsformate

- „Schnittstelle“ digitale gelbe Seiten: Kulturelle Bildung
- digitale Schnitzeljagd durch „alternative“ Stadt (über QR-Codes)
- Gruppenfahrtschein + Museumseintritt an Schulklassen vergeben
- digitales Gewinnspiel „Erlebe Dein Göppingen“ (jede Woche eine andere Kultureinrichtung im Fokus)
- Stadtbibliothek als „Dritten Ort“ etablieren > Verweilqualität
- Quartierbesuche
- Kulturshuttle (ÖPNV, Rufbus)

Ergebnis Gruppe 2



Kooperationsverträge Schule

- zwischen Schulen & Vereinen läuft über Datenbank
- dauerhaft <-> Wechsel nach 1 Jahr, wenn gefällt

Vernetzung Region

- Zukunft e.V.“ (Landkreis) > Vernetzung / Treffen regelmäßig
- Kreis/Region nicht „nur“ Austausch über Kultur, sondern auch übergreifende Themen

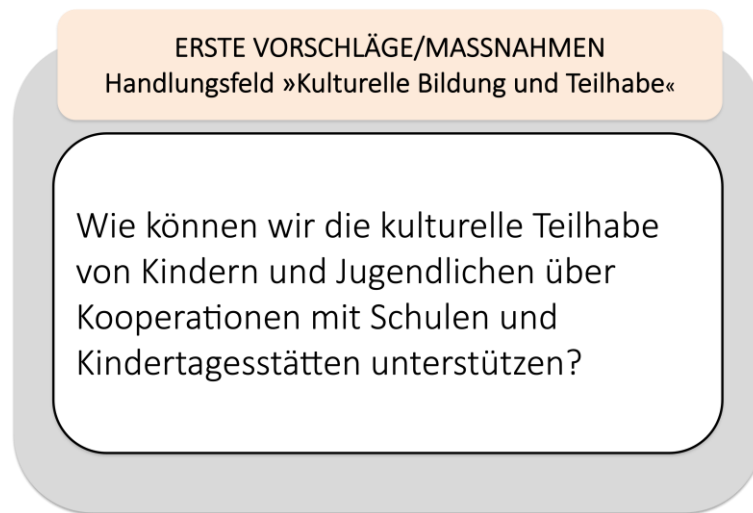
Strukturelles Empowerment

- gemeinsame Geschäftsstelle Kultur > Büro in Mehrfachnutzung für Vereine
- Beratung „Best Practice“ z.B. bei strukturellen Fragen
- Abend zu bestimmten Themen mit Info & Beratung koppeln,
- Infomappe für Vereine: digital, mehrsprachig, einfache Sprache etc.
- Förderung vereinfachen z.B. Beratung & Begleitung bei Anlaufstelle Drittmittel/Förderung

Kulturverband

- Netzwerk Ehrenamt + Hauptamt mit Profi
- Plattform aus Freiwilligenagentur mit Schnittstelle Ehrenamt & Vereinsdatenbank (Suchen/Finden, Ehrenamts-Pool für Helfer etc.)
- Austausch über Fördermöglichkeiten: Partizipation mit Perspektive

Ergebnis Gruppe 3



Kommunikation

- Angebot für die Zielgruppe bekannter machen zentrales, digitales Infoboard über kulturelle Veranstaltungen, für Pädagog*innen aufbereiten
- Visualisierung über kulturelle (Land)Karte
- Datenbank mit Filterfunktionen z.B. Städtischer Veranstaltungskalender (Altersklassen, Sparten, Zeiten etc.)
- Kommunikation in den Schulen, Themen in die Schulen tragen > Elternabende > Schulsozialarbeit
- App oder Homepage für Kulturfüchse
- Kulturfüchse ausbauen, z.B. für Jugendliche, Anbindung an Schule/Kita

Brücke Schule-Kultur-Verwaltung

- Kulturreferat als Vermittlerin: Kontaktaufnahme über Kulturreferat, um KuBi-Angebote zu finden.
- Kulturagent*in für Schulen
- Kulturfahrplan für Schulen > Möglichkeiten & Angebote & Kontakte
- Kulturkonzept-Sharing > Konzept im Pitchformat werden zur Vermittlung genutzt
- Jugendarbeit als Kooperationspartner*in z.B. Kulturpaten-Programm

Format Schulkultur

- Culture Day (wie Girls Day) / Culture Night für Junge
- Kulturschaufenster in Schulen z.B. Museums-)Pädagog*innen in Schulen schicken
- Doppelstundenprojekt: „Kunsthalle vor Ort“, Musikschule vor Ort“, Bibliothek vor Ort“

→ Schulen mit Kunst bespielen > »Schul-Galerien«

Kultur als Teil des Lehrplans

- Lehrplan freier gestalten ohne Leistungsdruck (kulturelle Bildung)
- Kunst und Sport ohne Bewertung (> Politik!)

Biiddokumentation Gruppe 3

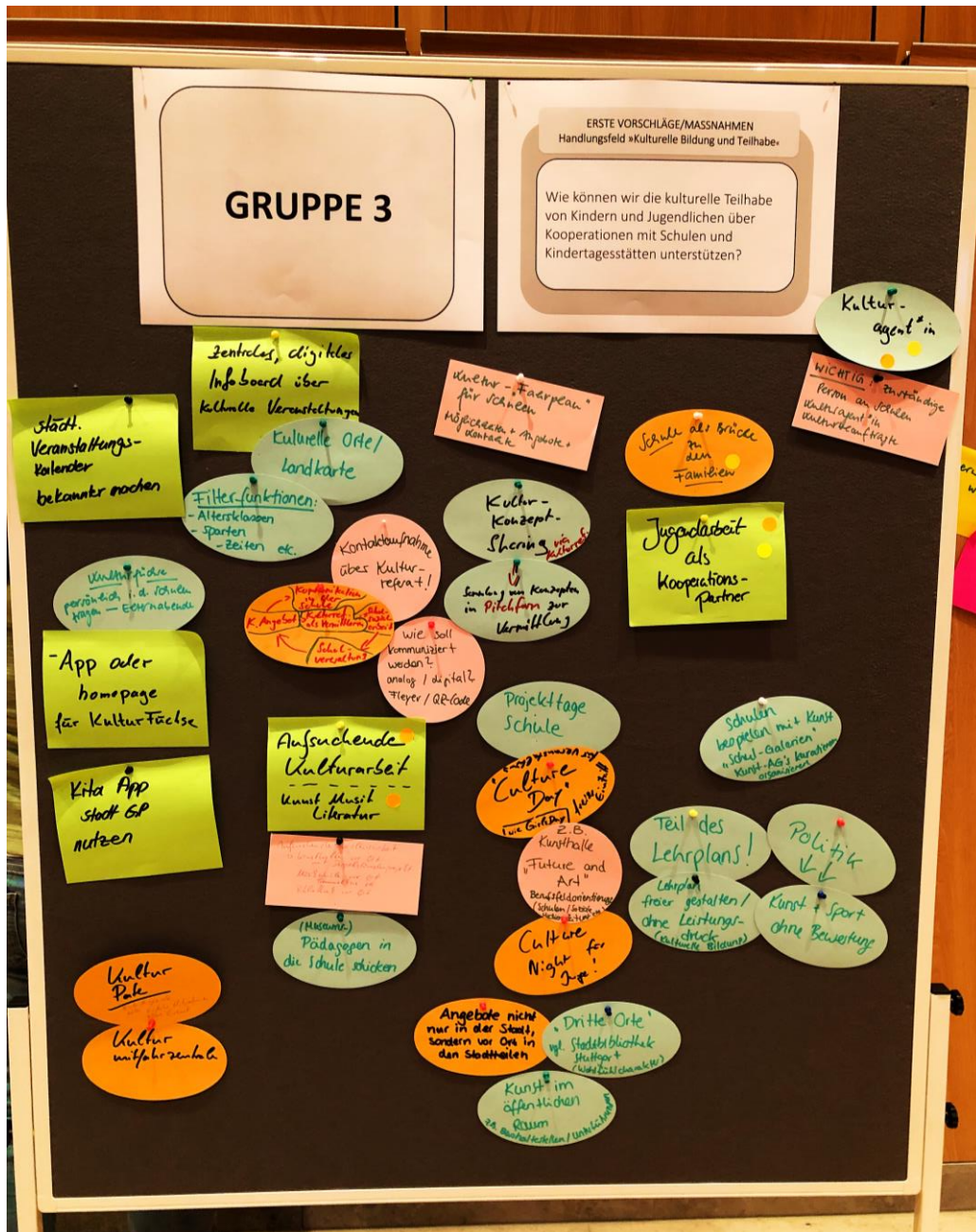


Abb. 7: Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Kinder & Jugendliche)

Ergebnisse aus dem SPRACHzierung (mit hoher Priorisierung):

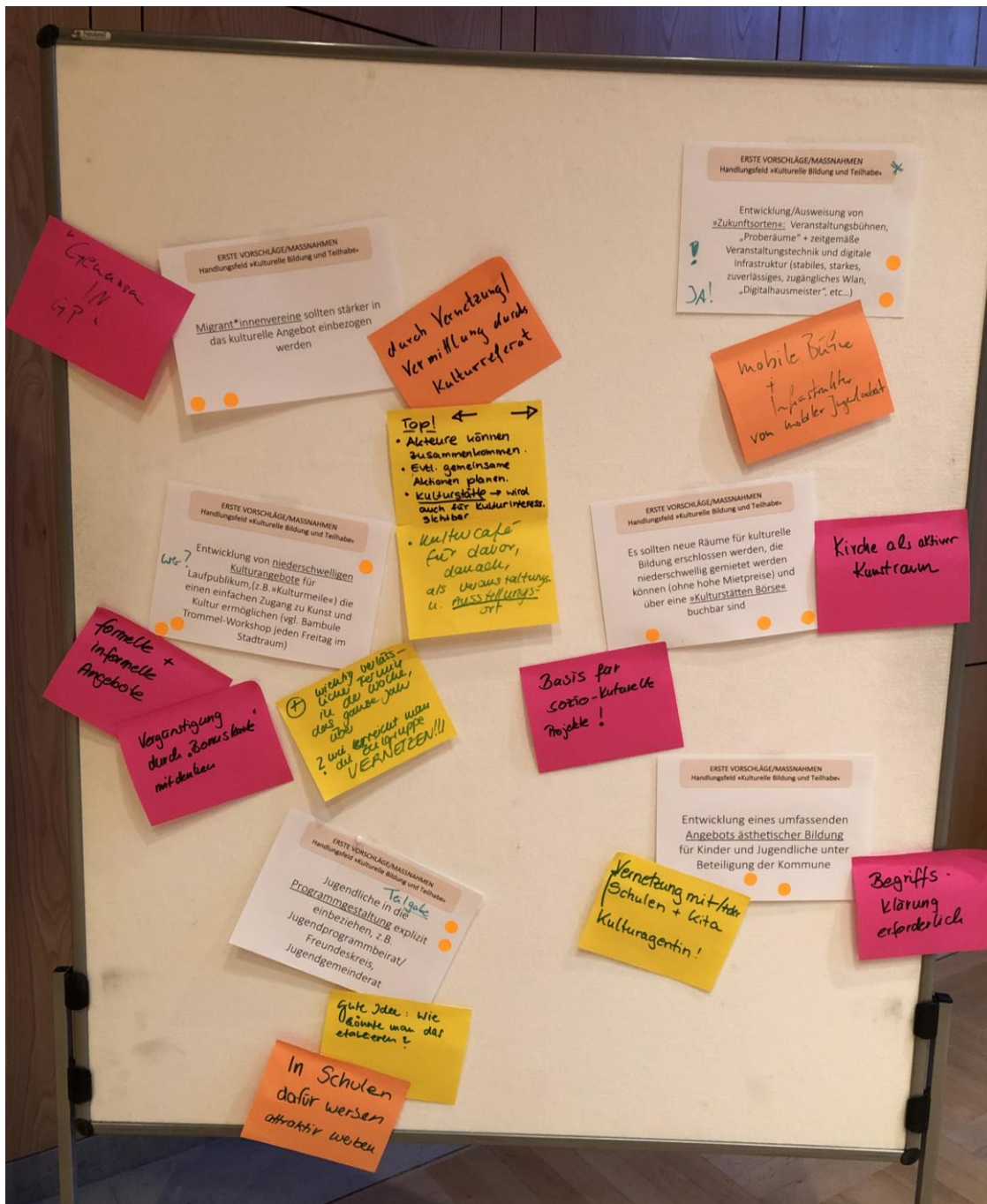


Abb. 8: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Kulturelle Bildung und Teilhabe«

2.2 Workshop: Kulturorganisation und Kulturförderung



Abbildung 9: Zentrale Herausforderungen »Kulturorganisation und -förderung«

Die im bisherigen Prozess identifizierten Herausforderungen und Fragestellungen für das Handlungsfeld »Kulturorganisation und Kulturförderung« wurden anhand folgender Leitfragen bearbeitet:

Mit welchen Maßnahmen und Strategien können wir die Kulturförderung und -verwaltung in Göppingen zukunftsorientiert weiter entwickeln?

Welche Aufgaben soll das Kulturreferat/die Kulturverwaltung künftig stärker wahrnehmen, bzw. welche Unterstützungs- und Beratungsleistungen sollten künftig Teil der Kulturförderung durch das Kulturreferat/die Kulturverwaltung sein?

Wie kann das Kulturreferat künftig stärker als bereichs- und spartenübergreifende Netzwerkstelle fungieren, unterstützt von einer aktiven Interessenvertretung der Göppinger Kulturschaffenden?

Welche Punkte sollen bei der Weiterentwicklung der aktuellen Kulturförderung berücksichtigt werden, mit Blick auf künftige Förderschwerpunkte, Förderarten und -kriterien, sowie Verfahren und Abläufe?

Ergebnis Gruppe 1

Handlungsfeld »Kulturorganisation und Kulturförderung«

Welche Aufgaben soll das Kulturreferat/die Kulturverwaltung künftig stärker wahrnehmen, bzw. welche Unterstützungs- und Beratungsleistungen sollten künftig Teil der Kulturförderung durch das Kulturreferat/die Kulturverwaltung sein?

u.a. Veranstalter, inhaltlicher Impulsgeber, Berater/Unterstützer bei Fördermittelakquise, Kommunikation und Marketing?

Aufgabenprofil Kulturreferat

- Konzentration auf Verwaltungsaufgaben
- Unterstützung von/bei Genehmigungsverfahren > Bürokratie für Kulturvereine minimieren
- Inhaltliche Schnittstelle bei neuen Ideen > Kulturamt
- Unterstützung bei Realisierung von Projektideen
- Kulturkontingent auf Rollpostern koordinieren
- Kulturleitfaßsäule (analog/digital)
- fester Ort, feste Ansprechpartner & Offene Räume für Gruppen/Kulturschaffende

Kulturförderung

- Förderung & Qualitätsmanagement von Kulturprojekten Vorstellung, Sortierung und Erläuterung der Fördermöglichkeiten und spezifischen Anforderungen durch das Kulturamt
- Fördersprechstunde, professionelles Fördermanagement
- Unterstützung bei der Fördermittelakquise
- regelmäßige „Förder-Newsletter“

Rolle Stadtverband Kultur

- Multiplikator und Unterstützung bei Förderanträgen
- zentrales Management für Räume, Equipment, Dienstleistungen etc.
- Vorhandene Player stärker unterstützen

Ergebnis Gruppe 2

Handlungsfeld »Kulturorganisation und Kulturförderung«

Wie kann das Kulturamt künftig stärker als bereichs- und spartenübergreifende Netzwerkstelle fungieren, unterstützt von einer aktiven Interessenvertretung der Kultur?

u.a. Bedarf es einer nachhaltigen Interessenvertretung Kultur? Welche bereichs- und spartenübergreifende Austauschformate sind notwendig? Bedarf es einer Interessenvertretung Kultur bzw. eines die Stadtpolitik beratenden Gremiums?

Interessenvertretung Kultur

- Stadtverband Kultur: Neuanfang unabhängig von Kulturreferat
- parallel zum Kulturamt
- Verantwortlichkeiten prüfen
- Professionelle*r Kulturmanager*in (vgl. Marketing-Einzelhandel)
- Finanzierung durch Mitgliedsbeiträge
- Beirat als Alternative

Stammtisch bzw. „Kamingespräch“

- unterschiedliche Kultur-Orte als Treffpunkte > rollierendes System
- Neue Räume für Treffen/Kultur erleben
- Agenda der Treffen: 1. Schritt: Kennenlernen, 2. Schritt: Ziele definieren
- Formate: thematisch passender Impulsvortrag mit anschließender Diskussion

Professionelle Kommunikationsstrukturen

- digitale Plattform aufbauen und betreuen
- „Gute“ Suchfilter
- spezifisches Angebot für junge Menschen/Jugendliche („Kulturskaterprogramm“)
- Implementierung & Pflege über die Stadt > Wertschätzung des Ehrenamts
- Kulturakteur*innen als Multiplikatoren
- Wissenstransfer (Schneeballeffekt)
- Regelmäßige Aktualisierungen der Vereine/Akteur*innen > Kontaktaufnahme

Ergebnis Gruppe 3

Handlungsfeld »Kulturorganisation und Kulturförderung«

Welche Punkte sollen bei der Weiterentwicklung der aktuellen Kulturförderung berücksichtigt werden, mit Blick auf künftige Förderschwerpunkte, Förderarten und -kriterien, sowie Verfahren und Abläufe?

u.a. Förderarten z. B. Projektförderung/ Vereinsförderung, Förderkriterien z. B. innovativ, teilhabeorientiert/ kooperativ/ inklusionsfördernd und Förderverfahren z. B. zeitlicher Modus, Gremien, Dokumentation, Evaluation

Allgemein

- Institutionalisierung von Förderung: Planungssicherheit
- Unterschiedliche Förderinhalte,
- Rahmenbedingungen kommunizieren
- Flexibilität für Aufstockung und/oder Änderungen
- Fördersprechstunde mit festen Zeiten
- Ablaufverfahren transparenter gestalten
- Externen Expert*innen zu Rate ziehen > Drittmittelberatung
- Einzelfall-Entscheidungen möglich machen

Raum/Technik/Personalförderung

- Räume finden/bauen/umnutzen: Kleine Bühne, mobile Bühne
- Equipment für Szene zur Verfügung stellen
- Bus/Shuttle für Zuschauer*innen zur Verfügung stellen
- Personelle Förderung andenken
- Genehmigungen formlos und kostenlos für e.V. anbieten

Leuchtturm-Kooperationen

- innovatives Großprojekt in städtischer Verantwortung z.B. Festival, neue Sparte, Fokusevent
- Vernetzung mit freier Szene, auch freie Formate und Initiatoren möglich
- Projektleitung auch über externe Freelancer möglich

→ Fördergründe: Vielfalt, junge Erwachsene, Innovationen etc.

Bilddokumentation Gruppe 3

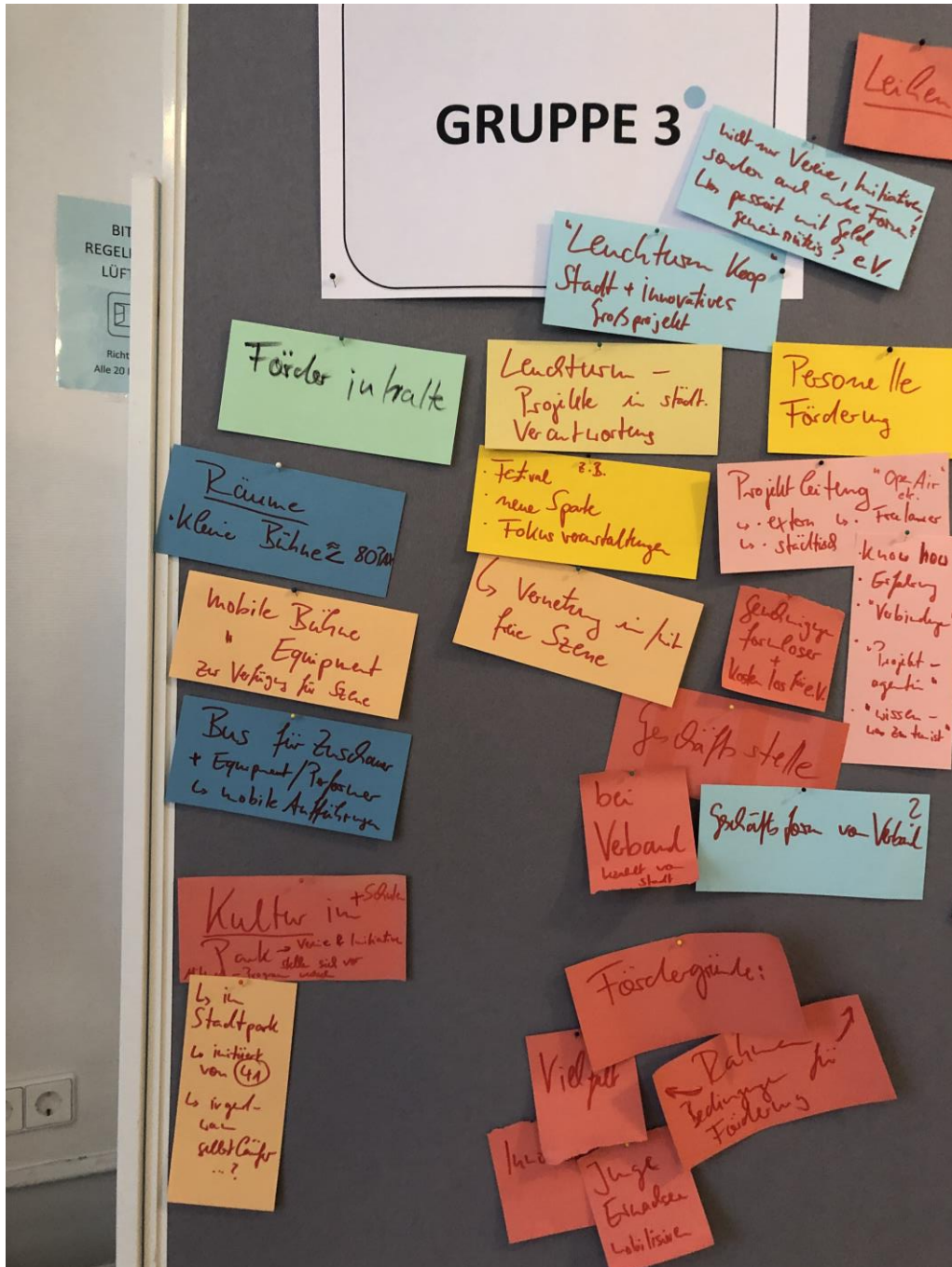


Abb. 11 Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Förderschwerpunkte)

Ergebnisse aus dem SPRACHZiergang (mit hoher Priorisierung):

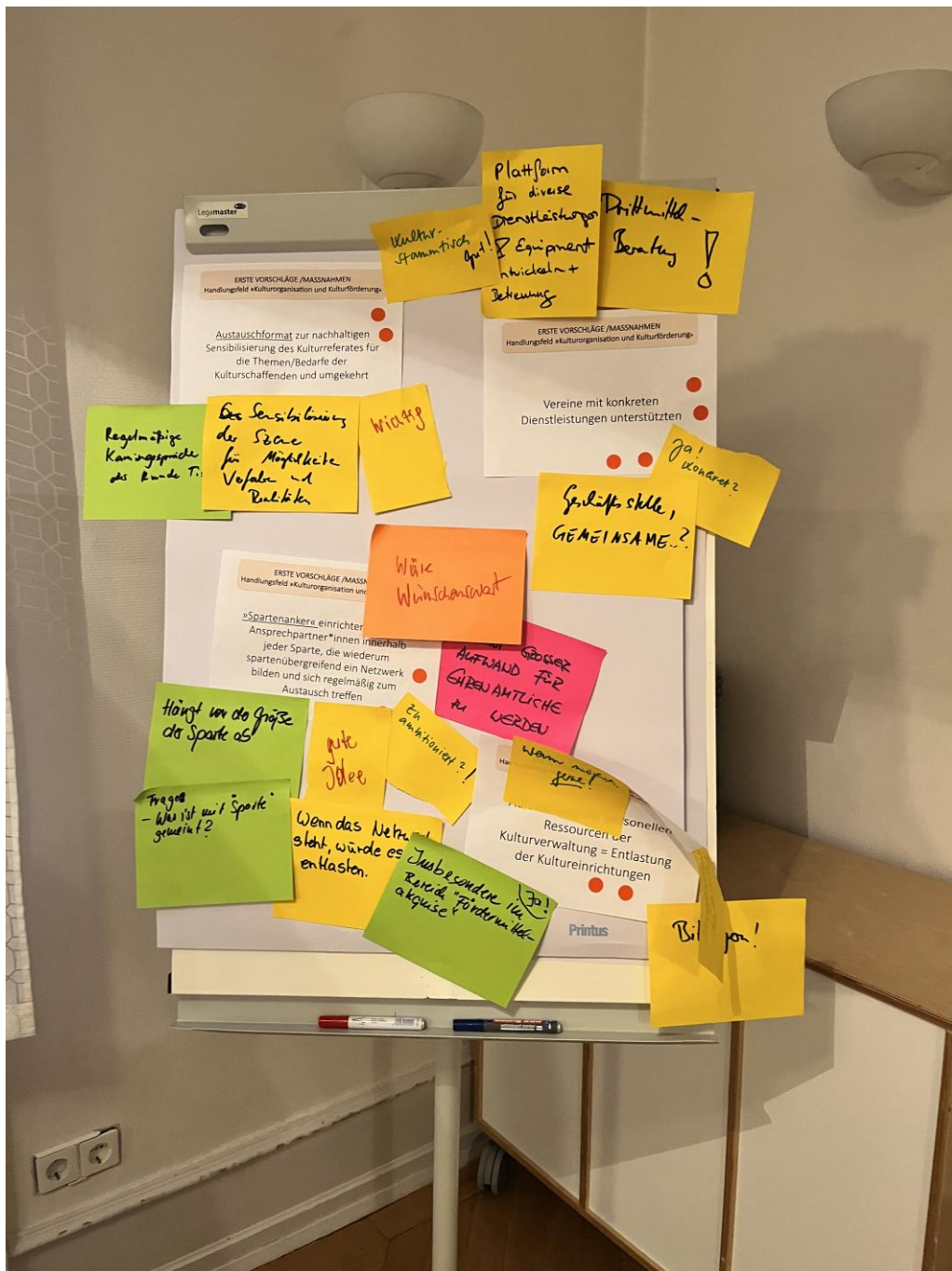


Abb. 13: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Kulturorganisation und Kulturförderung«

2.4 Workshop: Kommunikation und Sichtbarkeit

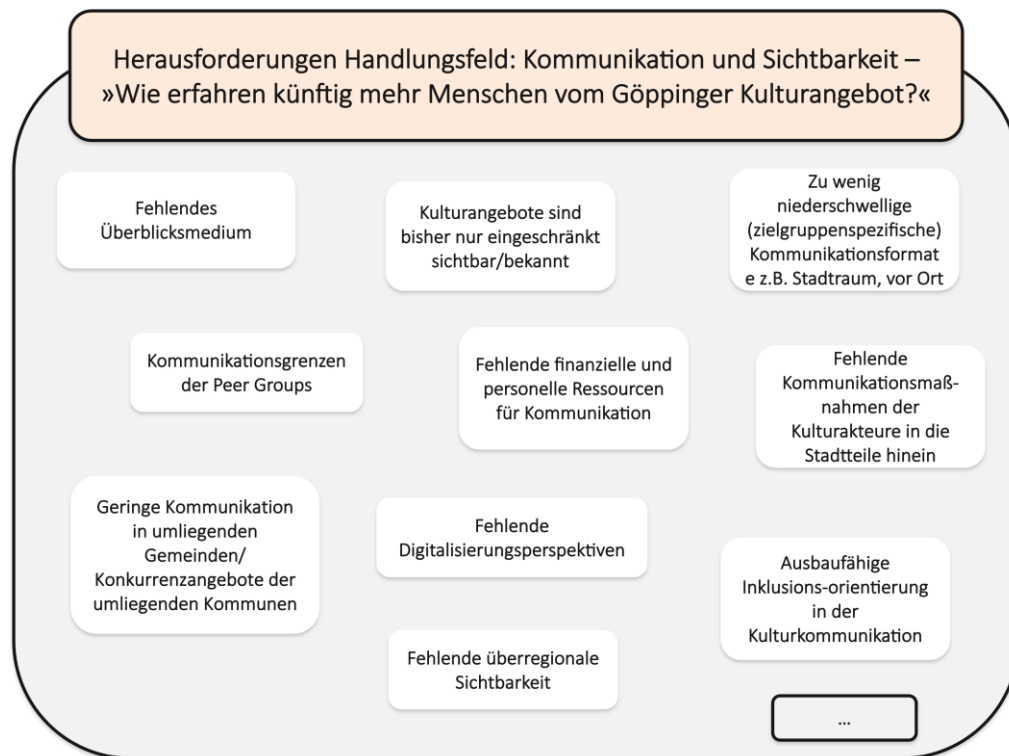
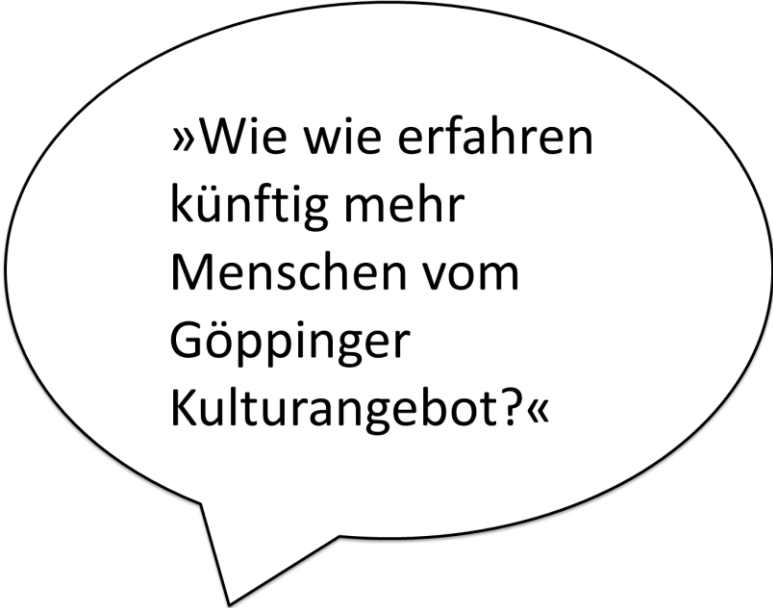


Abb. 14: Herausforderungen Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«

Die im bisherigen Prozess identifizierten Herausforderungen und Fragestellungen für das Handlungsfeld »Kommunikation« wurden anhand folgender Leitfragen bearbeitet:



»Wie wie erfahren
künftig mehr
Menschen vom
Göppinger
Kulturangebot?«

Wie können Kulturinformationen in Göppingen gebündelt und auf digitalem und analogem Weg einfacher zugänglich gemacht werden?

Mit welchen (unkonventionellen) Maßnahmen können wir die Aufmerksamkeit von Menschen gewinnen, die sich nicht regelmäßig über Kulturangebote informieren?

Mit welchen gemeinsamen Kommunikationsstrategien und Maßnahmen kann das Göppinger Kulturangebot mehr regionale und überregionale Sichtbarkeit erlangen?

Ergebnis Gruppe 1

Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«

Wie können Kulturinformationen in Göppingen **gebündelt** und auf **digitalem und analogem Weg** einfacher zugänglich gemacht werden?

u.a. Welche Rolle kann hierbei eine digitale Informationsplattform spielen? Welche Chance bieten hierbei weitere digitale Medienformate, z.B. Social Media, App-Anwendungen? Welche individuellen Kommunikationsstrategien sollten künftig mit Blick auf die einzelnen Zielgruppen verfolgt werden?

Struktur/Orga

- Stelle schaffen für Kommunikationsverantwortliche*n
- Kooperation mit Tageszeitung/PIG
- Kulturseite 1/monatlich in GEPPPO und/oder Gemeindeblättern
- Geppo: Erweiterung des Einzugsgebiets über die Stadtgrenzen hinaus,

Relaunch der Website

- Userfreundlich durch schnellen Zugriff
- Generativ
- Städtische Homepage als Startpunkt
- Microsite für Kultur
- Schulung der städtischen Akteur*innen für Pflege der Website
- „Pflegeanleitung“ erstellen
- Koordinierte Einladung & Reminder an alle Vereine und Kulturakteur*innen
- Filterfunktionen definieren (Datum, Sparte etc)
- Kulturfüchse ausweiten (Personas zu Rate ziehen)
- Leichte Sprache > Willkommenskultur

Kulturlogo /Kultur Icon /für gemeinsamen visuellen Auftritt erstellen lassen

- z.B. Social Media
- z.B. Stadtraumbespielung

Analoges Austausch-Format

- jährlich etablieren
- Kulturfrühstück
- Stammtisch

Analoge Vernetzung des digitalen Angebots

- Karten/Flyer/Bierdeckel mit QR-Code verteilen (Stadtführer, Gastronomie, Städtische Einrichtungen als Multiplikatoren)
- Kultur-Adventskalender
- Löwenpfade bewerben
- Daten als Aufhänger für bestimmte Angebote nutzen („Muttertag ist Kulturtag“)

Bilddokumentation Gruppe 1



Abb. 15: Ergebnis-Stellwand 1/2, Fragestellung 1 (Bündelung Informationen)

Ergebnis Gruppe 2

Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«

Mit welchen (unkonventionellen) Maßnahmen können wir die Aufmerksamkeit von Menschen gewinnen, die sich nicht regelmäßig über Kulturangebote informieren?

*u.a. neue Plakat- und Werbeflächen, Leitsysteme, Screens, VR-Anwendungen, Imagekampagnen, Pop-up Aktionen im Stadtraum/in den Stadtteilen, Kooperationen mit Multiplikator*innen bzw. Influencer*innen der jeweiligen Zielgruppe, Entwicklung gemeinsamer Narrative*

- Neue Orte in der Stadt bespielen (Kunsthalle)
- Interaktive Formate entwickeln
- Gewohnte Orte und Plätze für spezifische Veranstaltungen verlassen und neue Orte aufsuchen
- Offener Tisch als niedrigschwelliges Angebot
- Netzwerk-Plattform „Kultur-Buddy“ etablieren, als App-Anwendung aufsetzen?
- Digitale Punkte-Sammelkarte einführen in Verbindung mit Veranstaltungskalender-App
 - Punkte sammeln über QR-Codes bei Veranstaltungen
 - Kulturprämien als Anreiz
- (Analoge) Hinweise auf Veranstaltungskalender (über QR-Code oder Link)
 - Medium: Serviette, Bierdeckel, Flyer etc.
 - Ort: Kultureinrichtungen, Veranstalter, Taxen, ÖPNV, iPunkt, Gastronomie
- „Kleine“ Angebote anbieten, um Hürden abzubauen z.B. Walking Acts, Straßenmusik
- Neue und offene Angebote für unterschiedliche Zielgruppen entwickeln
- Leitfaden für Inklusion entwickeln
- Flyer „übersetzen“
- Ansprache über Beratungsangebote & Netzwerke
- Kultur-Mentor*innen als Partner*innen „ausbilden“
- Workshop durch Institutionen anbieten zur Unterstützung von bürokratischen Vorgängen
- „Kultur-Briefkasten“ zum Einwurf von Wünschen der Bewohner*innen aufstellen

Ergebnis Gruppe 3

Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«

Mit welchen gemeinsamen Kommunikationsstrategien und Maßnahmen kann das Göppinger Kulturangebot mehr regionale/überregionale Sichtbarkeit erlangen?

*u.a. Kooperationen mit angrenzenden Kommunen, regionalen Kulturakteur*innen, gemeinsame Narrative*

Themen

- Themenspezifische Veranstaltungen > nicht zwingend ortsgebunden
- Subkultur als überregional sichtbare Sparte weiter ausbauen
- Image der Stadt stärken und Strahlkraft erhöhen
- Diversität fördern und Hürden durch Kultur abbauen
- Rücksicht auf andere Gemeinden im Umkreis nehmen
 - > Vernetzung ausbauen
- größere Events etablieren
- Kultur-/Musiknacht
- Interkulturelles Fest

PR/ÖA organisieren und verstärken

- Highlights/Attraktionen bewerben
- Kulturfüchse für „Erwachsene“ anwednen
- Dauerhafter Kulturkalender
- „Tauschanzeigen“ mit überregionalen Medien
- Integration von Kulturveranstaltungen anderer Kommunen/Gemeinden in den Göppinger Veranstaltungskalender
- Kulturbeilage in (über)regionale Presse einbringen
- Kulturmagazin erstellen > Vertriebsmöglichkeiten klären
- regionale Kulturmagazine (PIG/Xaver) stärker in Planungen einbeziehen

Kulturleitsystem

für die Stadt gestalten:

- Sichtbarkeit an Bahnhöfen, öffentlichen Plätzen, ÖPNV etc.
- Aufmerksamkeitspotential erhöhen

Website und Soziale Medien

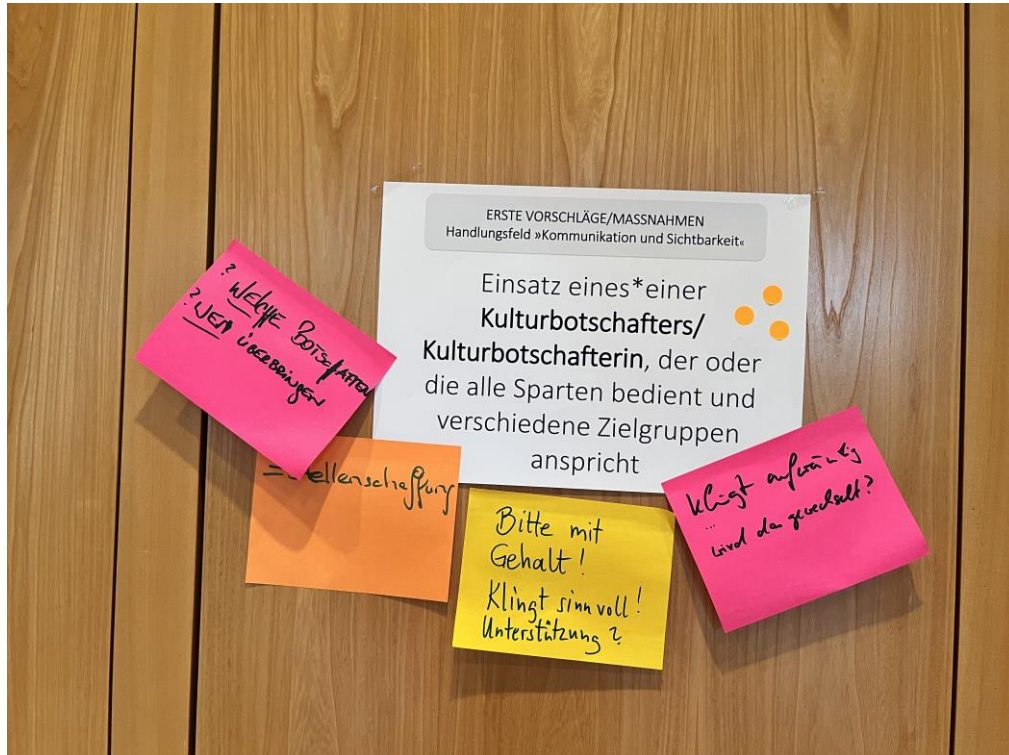
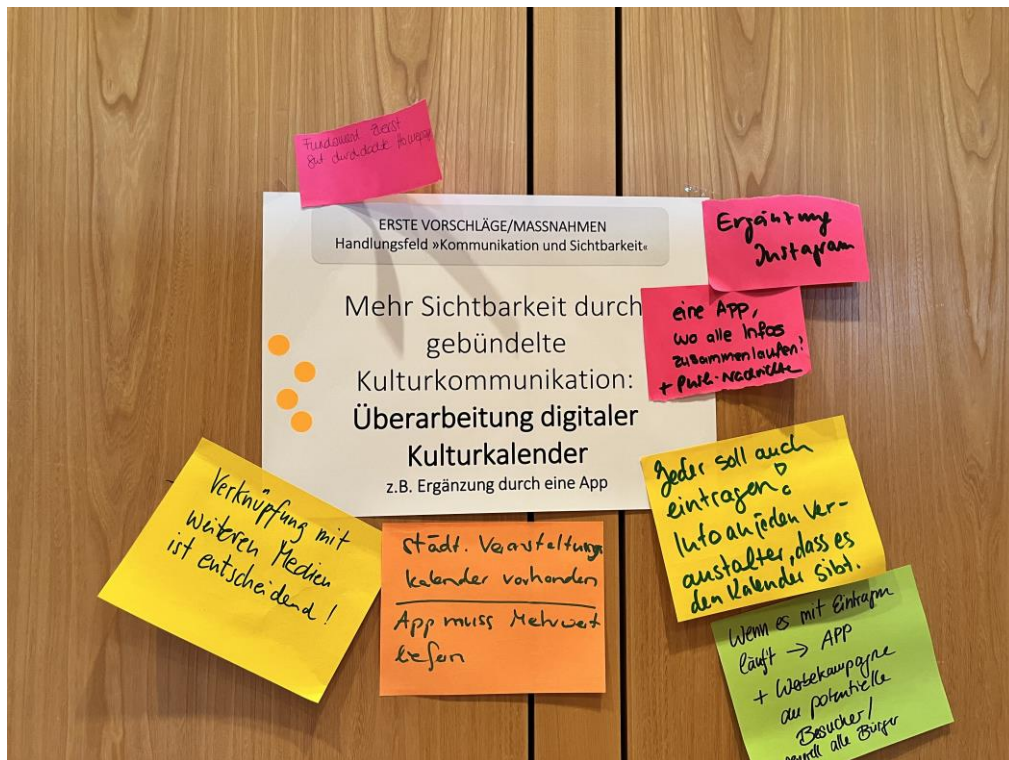
- responsive Website (anstatt App) zur Netzwerk-Plattform ausbauen
 - Filterung an Bedarfe anpassen
 - Überregionale Vernetzung anstreben
- Instagram als Erweiterung des Kulturkalenders
- Thementage etablieren (#motivation_Monday etc.)
- „neue“, alternative Soziale Medien nutzen, um andere Zielgruppen zu erreichen (TikTok oder Discord)
- Testimonials engagieren
- Kulturamtsnetzwerk stärken und Themen vorsortieren

Bilddokumentation Gruppe 3



Abb. 18: Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Strategien zur Sichtbarkeit)

Ergebnisse aus dem SPRACHzierung (mit hoher Priorisierung):



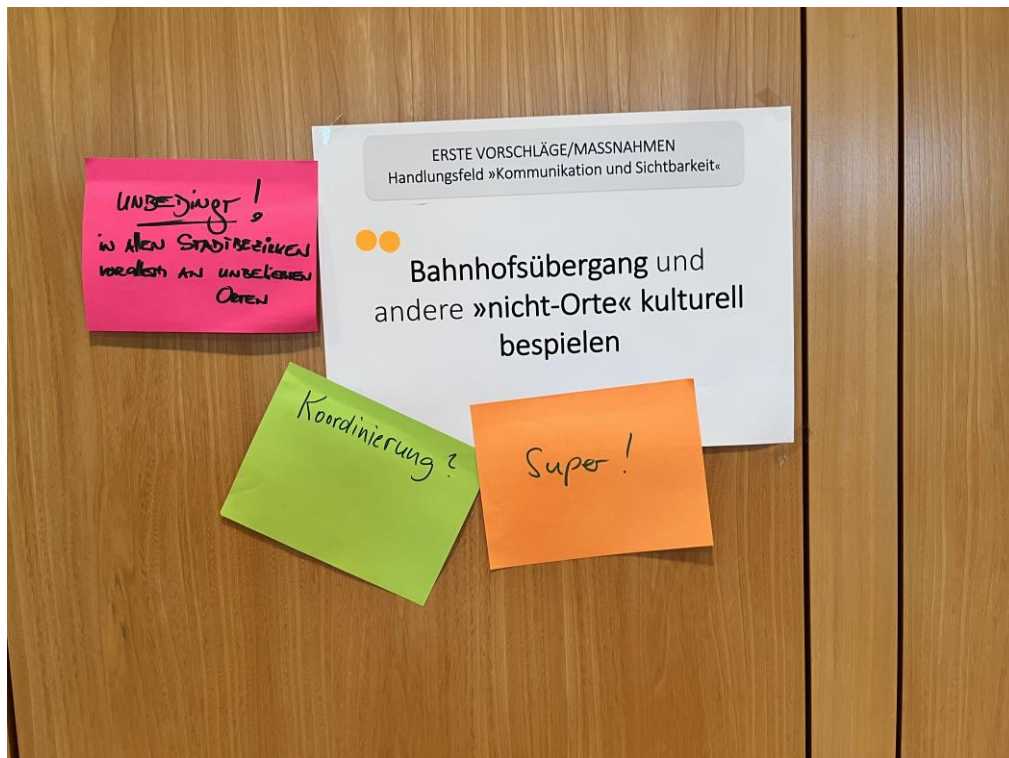
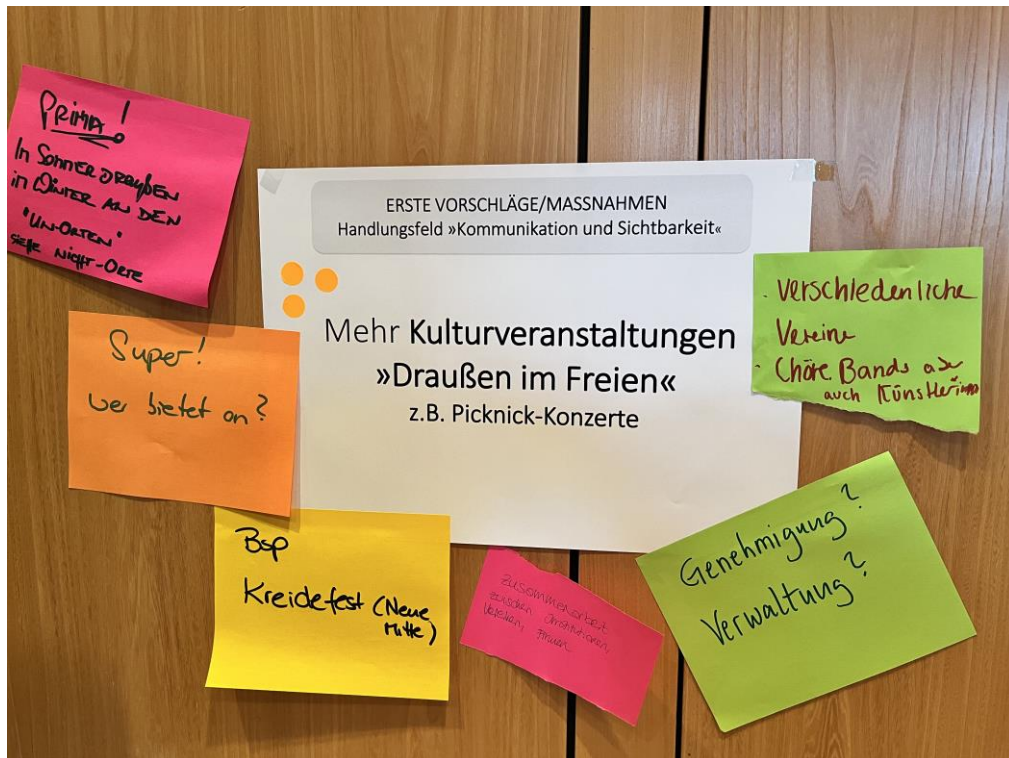


Abb. 19: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«

2.5 Zukunftswerkstatt: Raum für die Kultur

Herausforderungen und Leitfragen zum Handlungsfeld Räume für die Kultur:

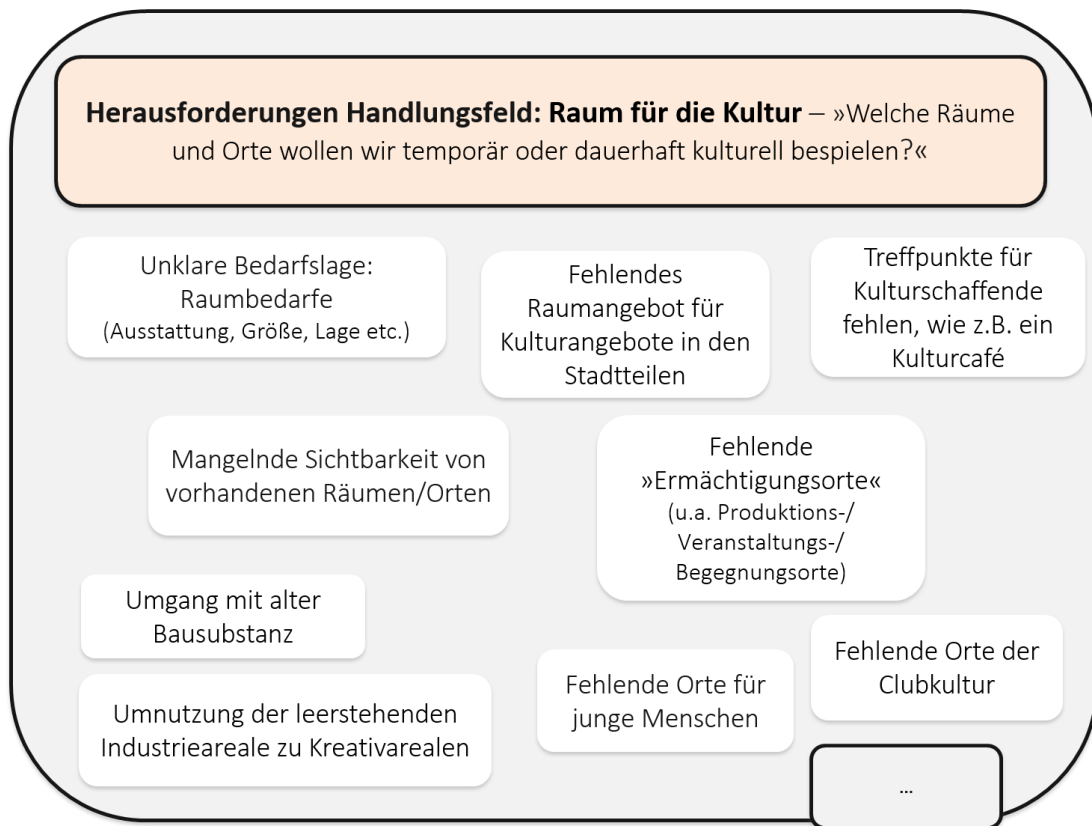


Abb. 20: Herausforderungen Handlungsfeld »Raum für die Kultur«

Welche Räume und
Orte wollen wir
temporär oder
dauerhaft kulturell
bespielen?

TISCH 1: BEDARFE ERMITTELN

Wer hat welchen konkreten Raumbedarf?

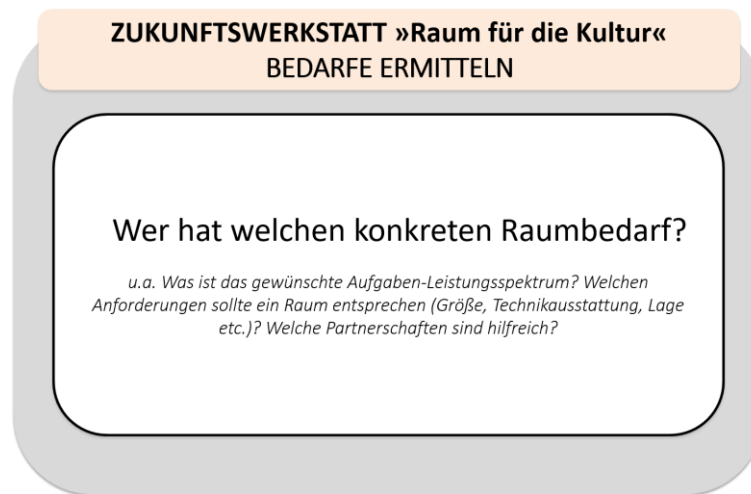
TISCH 2: SICHTBARMACHUNG

Wie können vorhandene Räume sichtbar und zugänglich gemacht werden?

TISCH 3: UMSETZUNG / REALISIERUNGSSTRATEGIEN

Welche Orte/Räume bieten das Potenzial temporär oder dauerhaft bespielt zu werden?

Ergebnis Gruppe 1



Allgemeines

- Raumentwicklung vor Leerstand
- Vergabekriterien für Räume (Bewerbung)
- Erfassung Bedarfe und Räume: „Börse“ entwickeln (Kriterien für Vergabe? Zeitliche Begrenzung als Chance)
- Raumbörse zentral denken: an Beratung ankoppeln
- Ort für Großveranstaltungen fehlt (indoor und outdoor)

Vorhandene Räume

- Gemeindesäle (Teilorte)
- Aulen in Schulen
- Haus der Jugend (Räume für ca. 40 Personen)
- Rahmen 18 (kleiner Veranstaltungsort, in der Entwicklung, Nutzung möglich)
- Haierbad in Faurndau (Ausstellungsfläche)

Mobile Bühne

- Bühnen sind da, aber wer kümmert sich? Organisation und Verbindlichkeiten klären
- Bühnen auf Lastwagen teuer (bei Bedarf/ Stadt mieten)
- mehrere Kulturinitiativen wollen/müssen Bühne anschaffen (aktuell)
- Schiller-Realschule (und ggf. andere Schulen) haben eine Bühne

- Wenn Equipment zentral verwaltet: innerhalb der „Raumbörse“
- Gibt es schon Bühnen mit geringer Nutzung? → vorhandenen Bühnen werden (zu) wenig genutzt

Lagerflächen/Büroräume

- für Technik, Bühne, Fundus (z.B. Staufer Festspiele)
- Kulturvereine: Bedarf an Lagerflächen und Büroräumen (in der Nähe des AEW)
- Büroräume oder 1 großer Raum (kann klein anfangen und wachsen „1 Raum mit Schreibtisch“)

Proberäume

- Proberäume für 20-30 Personen gesucht

Auftrittsräume

- Auftrittsräume für ca. 50-100 Zuschauer*innen gesucht
- Wunsch: Preisgünstige Mieten

Industrieareale

- Erschließung des Boehringer Areal („Taube auf dem Dach“)
- JAZZ IG Bedarf: Lager für Technik und perspektivisch eine Jazz Kneipe
- „Co-Working Space“, „große Lösung“ mit Proben- und Aufführungsräume
- „Telekom-Haus“? („Immobilienverwaltung kommt nicht in die Puschen“)
- „Schuler-Tower“ → Wenn verfügbar, dann großes Potenzial für „große Lösung“

Jugendhaus

- Sanierungsbedarf und Potenzial, weiter zu nutzen und auszubauen

Aufenthaltsräume

- Fehlende Aufenthaltsräume für Sitzungen

Co-Working

- Fehlende Co-Working-Räume für Vereine und Initiativen

Kulturzentrum

- Wunsch nach einem Kulturzentrum, das verschiedene Raumbedarfe abdeckt > Oben Büroräume/Co-Working/Start-ups
- Nutzung abends von Vereinen
- Probenräume (tagsüber Haus der Familie, Proben mit Senior*innen)
- Aufführungsraum

- Lager im Keller
- → Könnte Haus der Jugend potenziell abdecken (Gute Lage für Kulturvereine)

Weitere Themen

- Orte sind unterschiedlich „sexy“
- Mangel an Orten, die mit gestaltet werden können „freie Hand für Gestaltung“
- Entwicklung einer „eigenen Note“
- Livemusik Kultur etablieren/ Publikum „erarbeiten“
- Schumannstraße 18: Gebäude kaufen → Umnutzung (akut/aktuell)
- „Größere Lösung“ (z.B. Haus der Jugend): Finanzielle Unterstützung (Förderung), Rahmen vorgeben, wie vergeben wird, Struktur/Vergabe/Organisation!
- Immobilienkonzeptionsprozess der Kirchengemeinde: gemeinsame Nutzung anstreben
- Pfarrstr. 45“: Hr. Contess/ Hr. Zweigle (Kontakt aufnehmen): Perspektive für die kommenden 3-4 Jahre

Bilddokumentation Gruppe 1

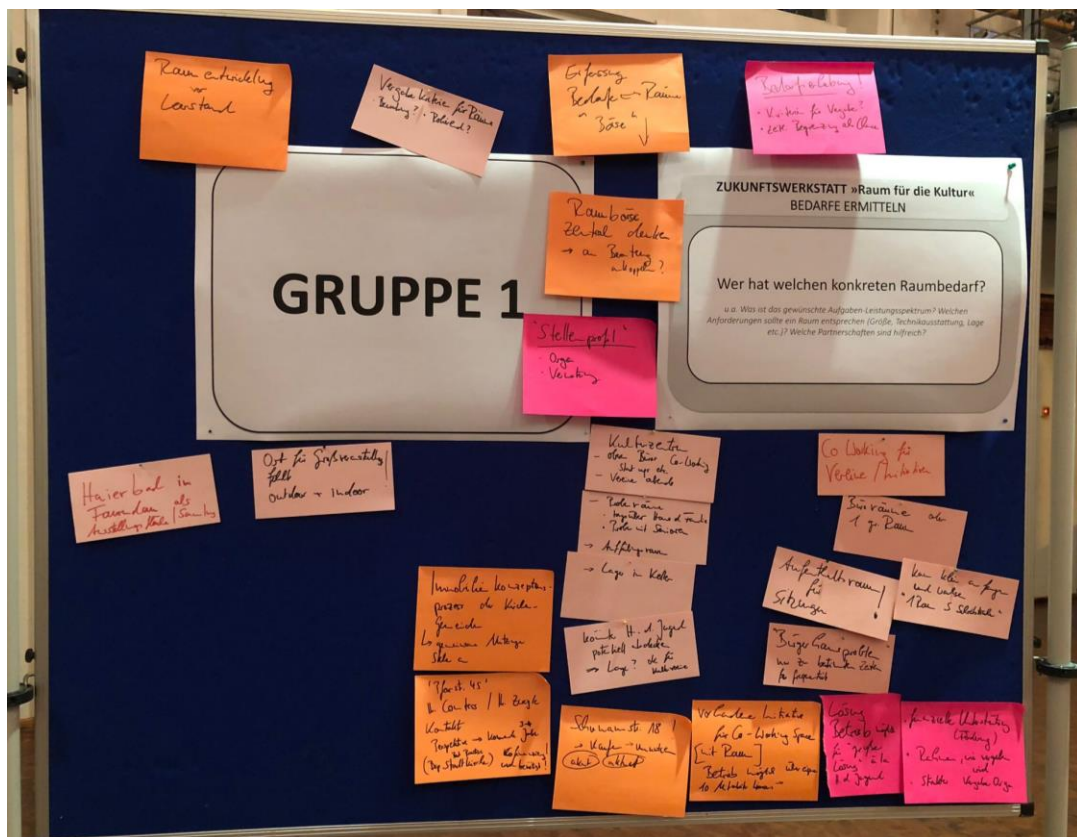
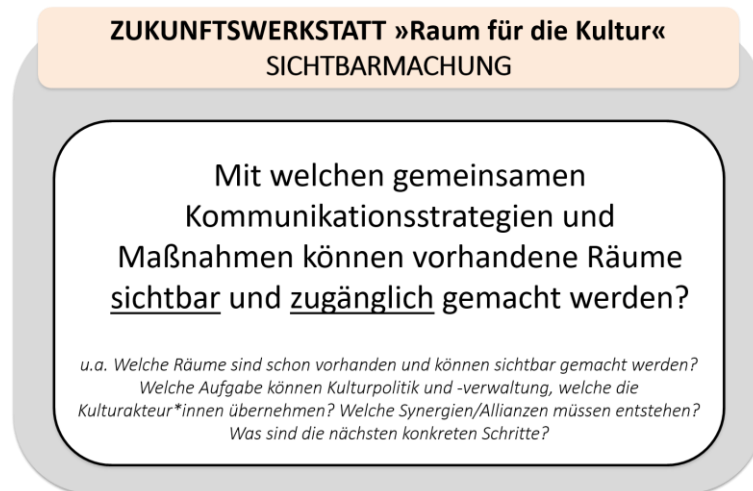


Abb. 21: Ergebnis-Stellwand 1, Fragestellung 1 (Bedarfe)

Ergebnis Gruppe 2



Allgemeines

- Ergebnisse Kulturkonzeption und Wegekompas vereinen

Kunst/Kultur im öffentlichen Raum

- Fehlende Wertschätzung von Kultur im öffentlichen Raum
- Kunst und Kultur bei der Gestaltung öffentlicher Räume/Orte einbeziehen (vgl. Kunst im öffentlichen Raum in Schorndorf)
- Erschließung der Fils

Entwicklung einer „Raumbörse“

- Schritt: Eine Liste mit vorhandenen Räumen/Orten zusammenstellen (Verfügbare Zeiten aufnehmen/ Wie sind die Räume/Orte bisher genutzt?), Sammeln und offen legen
- Kriterien aufnehmen: Ausstattung (Bühne, Technik, Küche, Moderationskoffer, Größe etc.)
- Unterstützung mit aufnehmen (z.B. Techniker, der die Technik bedient/beherrscht)
- Filterfunktionen der Kriterien
- Mit aufnehmen, was im jeweiligen Raum möglich ist (Lautstärke, Personenbegrenzung): „Was kann ich dort machen?“
- Im Internet: Webseite (Plattform vgl. ähnliche Börsen, wie Airbnb)
- Einfache Sprache
- Organisation: Einrichtung einer verantwortlichen Stelle (nicht vom Ehrenamt leistbar!)

- Zentrale Stelle, z.B. beim Kulturreferat angesiedelt oder ein zusätzliches „Kulturbüro“ schaffen (vgl. Stadt Karlsruhe)
- Digitalisierter Prozess (Vereinfacht, Vertragliche Themen, Bezahlung mit Paypal, Rahmenverträge (Versicherung/Haftungsfragen))
- Management: Muss sicherstellen, dass die Räume „im Sinne der Kultur genutzt werden“
- Reinigung der Räume: Verpflichtung, die Räume sauber und ordentlich zu verlassen, ggf. Extra-Kosten für die Reinigung (Kautions hinterlegen)
- Es müssen Anreize geschaffen werden, damit Räume zur Verfügung gestellt werden (Finanzierung? Z.B. höhere Zuschüsse/ vergünstigte Standplätze bei Festen)
- Schlüsselübergabe regeln; z.B. Schlüsselcodes
- standardisierte Nutzungsverträge nötig
- „Equipment-Börse“ integrieren
- Grundsätzliche Haltung entwickeln: Teilen und Zusammendenken
- Bewusstsein schaffen, dass es Räume gibt → Angst nehmen, Räume frei zu geben! Raum für Begegnungen/Kooperationen schaffen
- Experten heranziehen
- → Best-Practice-Beispiel: „Shquared.com, die Plattform für Mehrfachnutzung in München“

Kommunikationsmaßnahmen

- Flyer Aktionen
- Quittungen auf der Rückseite mit Informationen (z.B. über die „Raumbörse“) bedrucken
- Social-Media-Kanäle nutzen, (vorhandene Kanäle nutzen und ausbauen)

Bilddokumentation Gruppe 2



Abb. 22: Ergebnis-Stellwand Fragestellung 2 (Sichtbarmachung)

Ergebnis Gruppe 3

**ZUKUNFTSWERKSTATT »Raum für die Kultur«
UMSETZUNG / REALISIERUNGSSTRATEGIEN**

**Welche Orte/Räume bieten das Potenzial
temporär oder dauerhaft bespielt zu
werden?**

*u.a. Welche Räume und Orte wollen wir KURZFRISTIG, MITTELFRISTIG oder
LANGFRISTIG wie bespielen?
Welche Voraussetzungen braucht es dafür?
Welche Realisierungsstrategien sind für die mittel-langfristigen Realisierung eines
Kulturareals/Kulturquartiers vorstellbar?
Welche Akteure sollen/müssen beteiligt werden? Was sind die nächsten
konkreten Schritte?*

KURZFRISTIG (d.h. in den nächsten 1 bis 2 Jahren)
MITTELFRISTIG (d.h. in den nächsten 5 Jahren)
LANGFRISTIG (d.h. in den nächsten 10 Jahren)

Realisierungszeitraum 1-2 Jahre

- Oberhofenpark OpenAir mit 300-500 Teilnehmer*innen
- Es braucht Infrastruktur und Planungsunterstützung
- Nutzung öffentlicher Raum
- Orte in den Stadtbezirken einbeziehen (Begegnungsorte für interkulturelle Vereine/Gruppen)
- Bühne vor dem Bahnhof errichten
- Zwischennutzung des Boehringer Areals (Gebäudesicherung: keine Sanierung!)
- Schuler Villa? Altes Zollamt (kein Lärmproblem)? Blumenstraße 23 (Bestandteil der Kulturmeile)?
- Kulturelle Zwischennutzungen vorantreiben
- Potenzial: Haus der Jugend (Sanierung)
 - WER MACHT LOBBYARBEIT FÜR KULTUR?

Realisierungszeitraum 5 Jahre

- E-Werk als Zentrum der „Kulturmeile“: Erweiterung/Treffpunkt für Vereine
- Büro- und Seminarräume, Ateliers im angrenzenden Wohnhaus
- über Gastronomie und Kneipen eine Brücke zur Innenstadt schlagen
- Parkplätze erweitern/anbieten
- Kostengünstige Räume anbieten
- Verkehrsberuhigung

- Skatepark und **Jugendliche einbinden**, z.B. über die Schulen
- „Runder Tisch“ Kulturmeile: Vision entwickeln (Kultur, Gastronomie, Einzelhandel)

Realisierungszeitraum 10 Jahre

- Boehringer Areal: Wie begründen?
- Aufführungsort für 300-500 Besuchende (kostengünstig!)
- Aufführungsort für 100-150 Gäste: „Es braucht auch kleine Nutzungsmöglichkeiten“
- Mischnutzung spannend! Wirtschaft + Kultur + Bildung
- für lebendige Stadtkultur und einen attraktiven Lebensraum
- Begegnungsorte (verschiedener Menschen/ gesellschaftlicher Zusammenhalt)
- „Ganztagesbetrieb“ einführen

Bilddokumentation Gruppe 3

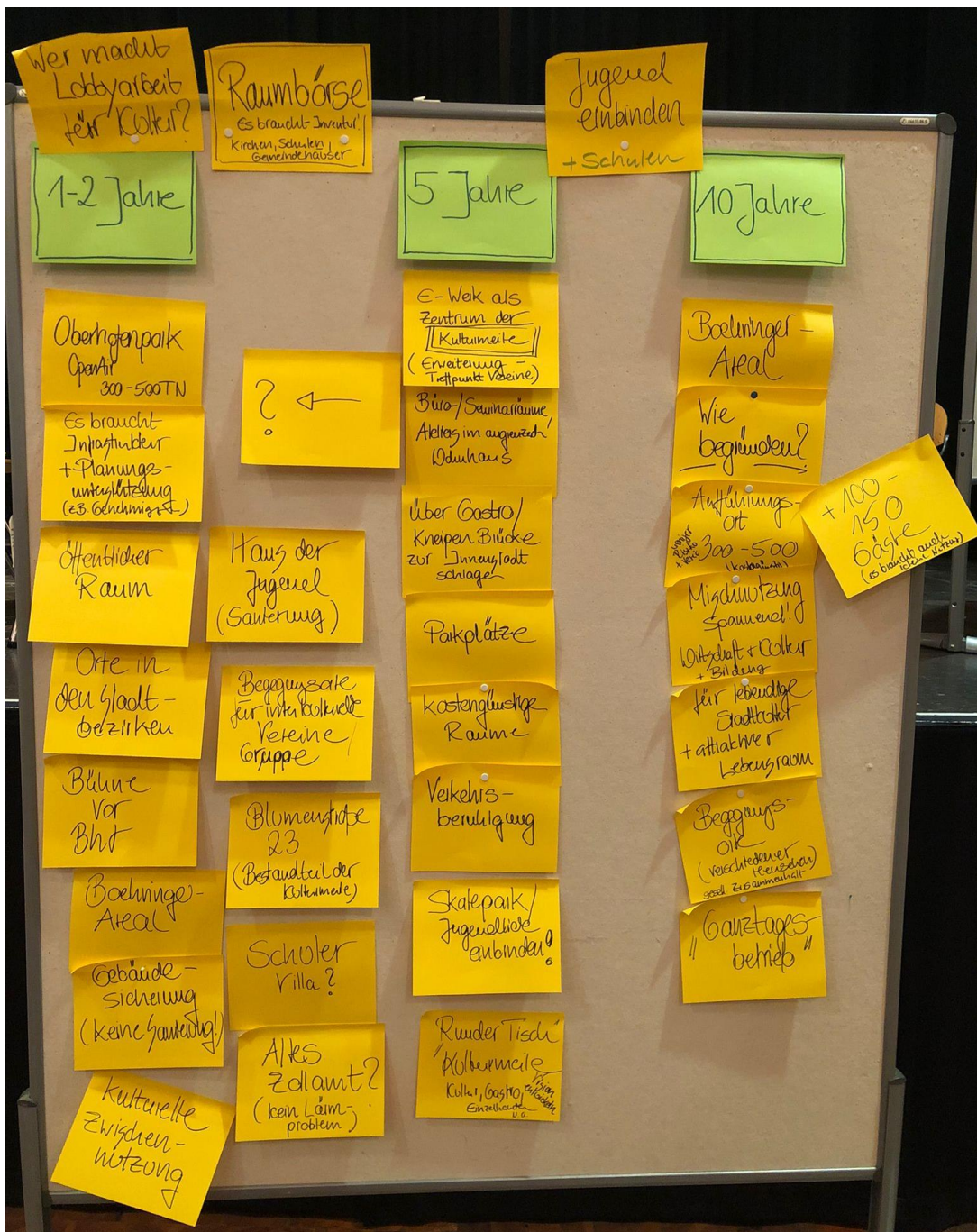
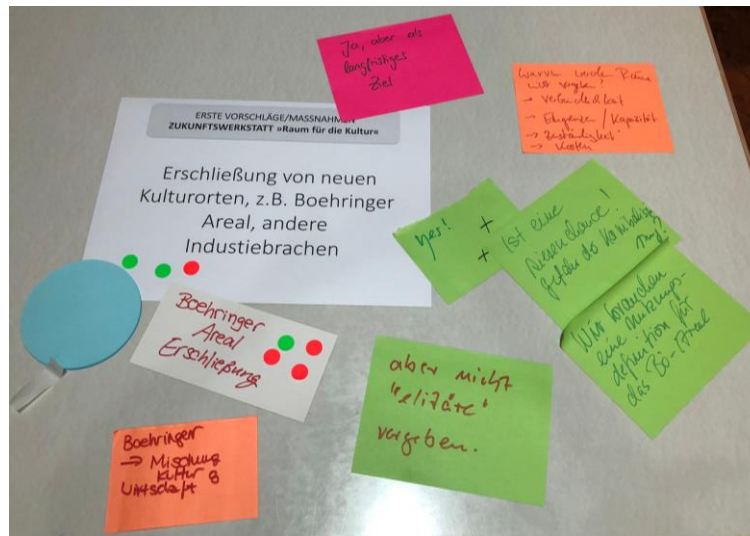
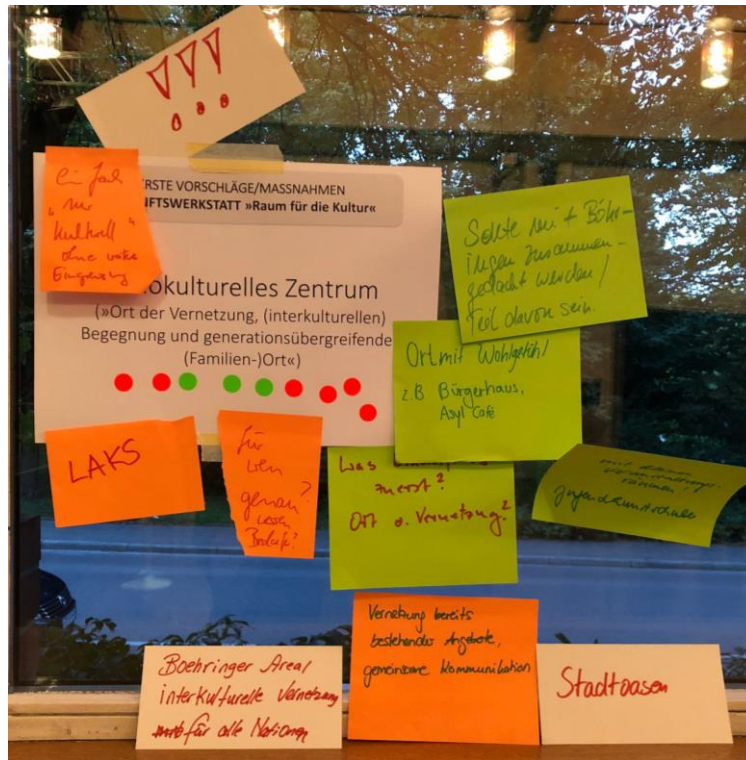
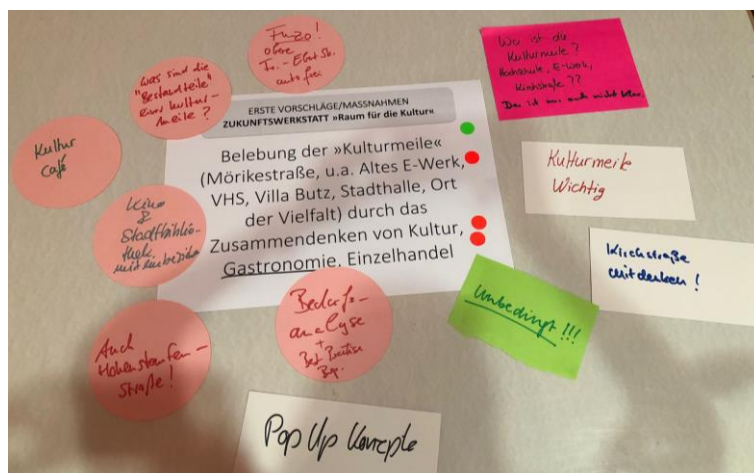
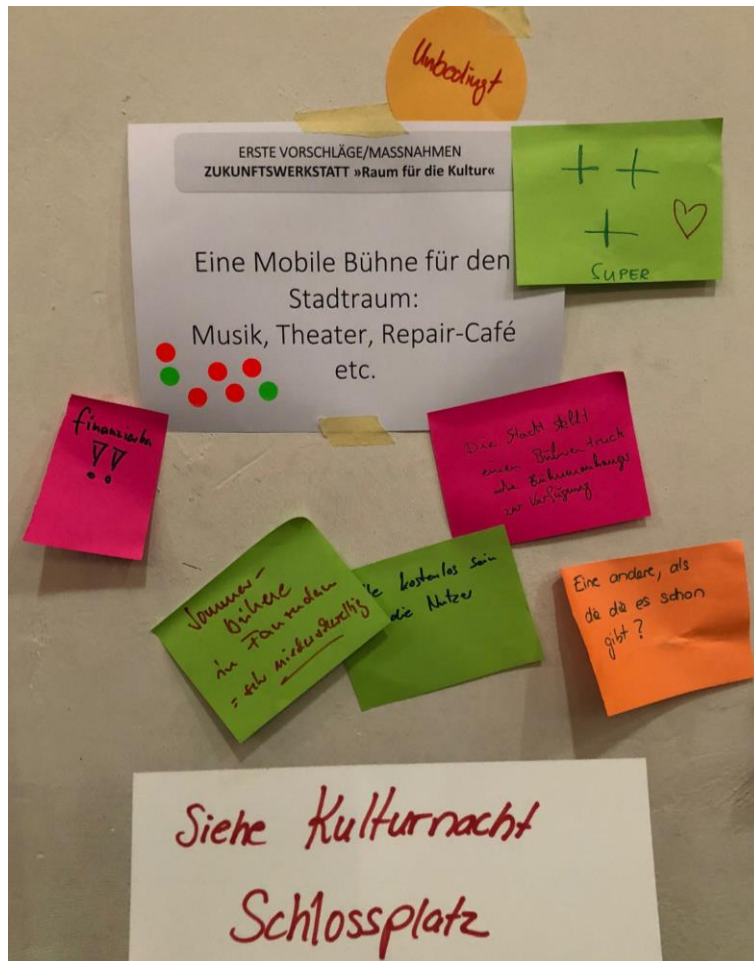
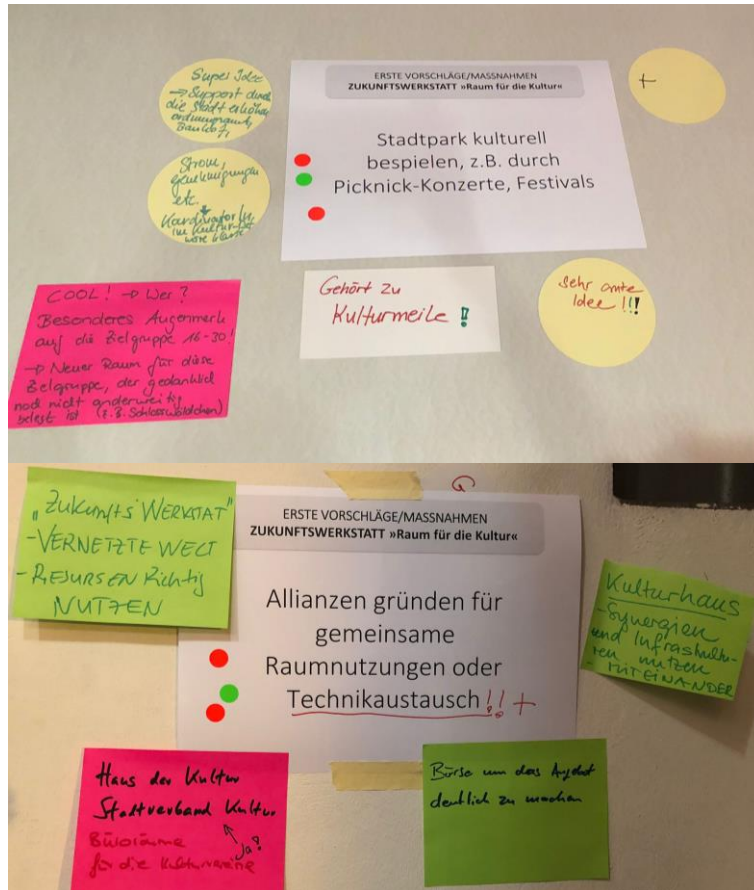


Abb. 23: Ergebnis-Stellwand Fragestellung 3 (Umsetzung/Realisierungsstrategien)

Ergebnisse aus dem SPRACHZiergang (mit hoher Priorisierung):







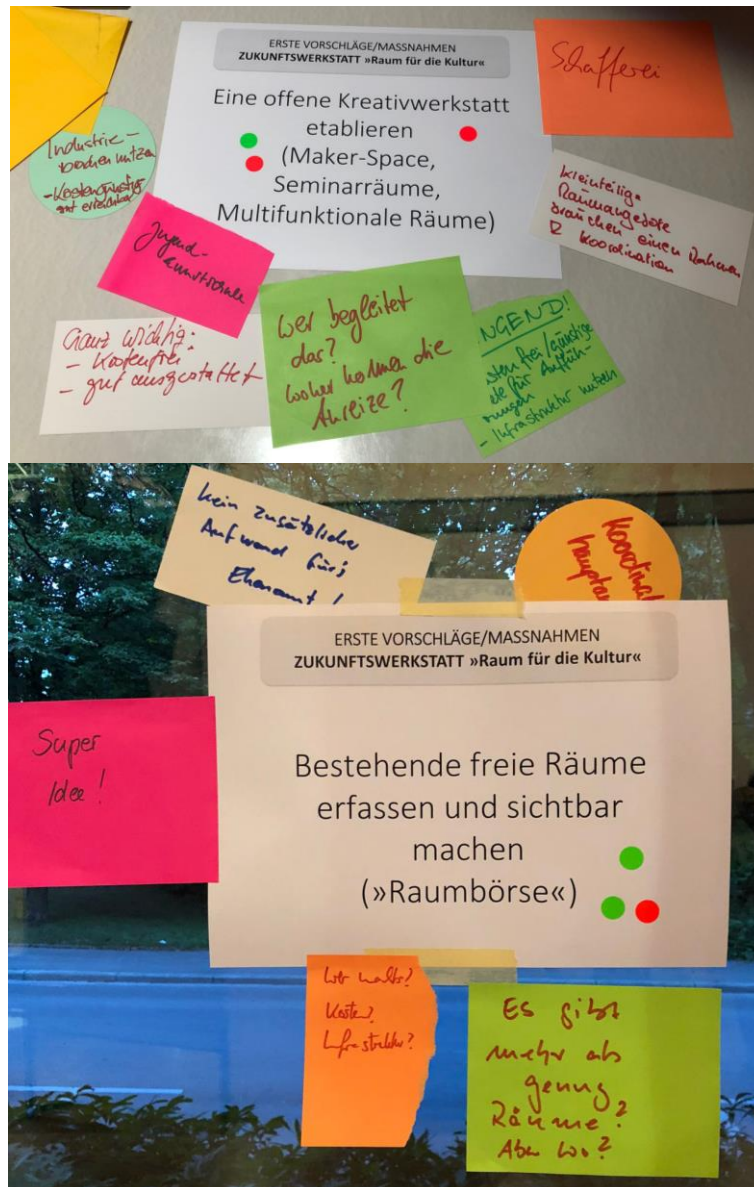


Abb. 24: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Raum für Kultur«

2.6 Handlungsfelder und Ausblick

Auf der Grundlage der Workshopergebnisse sowie der Ergebnisse aus der Analysephase wurden vier Handlungsfelder abgeleitet, die sich an die Schwerpunktthemen der Workshops anlehnen, allerdings nochmal eine andere Gewichtung vornehmen. Die Bedeutung von neuen Produktions-Austausch- und Experimentierräumen für die Weiterentwicklung der Göppinger Kulturlandschaft wurde bereits thematisiert. Konsequenterweise stellt sie nun ein eigenes Handlungsfeld dar. Das Thema der Angebotsweiterentwicklung und Profilbildung (»Welche Kulturstadt wollen wir künftig sein?« Kulturelle Impulse und Profilschärfung) hat sich im weiteren Prozessverlauf vor allem mit Blick auf die Herausforderung von mehr Kultureller Bildung und Teilhabe fokussiert und findet dementsprechend in diesem Handlungsfeld seinen Platz. Diesen vier Handlungsfeldern werden nun in einem nächsten Schritt die erarbeiteten Ziel- und Maßnahmenkatalog zugeordnet. Es wird darum gehen, die erarbeiteten Ziele und Maßnahmen noch einmal mit möglichst vielen Akteur*innen kritisch zu prüfen, an vielen Stellen auch zu konkretisieren und mit Verantwortlichkeiten zu hinterlegen und zu priorisieren, um zu einem finalen Ziel- und Maßnahmenkatalog zu bündeln, der dann das Rückgrat der Kulturkonzeption Göppingen 2032 ist. Dies geschieht im Rahmen eines breitangelegten Abschlussworkshops.



Abb. 25: Handlungsfelder Kulturkonzeption Göppingen 2032

3 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Der Prozess in der Übersicht	5
Abb. 2: Themenworkshops Kulturkonzeption Göttingen.....	6
Abb. 3: Ablauf Themenworkshops.....	7
Abb. 4: Zentrale Herausforderungen Handlungsfeld »Kulturell Bildung und Teilhabe«	8
Abb. 5: Ergebnis-Stellwand 1, Fragestellung 1 (Abbau Barrieren)	12
Abb. 6: Ergebnis-Stellwand 2, Fragestellung 2 (Anreize)	14
Abb. 7: Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Kinder & Jugendliche).....	16
Abb. 8: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Kulturelle Bildung und Teilhabe«	17
Abb. 9: Ergebnis-Stellwand 1, Fragestellung 1 (Unterstützung)	21
Abb. 10: Ergebnis-Stellwand 2, Fragestellung 2 (Netzwerk)	23
Abb. 11 Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Förderschwerpunkte)	25
Abb. 12: Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Förderschwerpunkte)	26
Abb. 13: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Kulturorganisation und Kulturförderung«.....	27
Abb. 14: Herausforderungen Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«	28
Abb. 15: Ergebnis-Stellwand 1/2, Fragestellung 1 (Bündelung Informationen	31
Abb. 16: Ergebnis-Stellwand 2/2, Fragestellung 1 (Bündelung Informationen).....	32
Abb. 17: Ergebnis-Stellwand 2, Fragestellung 2 (Maßnahmen	34
Abb. 18: Ergebnis-Stellwand 3, Fragestellung 3 (Strategien zur Sichtbarkeit)	36
Abb. 19: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Kommunikation und Sichtbarkeit«.....	38
Abb. 20: Herausforderungen Handlungsfeld »Raum für die Kultur«	39
Abb. 21: Ergebnis-Stellwand 1, Fragestellung 1 (Bedarfe)	43
Abb. 22: Ergebnis-Stellwand Fragestellung 2 (Sichtbarmachung)	46
Abb. 23: Ergebnis-Stellwand Fragestellung 3 (Umsetzung/Realisierungsstrategien).....	49
Abb. 24: Priorisierte Ergebnisse, Handlungsfeld »Raum für Kultur«.....	53
Abb. 25: Handlungsfelder Kulturkonzeption Göppingen 2032	54