

## BERICHT

## GREMIEN

### Mitgliederversammlung

- Rund 215 Kulturfördervereine sind Mitglied im DAKU; davon mehr als ein Viertel direkt und drei Viertel über die Bundesvereinigungen. Der Eintritt im DAKU erfolgt zumeist nach der Nutzung unserer Angebote – offensive Mitgliederwerbung wurde bislang nicht betrieben.
- 24.06.2020 Mitgliederversammlung

### Sitzungen des Vorstands

- 10.01.2020, 20.01.2020, 23.03.2020, 20.05.202, 25.05.2020, 10.06.2020, 24.06.2020, 06.08.2020, 04.11.2020

### Sitzungen des Beirats

- 21.01.2020 Strategiesitzung
- 01.04.2020 zur aktuellen Lage der Kultur und Reaktion des DAKU

### Geschäftsstelle

In der Geschäftsstelle arbeiteten drei Mitarbeiterinnen als fester Personalstamm in Voll- und Teilzeit (Jutta Dette, Ulrike Petzold, Suelyn Tarris), die durch wechselnde Praktikant:innen unterstützt wurden. Für Projekte wurden zeitweise zusätzliche Mitarbeiterinnen eingestellt (Ines Liebig und Jessica Biehle).

## INITIATIVEN

### Kampagne #dufürdiekultur

gefördert von der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), Okt.–Dezember 2020

#### Vorhaben

Die Kultureinrichtungen mussten wegen der Kontaktbeschränkungen durch die im Frühjahr 2020 einsetzende Corona-Krise mehrmals vorübergehend schließen. Um die Kultur zu unterstützen, reagierte der DAKU deshalb

- sofort mit dem Aufruf [„Jetzt Ideen für das Überleben der Kultur entwickeln!“](#) und
- im Herbst zu Beginn der zweiten Pandemie-Welle mit der bundesweiten Kampagne [#dufürdiekultur](#).

Diese Aktionen sollten dazu beitragen, bürgerschaftliches Engagement zu mobilisieren und darüber zu informieren, dass sich jede helfende Hand auch an einen Kulturförderverein oder Freundeskreis wenden kann. Denn: Die Kultur braucht mehr denn je die Unterstützung durch bürgerschaftliches Engagement.

#### Aktivitäten & Ergebnisse

##### Aufruf: Jetzt Ideen für das Überleben der Kultur entwickeln!

Mit dem von Vorstand und Beirat des DAKU initiierten Aufruf gleich in der ersten Welle der Pandemie beabsichtigte der DAKU, alle Kulturschaffenden und Kulturinstitutionen darin zu bestärken, gerade in dieser schwierigen Situation für die Kultur aktiv zu bleiben.

Die Kulturfördervereine und Freundeskreise wurden aufgerufen, ihre Aktionen und Projekte mit einer Kurzbeschreibung und einem Foto einzusenden. Rund 100 Aktionen wurden auf der [DAKU-Website](#) veröffentlicht.

##### Kampagne #dufürdiekultur

Die Kampagne wurde auf die Botschaft ausgerichtet, dass JEDE:R in seinem Ort etwas für die Kultur tun kann, und zeigt auf, WOHIN man sich dazu wenden kann.

##### Kampagnen-Website

Alle Werbemittel führen auf eine eigens dafür konzipierte, programmierte und redaktionell betreute [Kampagnen-Landingpage](#), die mit der Website des DAKU verknüpft ist. Zentrum der

Landingpage ist eine eigens dafür erstellte und mit zum damaligen Zeitpunkt **ca. 4.500 Kulturfördervereinen befüllte PLZ-Suche** (Name des Vereins, Verlinkung zur Website). Über diese Landingpage können alle interessierten Bürger:innen herausfinden, wo in ihrer Nähe ein passender Kulturförderverein ansässig ist (Filterfunktion nach regionaler Entfernung, Kultursparten, Angeboten für und von Junge/n).

Der Suchfilter für „Junges Engagement“ wurde eingerichtet, um auch junge Kulturfreundinnen und -freunde direkt anzusprechen und somit die Vereine bei der Suche nach Nachwuchs zu unterstützen.

**Die Landingpage #dufürdiekultur ist so konzipiert, dass sie durch das DAKU Team jederzeit redaktionell angepasst werden kann. So kann sie auch nach der Pandemie zur Mitgliedergewinnung in den Vereinen beitragen. Die Postleitzahlsuche wird fortlaufend mit neuen Vereinen befüllt.**

Der Junge Think Tank im DAKU beteiligte sich sowohl an der AG als auch mit eigenen Aktionen sehr intensiv an der Kampagne (s. nachfolgend Junger Think Tank).

### Veröffentlichung beispielhafter Aktionen

Um sich konkreter über die Arbeit von Kulturfördervereinen zu informieren und anschaulich zu sehen, wie ein eigenes Engagement für Kultur aussehen könnte, sind auf der Kampagnen-Website beispielhaft Aktionen der Kulturfördervereine aufgeführt.

### Appell und Mission

Zur inhaltlichen Fundierung der Kampagne wurden gemeinsam mit der dafür gebildeten Arbeitsgemeinschaft (AG), dem Vorstand und dem Beirat des DAKU die Mission und ein [Appell](#) entwickelt. Sie bilden den Ausgangspunkt der Kampagnenwebsite. Abgeleitet von der Rolle und Wirkung der Kultur für den Zusammenhalt der Gesellschaft wird darin deutlich gemacht, was Kulturfördervereine für die Kultur leisten und welche Bedeutung sie haben. Dies mündet in dem Aufruf, sich gerade jetzt für den Erhalt der Kultur einzusetzen und sich zu engagieren.

Die AG war maßgeblich an der Entwicklung des Appells und der grundlegenden Ausrichtung der Kampagne beteiligt. Bei mehreren Online-Treffen wurden die Zielrichtung und inhaltliche Ausrichtung diskutiert, Gestaltungsvorlagen für Website und Werbemittel weiterentwickelt und Verbreitungswege abgestimmt. Die AG bestand aus den folgenden Mitgliedern:

Marion Bayer | Museumsverein des Deutschen Historischen Museums e.V.

Prof. Dr. Frank Druffner | Kulturstiftung der Länder, DAKU Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V.

Marius Darschin | Honey GmbH

Karin Götz | PIN. Freunde der Pinakothek der Moderne e. V.

Antonia Güthoff | DAKU-Beirat, Junger Think Tank im DAKU

Kay-Hermann Hörster | Museumsgesellschaft Gießen – Verein zur Förderung des oberhessischen Museum e.V., Junger Think Tank im DAKU

Jens-Rainer Jänig | Förderverein Berlinische Galerie e. V.

Prof. Dr. Wolfgang Kaschuba | Verein der Freunde des Museums Europäischer Kulturen e. V.

Olaf Kretschmar | Bundesverband Populärmusik e. V. – Forum der Popkultur- und Populärmusikförderer in Deutschland

Christiane Pfitzner | Theater- und Konzertfreunde Bielefeld e. V.

Evelyn Pitule | Freunde und Förderer des SWR Symphonieorchesters e. V.

Sarah Scarr | Freundeskreis Elbphilharmonie + Laeiszhalle e. V.

Andreas Schwankhart | Freunde des Nationaltheaters in München e. V.

Christopher Vila | Heimatmuseum Egling a. d. Paar, Junger Think Tank im DAKU

Markus Wener | Gesellschaft zur Förderung des Landesmuseums Württemberg e. V.

Jessica Biehle, Ulrike Petzold, Suelyn Tarris | DAKU Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V.

## Verbreitung der Kampagne

### *Social Media-Maßnahmen*

Um die Bevölkerung bestmöglich anzusprechen, wurde die Kampagne kurz vor Weihnachten gestartet, da Zuwendungen und Spenden in dieser Zeit erfahrungsgemäß die Höchstwerte im Jahr erreichen und viele Menschen zum Jahreswechsel ihr Leben überdenken und planen.

Postings, Storyposts, Animationen auf Seiten wie Instagram, Facebook, Twitter etc.

Verbreitung durch:

- Kanäle des DAKU und junger Förderer (DAKU Think Tank) sowie Bundesverbände
- Kulturfördervereine und ihre jungen Sektionen
- ehrenamtlich tätige Privatpersonen
- Kulturinstitutionen (wie bspw. Deutsches Historisches Museum mit rd. 64.000 Facebook-Followern)
- Partner des DAKU (wie Bundesvereinigung Kulturelle Bildung, Beauftragte für Kultur und Medien, Kulturstiftung der Länder, Deutscher Museumsbund)

In Mailings wurden rd. 4.500 Kulturfördervereine mit ihren Kulturinstitutionen und Partnern angeschrieben. Als Anleitung wurde ein anwendungsfreundlich gestalteter Social-Media-Guide beigelegt, in dem auch Posting-Vorschläge enthalten waren.

### *Print-Maßnahmen*

Poster und Postkarten wurden durch rd. 120 Kulturfördervereine und -institutionen dort verbreitet, wo sie zu dieser Zeit wahrgenommen werden konnten. Angesichts der Kontakteinschränkungen wurden diese Maßnahmen in deutlich reduzierterem Umfang durchgeführt als bei der Kampagnenentwicklung vorgesehen und das Hauptgewicht auf die Social Media-Maßnahmen gelegt.

Zudem wurde die Kampagne an ausgewählte Pressevertreter:innen kommuniziert. In der Pressemitteilung machten Zitate von Persönlichkeiten aus zahlreichen Kulturfördervereinen deutlich, wie wichtig das Engagement für die Kultur gerade jetzt ist.

### *Musikstück*

Ein von Clemens Winterhalter ehrenamtlich produziertes [Musikstück zur Kampagne](#) diente als emotionales Medium für alle Aktivitäten und ist auf der Website abrufbar. Das Musikstück soll auch

bei zukünftigen DAKU-Aktionen zur weiteren Verbreitung der Kampagne für die Mitgliedergewinnung genutzt werden. Diese sollen je nach Kapazitäten des DAKU fortgeführt werden.

#### *Digitaler Baukasten mit allen Werbemitteln*

Alle Kampagnenbestandteile wurden in einem [digitalen Baukasten](#) zusammengestellt und auf der DAKU-Website als Download zur freien Verfügung gestellt. Per Mail, Newsletter und Social Media wurden Kulturfördervereine, Kultureinrichtungen sowie Partner auch aus anderen gesellschaftlichen Bereichen bundesweit informiert und gebeten, sich unter Nutzung der Kampagnenelemente an der Kampagne zu beteiligen.

#### **Fokus auf die junge Generation**

Der Junge Think Tank beteiligte sich sehr aktiv an der AG zur Kampagne und führte den [Förderpreis Junge Kulturförderung](#) als eigene Initiative innerhalb der Kampagne durch (s. **Junger Think Tank im DAKU**).

#### **Anstoß von Folgeaktionen 2021**

- Die Kampagne wurde 2021 auch nach dem Ende der Finanzierung durch die DSEE mit der **Social Media-Aktion „Gesicht zeigen“** und Artikeln in Publikationen von Partnern fortgesetzt (z.B. Kulturpolitische Mitteilungen, Deutscher Musikrat, Städte- und Gemeindebund).
- Die Kampagne diente als Basis weiterer Aktionen des DAKU, so auch für das am **28. Mai 2021** durchgeführte [Symposium „Neue Herausforderungen: Kultur braucht uns MEHR DENN JE“](#), mit dem die Kampagne inhaltlich vertieft wurde, und der beim Symposium gestarteten [Initiative „Land in Aktion“](#), die von der Bundeszentrale für politische Bildung 2021 und 2022 gefördert wird.  
Beim Symposium wurden Praxisbeispiele ausgetauscht und Ideen entwickelt, was Kulturfördervereine gerade jetzt für den Erhalt, aber auch die Weiterentwicklung der Kultur leisten können, und wo sie Unterstützung benötigen. Der für die Kampagne entwickelte Appell und die Aktionensammlung waren dafür wichtige Grundlagen. Maßgeblich war diese Vorarbeit auch für Handlungsempfehlungen und Positionspapiere des DAKU, die er gemeinsam mit Partnern entwickelt.

## Erfahrungen

- Der AG war mit den Kontakten und Kompetenzen ihrer Mitglieder maßgeblich die Entwicklung und Durchführung der Kampagne zu verdanken – sie sorgte für das inhaltliche Fundament.
- Der Junge Think Tank trug intensiv dazu bei, dass auch Elemente enthalten sind, die die junge Generation ansprechen.
- Die Ausrichtung der Kampagne musste wegen wiedereinsetzenden Kontaktbeschränkungen in der zweiten Welle der Pandemie nachjustiert werden. Da alle geplanten Aktivitäten

im öffentlichen Raum nicht mehr durchgeführt werden konnten, wurde die Verbreitung der Kampagne vor allem auf Social Media-Kanäle ausgerichtet.

- Durch die veröffentlichten Aktionen, mit denen gezeigt wurde, wie und wo konkret geholfen werden kann, bot die Kampagne nicht nur für die Kulturfördervereine, sondern auch für die Kunst- und Kulturszene insgesamt sowie für Vereine in anderen Engagement-Bereichen Anstöße.
- Trotz aktiver Ansprache bestehender Kontakte und Verweis auf anschauliche Praxisbeispiele und Zitate bedeutender Persönlichkeiten aus Kulturfördervereinen in der Pressemitteilung wurde die Kampagne in den Medien leider kaum berücksichtigt.

## Weiterbildungsmodule zur Organisationsentwicklung von Kulturfördervereinen in ländlichen Räumen

gefördert durch die Beauftragung für Kultur und Medien (BKM) über das Förderprogramm „Kultur in ländlichen Räumen“ aus dem Bundesprogramm „BULE“, Januar bis Dezember 2020

### 1. Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine

#### Vorhaben

Jugendliche/Junge Erwachsene (*Digital Natives*) und Kulturfördervereine erarbeiten in verabredeten Einzeltreffen digitale Tools zur Weiterentwicklung der Vereinsarbeit. Sie werden dabei durch einen Coach aus ihrer Region unterstützt. Als Grundlage dienen praxisnahe digitale Programme, die auf der [Projektwebsite](#) im Digitalen Werkzeugkasten vorgestellt werden.

Das erste Projekt wurde im Sommer 2019 in der Region um Teterow (Mecklenburg-Vorpommern) initiiert und bis zum Sommer 2020 fortgesetzt. Ab Frühjahr 2020 wurden die Erfahrungen auf die Region Rheinhessen (Rheinland-Pfalz) übertragen und weiterentwickelt.

- Durchführung des Projekts in Mecklenburg-Vorpommern und Rheinland-Pfalz mit je 7 Kulturfördervereinen (Ergebnis: 6 Vereine in MV / 7 in RLP) sowie Jugendlichen/Jungen Erwachsenen (16 in MV / 10 in RLP)
- Erstellung von 13 digitalen Videos über die beteiligten Kulturfördervereine (Ergebnis: 6 in MV / 7 in RLP)  
Zusätzlich zur Planung: Erstellung eines ausführlichen Anleitungsvideos zum Gebrauch des Werkzeugkastens sowie vier kurze Clips über Vereine für Instagram
- Entwicklung der Projektwebsite

## Aktivitäten & Ergebnisse

Anfang April 2020 ging die Projektwebsite „[Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine](#)“ online. Sie informiert über die Initiative und ihre Beteiligten. Außerdem sind dort Informationen über digitale Werkzeuge für die operative Arbeit und die Kommunikation der Vereine abrufbar (Einsatzbereich, Kosten, Anleitungen für den Gebrauch, Datenschutz).

Direkt zu Beginn der Pandemie, als die Arbeit mit digitalen Werkzeugen in den Vordergrund rückte, stand den Vereinen damit ein wichtiges Hilfsmittel zur Verfügung. Der DAKU ist mit diesem Angebot Vorreiter – viele Organisationen aus anderen Engagement-Bereichen nutzen ihn mittlerweile ebenfalls.

Helfer bei der Erstellung des Digitalen Werkzeugkastens waren: Stifter helfen, Stiftung Bürgermut, Deutschland sicher im Netz, Bundesverband Deutscher Stiftungen, Akteure aus Jungen Kulturfördervereinen und die o. g. Initiatoren.

### Verbreitung und Nutzung des Digitalen Werkzeugkastens

Der Werkzeugkasten bzw. die Initiative wurde von zahlreichen Organisationen im Bundesgebiet verbreitet – über welche digitalen Kanäle im Einzelnen, kann nicht nachvollzogen werden.

Hier einige Beispiele:

#### Veranstaltungen

- „Kultur digital erleben“. Forum ländlicher Raum/Netzwerk Brandenburg, 09.03.2020, Seddin
- DiNa-Gipfel am 14.9.2020 in Berlin (Digitale Nachbarschaft)
- Seminar der Akademie für Ehrenamtlichkeit am 27. und 28.11.2020

#### Verbreitung im Netz (Auszug)

- [Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine \(bibliotheken-thueringen.de\)](http://bibliotheken-thueringen.de)
- [Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine \(freiwilligenserver.de\)](http://freiwilligenserver.de)
- [Digitalisierung antreiben, Generationen verbinden: Der digitale Werkzeugkasten für Kulturfördervereine - D3 - so geht digital \(so-geht-digital.de\)](http://so-geht-digital.de)
- [Der digitale Werkzeugkasten: Kulturportal MV \(kultur-mv.de\)](http://kultur-mv.de)
- [Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine - soziokultur-niedersachsen.de](http://soziokultur-niedersachsen.de)
- [Digitaler Werkzeugkasten für Engagierte im Kulturbereich | Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V. \(BKJ\)](http://www.bkj.de)
- [Museumsverband Niedersachsen und Bremen: Anbieter für digitale Dienstleistungen \(mvnb.de\)](http://mvnb.de)
- [News \[Projekt „Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine“ zieht Bilanz\] / MIZ](#)
- [Gedenkstättenforum - Projekt \(gedenkstaettenforum.de\)](http://gedenkstaettenforum.de)
- [Virtuelle Abschlussstagung „Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine“ \(rlp.de\)](http://rlp.de)
- [Online-Veranstaltung: Digitaler Werkzeugkasten für KFV - RLP Aktuell \(digitale-doefer.de\)](http://digitale-doefer.de)
- [Details \(medienanstalt-rlp.de\)](http://medienanstalt-rlp.de)

## Anwendung der Erfahrungen aus dem Projekt

### Treffen Coaching für Digitalität am 24. August 2020 beim DAKU

Eine Kooperation von Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt, Heldenrat GmbH, DAKU

Aufgrund der im Projekt „Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine“ gewonnenen Erfahrungen initiierte der DAKU gemeinsam mit o. g. Partnern einen gemeinsamen Austausch von bundesweit aktiven Organisationen im Bereich Coaching und Beratung für Digitalität in gemeinnützigen Projekten. Der Austausch soll fortgesetzt werden.

Zu den beteiligten Organisationen gehören u. a.: Deutschland sicher im Netz, bagfa, betterplace lab/Jetzt digital handeln #3, ZiviZ/digital engagiert, Paritätischer Wohlfahrtsverband, BBE/Forum für Digitalisierung, startsocial, Stiftung Bürgermut/D3 – so geht digital.



## Projektdurchführung in Mecklenburg-Vorpommern

### Lokaler Durchführungspartner: Power On e. V.

Die gemeinnützige Initiative verfolgt das Ziel, junge Menschen für das Leben in der ländlichen Region in Mecklenburg-Vorpommern zu begeistern und jugendliches Engagement durch Empowerment zu fördern.

### Initiator:innengruppe zur Begleitung des Projekts

Dana Bauers (Bundesverband Populärmusik e. V.), Tino Höfert (Stadtjugendring Greifswald), Jan Holze (Ehrenamtsstiftung Mecklenburg-Vorpommern), Eric Klausch (Power On e. V.), Hendrik

Menzl (KARO gAG), Christoph Martin Schmidt (Fachstelle Kulturelle Bildung Mecklenburg-Vorpommern), Gerolf Vent (Jugendmedienverband Mecklenburg-Vorpommern)

### Beteiligte Kulturfördervereine

<p><b>Verein und Video: <u><a href="#">Der Förderverein Malchiner Bibliotheksfreunde e.V. – Daku Werkzeugkasten (kulturfoerdervereine.eu)</a></u></b></p> <p>Beratung: Erstellung Collage für Öffentlichkeitsarbeit sowie Plakat für nächste Lesung, Erstellung eines Logos, Schulungen Canva, Präsentationen erstellen, Terminfindungstools, We Transfer und Google Drive, Anschaffungen: Druck Collage für XXL-Poster</p>
<p><b>Verein und Video: <u><a href="#">Dörpschaft Witzin e. V. – Daku Werkzeugkasten (kulturfoerdervereine.eu)</a></u></b></p> <p>Beratung: Einrichtung Mailverteiler über Cleverreach, Schulungen in Doodle Alternative, We Transfer, Google Docs und Tabellen, Canva, Anschaffungen: 2x Bildschirm als Anzeigetafel, Laptop, Drucker. Auch nach Projektende engagiert sich ein <i>Diggi</i> weiterhin für digitale Fragen des Vereins.</p>
<p><b>Verein und Video: <u><a href="#">Förderverein Dorfleben Gemeinde Jördenstorf e. V. – Daku Werkzeugkasten (kulturfoerdervereine.eu)</a></u></b></p> <p>Beratung: Fotoschulung, Teilnahme an einer Mitgliederversammlung bei der die Kern-Werte und Aktivitäten des Vereins gemeinsam herausgearbeitet wurden, Anschaffungen: Kameraset Sony Alfa 6300</p>
<p><b>Verein und Video: <u><a href="#">Museumsverein Teterow e. V. – Daku Werkzeugkasten (kulturfoerdervereine.eu)</a></u></b></p> <p>Beratung: Erstellung eines Informationsflyers über den Verein (Ausarbeitung Kernaktivitäten, Erstellung Skript, Texte, Auswahl Bilder und Designs, Fototerminen), Instagram (Erstellung Account, Analyse für Hashtags, Schulung Erstellung Posts), Anschaffungen: Kameraset Sony Alfa 6300, Druck Flyer</p> <p>Auch nach Projektende hat ein <i>Diggi</i> weiterhin Fotos erstellt und unterstützt bei Einbettung in soziale Medien (<a href="https://www.instagram.com/museum_teterow_foerderve/">https://www.instagram.com/museum_teterow_foerderve/</a>). So können die Exponate des Museums in der pandemiebedingten Schließzeit weiterhin der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.</p>
<p><b>Verein und Video: <u><a href="#">Projekthof Karnitz – Daku Werkzeugkasten (kulturfoerdervereine.eu)</a></u></b></p> <p>Beratung: Schulung Zoom, Canvas, Instagram, Anschaffung Laptop, Adobe-Lizenz</p> <p>Der Instagram-Kanal wird auch nach Projektschluss weiterhin von den <i>Diggis</i> und der Projektleitung betreut. Außerdem hat der Projekthof Karnitz zu den KfV aus dem Projekt Kontakt aufgenommen und sie in das Netzwerk der Raumpioniere eingeladen (<a href="https://www.raumpioniere.org/">https://www.raumpioniere.org/</a>)</p>
<p><b>Verein und Video: <u><a href="#">Förderverein zur Erhaltung des Kirchengebäudes Warnkenhagen Mecklenburg-Vorpommern e. V. – Daku Werkzeugkasten (kulturfoerdervereine.eu)</a></u></b></p> <p>Beratung: Gestaltung und Einrichtung Briefkopf, Erstellung Postkarten, Anschaffungen: Farblaserdrucker, Druck Postkarten und Poster für Öffentlichkeitsarbeit</p>

Durch das ab Beginn der Pandemie im Frühjahr 2020 zunehmende Kontaktverbot in den Vereinen konnten etwas weniger Treffen als geplant stattfinden. Einige Treffen fanden im Freien statt oder wurden nach einer Schulung im Umgang mit dem Videokonferenztool ZOOM digital durchgeführt. Der Verein der Musikschule Teterow zog sich aus der Zusammenarbeit zurück, da keine Veranstaltungen bis nach den Sommerferien stattfinden konnten. Ein Vorgespräch, die Initialanalyse und eine Analyse der Website und des Flyers hatten bereits stattgefunden.



Abschlussveranstaltung Ende Juli 2020 im Projekthof Karnitz ©Power On

### Veröffentlichung der Videos

- Europaschule Gymnasium Teterow, im Intranet für Schüler:innen und Lehrpersonal
- Museum Teterow (auf Bildschirm mit zwei Kopfhörern)
- Kulturkino Thusch, Schulcamp Teterow; vor jeder Veranstaltung wird ein Film gezeigt
- Augenarztpraxis Ewald, Poggestr. 8, Teterow, im Wartezimmer mit Untertiteln

## Projektdurchführung in Rheinland-Pfalz

**Weitere Förderer: Staatskanzlei und Kulturministerium RLP**

**Lokaler Durchführungspartner: medien+bildung.com**

Die Organisation entwickelt und verwirklicht Bildungsangebote zur praktischen Medienbildung in allen Bildungssektoren im Bundesland Rheinland-Pfalz.

### AG zur Begleitung des Projekts

Birger Hartnuß (Leitstelle Ehrenamt und Bürgerbeteiligung), Yvonne Globert und Georg-Rudolf May vom Kulturministerium und Ulrike Petzold (DAKU) sowie Christian Kleinhans und Christian Gottas von m+b.com.

Zu den Aufgaben gehörten u. a. die Begleitung der Öffentlichkeitsarbeit, Abschlussveranstaltung und nachhaltigen Planung wie auch der Ansprache der jungen Menschen und Kulturfördervereine.

1. Vielerorts waren die Vereinsaktivitäten durch die Pandemie gänzlich zum Erliegen gekommen und bei den meist älteren Vereinsmitgliedern bestanden pandemiebedingte Vorbehalte, sich mit anderen zu treffen.
2. Erschwerend hinzu kam die Technikferne vieler ehrenamtlicher Vereinsmitglieder. So lehnten einige Vereine die Teilnahme am Projekt lieber ab, als sich auf ein Webmeeting zur Information über das Projekt einzulassen.
3. Oft bedurfte es intensiver Kontaktersuche an die Vereine, um sie initial zur Mitarbeit zu bewegen. In der Umsetzungsphase waren sie dafür umso bereitwilliger dabei.
4. 5 Vereine, die zusagten und beraten wurden, traten im Zeitraum Juli-August wieder von ihrer Teilnahme zurück – wegen zunehmender Unsicherheit bzgl. der Vereinsaktivitäten, Kontaktbeschränkungen und aus persönlichen Gründen.
5. Auch Jugendverbände, Schulen und Kooperationspartner hatten aufgrund der Pandemielage große Vorbehalte, so dass eine individuelle Akquise der jugendlichen Teilnehmer:innen erfolgen musste.



Die Diggis beim Dreh ©m+b

### Produktion Videos

Die Videoproduktionsphase begann, unter Einschränkungen, wie geplant im September. Allerdings wurde von Seiten der Vereine aus verschiedenen Gründen immer wieder ein Aufschub erbeten. Ebenso gestaltete sich die Koordinierung der Jugendlichen ohne reale Treffen als immer schwieriger. Letztlich verschoben sich vier Drehtermine in die ersten beiden Novemberwochen, was den Projektzeitplan an seine maximale Erfüllungsgrenze brachte.

## Beratung Digitale Werkzeuge

Der erneute bundesweite Lockdown in Verbindung mit massiven Kontaktbeschränkungen und dessen wiederholte Verlängerung und Verschärfung erschwerte zwar die Beratungen, doch wurden individuell angepasste Ersatzmöglichkeiten gefunden. So liefen Teile der Beratungs- und Schulungsszenarien weiter. Hier zeigte sich, dass die Jugendlichen sehr von den Online-Trainings profitiert hatten und diese teils selbstständig für die Vereine umsetzten.

Als Mitte Dezember 2020 absehbar war, dass eine komplette Umsetzung aller im Projekt festgelegten Ziele in der Laufzeit nicht möglich sein würde, verständigten sich die Koordinatoren mit einigen Jugendlichen, das Projekt ehrenamtlich bis zum Abschluss weiter zu begleiten.

## Digitale Abschlussveranstaltung am 21.1.2021

Zusammen mit der o. g. Arbeitsgruppe wurden in der Abschlussveranstaltung mit den Kulturfördervereinen und jungen Menschen Bilanz gezogen und die gemeinsam entwickelten Videos vorgestellt: Ministerpräsidentin Malu Dreyer und Kulturminister Wolf lobten in einem Grußwort die Bedeutung des Projekts für die Zusammenarbeit der Generationen und für die Digitalisierung der Vereinsarbeit. *„Der Digitale Werkzeugkasten ist ein wegweisender Ansatz, um Kulturfördervereine im Prozess der Digitalisierung wirksam zu unterstützen. Er bietet neben Orientierung, Information und Aufklärung aktive Hilfe bei der Erprobung und Umsetzung digitaler Lösungen“*, so Malu Dreyer.

### Verein und Video: [Förderverein Erntedankfest und Brauchtum Heidesheim am Rhein e.V. – Daku Werkzeugkasten \(kulturfoerdervereine.eu\)](#)

Beratung: Einrichtung einer virtuellen Daten- und Dokumenten-Cloud für den Verein über NextCloud, Schulungen und Einrichtungsbetreuung

### Verein und Video: [Freunde des Museums Alzey e. V.](#)

in Produktion. Innenaufnahmen und Interviews konnten wegen der Kontaktbeschränkungen nicht durchgeführt werden.

Beratung: Ausbau der Öffentlichkeitsarbeit und interaktiver digitaler Elemente der museumspädagogischen Arbeit, Anschaffung eines Tablets, Durchführung von Schulungen zu Foto, Film und multimedialer Arbeit mit dem Tablet

### Verein und Video: [Förderverein Museum Kirchheimbolanden e.V. – Daku Werkzeugkasten \(kulturfoerdervereine.eu\)](#)

Beratung: Ausbau der Öffentlichkeitsarbeit und interaktiver digitaler Elemente der museumspädagogischen Arbeit, Anschaffung eines Tablets, Durchführung von Schulungen zu Foto, Film und multimedialer Arbeit mit dem Tablet

### Verein und Video: [Förderverein Projekt Osthofen e.V. – Daku Werkzeugkasten \(kulturfoerdervereine.eu\)](#)

Beratung: Streaming von Vorträgen oder Veranstaltungen und Qualifizierung zur Umsetzung von Webseminaren

### Verein und Video: [Förderverein der Sängervereinigung Saulheim e. V.](#)

in Produktion. Innenaufnahmen und Interviews konnten wegen der Kontaktbeschränkungen nicht durchgeführt werden.

Beratung: Visuelle Tools der Grafikbearbeitung zur Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit durch Plakate und Flyer; seit November allerdings kein Kontakt mehr trotz mehrmaliger Anrufe und Mailanschriften.

**Verein und Video:** [Der Förderverein – Rheinhes-sen.de](http://fahrradmuseum-rheinhes-sen.de)

in Produktion. Innenaufnahmen und Interviews konnten wegen der Kontaktbeschränkungen nicht durchgeführt werden.

Beratung: Kommunikation und Website, Möglichkeiten der Darstellung und Implementierung von Filmen in das Museumsangebot

Es zeigte sich hier, dass die Vereinsmitglieder ein für sich und ihre Bedürfnisse sehr stimmiges Konzept erarbeitet hatten und adaptive digitale Zusätze die Mitglieder überfordert hätten.

**Verein und Video:** [Förderverein des Quartett-Verein 1863 Ober-Olm e. V.](http://foerderverein-des-quartett-verein-1863-ober-olm-e-v.de)

in Produktion. Innenaufnahmen und Interviews konnten wegen der Kontaktbeschränkungen nicht durchgeführt werden.

Beratung: Viel Austausch über Social Media-Strategien zur Gewinnung neuer Mitglieder, Schulung in Mediengestaltung mit dem Tablet, Kauf von Tablets und Kamera zur virtuellen Vereinsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit

Alle fertigen Filme sind bereits über die Website des Digitalen Werkzeugkastens abrufbar und werden sukzessive in die Vereinswebsites implementiert. <https://werkzeugkasten.kulturfoerdervereine.eu/videos/>

**Die Veröffentlichung der Videos im öffentlichen Raum** war noch nicht möglich, da einige Videos zum Projektende nicht fertiggestellt waren. Jugendliche und Coach haben verabredet, sie in ehrenamtlicher Arbeit nach Ende der durch die Pandemie verursachten Kontaktbeschränkungen fertigzustellen. Da das Projekt 2021 mit neuen Beteiligten in einer weiteren Region von RLP fortgeführt wird, können sie dann gemeinsam mit den dort erstellten Videos veröffentlicht werden.

## Erfahrungen

- Der generationenübergreifende Ansatz digitaler Vermittlung ist gut.
- Ständige Begleitung durch Coaches ist nötig, da die Wissensvermittlung sensibel und diplomatisch moderiert werden muss. Ältere Menschen in Kulturfördervereinen fühlen sich schnell überfordert und bei der Erstellung der digitalen Filme unwohl vor der Kamera.
- Der Digitale Werkzeugkasten ist ein hervorragendes Instrument, um Vereinsarbeit zu verbessern und zu unterstützen. Eine sinnvolle Ergänzung wären verschiedene webbasierte Angebote zur Bedarfsklärung und Vermittlung spezifischer Kenntnisse für den Einstieg.
- Ängste und Hemmschwellen gegenüber digitaler Technik lassen sich nicht im virtuellen Raum beheben. Hierzu bedarf es eines einfühlsamen *face to face*-Herantastens.

- Terminabstimmungen zwischen Jugendlichen und Kulturfördervereinen sind aufwändig. Kulturfördervereine benötigen für Absprachen innerhalb ihres Vereins teilweise bis zu zwei Monate (Termine hauptsächlich nach 18 Uhr und an Wochenenden, da die Kulturfördervereine dann aktiv sind).
- Jugendliche haben nach der Schule oft wenig Zeit und Kraft für ihre Vorab-Schulungen, daher sind Wochenendcamps hilfreich (auch in den Ferien). Termine für Schulungen müssen langfristig geplant werden.
- Jugendliche müssen von Coaches von zu Hause abgeholt und zurückgebracht werden.
- Jugendliche haben häufig keine eigenen Laptops, sondern arbeiten mit Handys oder Tablets. Hier müssen Geräte bereitgestellt werden.
- Die Jugendlichen sind nicht in allen Gebieten Expert:innen. Dadurch arbeiten verschiedene Jugendliche je nach Thema in den Vereinen.
- Die Unterschiedlichkeit der Vereine stellt eine große Herausforderung dar.
- Kulturfördervereine in ländlichen Räumen tragen stark zum Zusammenleben der Gesellschaft bei – sie bieten nicht nur soziale Räume, sondern schaffen mit ihren Aktivitäten soziale Räume auch für Menschen, die nicht dem Verein angehören.
- Es ist dem unermüdlichen Einsatz aller am Projekt Beteiligten zu verdanken – von der Koordinierungsstelle des DAKU bis zu den *Diggies* –, dass dieses Projekt trotz Pandemie umgesetzt werden konnte.

## 2. Informationen über bestehende Weiterbildungsangebote

### Vorhaben

Entsprechend der Bedarfe von Kulturfördervereinen, die der DAKU aus Umfragen und der Auswertung von Daten aus dem ZiviZ Survey 2017 (Policy Paper) eruiert hat, informiert er auf seiner Website über Weiterbildungsangebote bundesweiter und lokaler Partner, die für die Vereine von besonderem Interesse sind. Der Fokus liegt dabei auf folgenden Themenbereichen:

- Mitgliedergewinnung und -bindung
- Management
- Kommunikation und Marketing
- Recht, Steuern, Datenschutz
- Fundraising

### Aktivitäten & Ergebnisse

Um dies umzusetzen, haben Gespräche mit Anbietern von Weiterbildungsveranstaltungen für ehrenamtlich Engagierte sowie mit bürgerschaftlichen Organisationen stattgefunden, die von verschiedenen Partnern empfohlen wurden bzw. mit denen eine langjährige Zusammenarbeit bei der Umsetzung des Symposiums der Kulturfördervereine bestand. Über die Angebote wird auf unseren Kommunikationskanälen informiert und die DAKU-Website für den Weiterbildungsbereich weiterentwickelt.

### 3. Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen

#### Vorhaben

- 14 Weiterbildungsveranstaltungen in 2020
- Erstellung eines FAQ-Katalogs zur Vorstandsarbeit in der Corona-Krise

Bei den Seminaren fungiert der DAKU als Initiator und Unterstützer, der seine Expertise für die Inhalte der Seminare und die Zusammenarbeit mit Kulturfördervereinen, verschiedensten Kooperationspartnern sowie Politik und Verwaltung einbringt. Überdies übernimmt der DAKU die Finanzierung der inhaltlichen Vorbereitung und Durchführung der Seminare.

#### Zielgruppe

Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer:innen der Kulturfördervereine/Freundeskreise in ländlichen Regionen und kleineren Städten (max. 20.000 Einwohner:innen)

> 8 bis 20 Teilnehmer:innen, je nach Thema und Veranstaltungsort

#### Aktivitäten & Ergebnisse

Bundesweit agierende Weiterbildungsanbieter erstellen Konzepte und übernehmen die inhaltliche Koordination (z. B. Deutsche Stiftungsakademie, Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel). Der DAKU sucht nach einem lokalen Weiterbildungspartner für die Veranstaltungsorganisation und die Durchführung der Seminare vor Ort.

Die Einladung erfolgt durch einen lokalen (den Vereinen bekannten) Weiterbildungsanbieter. Vorbereitung und Versand der Einladung werden vom DAKU unterstützt.

#### Themen und Termine

Aufgrund der Kontaktbeschränkungen in der Pandemie wurden nur drei Veranstaltungen durchgeführt:

„Mitglieder werben Mitglieder: Wie finden wir neue Mitglieder? Wie aktivieren wir unsere Mitglieder zur Mitarbeit?“, Referentin: Ute Clausner, Akademie für Ehrenamtlichkeit

- 5. Dezember 2020 – Volkshochschule Schwerte  
(Veranstaltungspartner Engagierte Stadt/Kulturbüro Schwerte)  
pandemiebedingt ausgefallen

Die Auswertung der Feedback-Bögen von Teilnehmenden am o.g. Seminar ergab, dass die Erwartungen der Teilnehmenden zu 100 % vollständig oder teilweise erfüllt wurden. Ebenfalls 100 % gaben an, einige oder viele Anregungen für die eigene Arbeit mitgenommen zu haben.

„Rechtliche Handlungsspielräume und Grenzen für Kulturfördervereine – Keine Angst bei der Vorstandsarbeit“, Referent: Oliver G. Rohn, Bundesverband Deutscher Stiftungen

- 10. Dezember 2020 – Online-Seminar  
Eine Kooperation von: Deutsche Stiftungsakademie und DAKU  
Teilnehmende: 11
- 6. November 2020  
(Veranstaltungspartner Evangelisches Bildungs- und Tagungszentrum Pappenheim)  
pandemiebedingt ausgefallen

Die Auswertung der Feedback-Bögen zeigt, dass mit der gemeinsam erarbeiteten Seminar-konzeption die Erwartungen der Teilnehmenden zu 85 % „vollständig erfüllt“ wurden. Je-weils 50 % der Teilnehmenden gaben an, „viele bzw. einige Anregungen“ für die eigene Ar-beit mit nach Hause genommenen zu haben. Das Seminar wurde hinsichtlich der Kriterien Vortragsweise, Inhalt, Praxisorientierung, Beantwortung von Fragen und Seminarunterlagen insgesamt mit 1,3 bewertet (bei einer Bewertung nach dem deutschen Schulnotensystem).

Das wegen der Corona-Kontaktbeschränkungen erstmals online durchgeführte Seminar wurde hierzu methodisch und konzeptionell überarbeitet bzw. dem digitalen Vermittlungs-weg angepasst. Insbesondere der Austausch unter den Teilnehmenden ist in einem Online-Seminar schwieriger zu gestalten, da die Kommunikation über Videokonferenz-Programme eine höhere Hemmschelle im Vergleich zur persönlichen Begegnung darstellt. Die Teilneh-menden zeigten sich jedoch offen für das neue Format. Die Auswertung des Seminars zeigt klar, dass die Teilnehmenden den Präsenz-Seminarbetrieb bevorzugen, das Online-Format jedoch nicht grundsätzlich ablehnen.

- Die Arbeit an einer Beispielsatzung hat sich als äußerst zielführend erwiesen, da die Teilnehmenden damit in ihrer Arbeitserfahrung abgeholt wurden und konkrete Er-kenntnisse für ihren Arbeitsalltag ableiten konnten.
- Die Bereitstellung von Checklisten bietet den Teilnehmenden auch nach dem Semi-nar die Möglichkeit, bearbeitete Fragestellungen nachzuvollziehen und neue Sach-verhalte damit abzugleichen.

Folgende vorbereiteten Seminare sind pandemiebedingt ausgefallen:

„Finanzierungsmöglichkeiten für Kulturfördervereine“

- „... im Münsterland“: 14. November 2020 (Veranstaltungspartner Kulturbüro Münsterland)
- „... im Wendland“: 21. November 2020 (Veranstaltungspartner Kreisvolkshochschule Uelzen/Lüchow-Dannenberg)
- „... in Hessen“: 12. Dezember 2020 (Veranstaltungspartner Akademie Burg Fürsteneck)

„Zeit sparen und Gemeinschaft stärken – mit digitalen Werkzeugen“

- 3. Dezember 2020 – Lubmin, Mecklenburg-Vorpommern  
(Veranstaltungspartner Heimvolkshochschule Lubmin)

## Erfahrungen

- Bei beiden realisierten Seminarthemen (Fördermöglichkeiten und Recht) hat sich anhand der hohen Zahl an Interessierten und der Seminauswertung gezeigt, dass in diesen Bereichen Fortbildungen für Kulturfördervereine sehr wichtig sind.
- Durch die Zusammenarbeit mit Weiterbildungspartnern können Kosten teilweise eingespart werden (Honorar Referierende und Durchführungskosten), außerdem ist der lokale und regionale Vertrieb der Einladungen erfolgreicher.
- Mindestens 6 Wochen vorher einladen.
- Nachfasstelefonate mit den Kulturfördervereinen sind sehr hilfreich.
- Genauer definieren, inwieweit sich das Seminarprogramm an Fortgeschrittene oder Anfänger:innen richtet (bei Anmeldung ankreuzen lassen).
- Die ländlichen Vereine sind eher an klassischen und weniger an partizipativen Seminarformaten interessiert.
- Erfahrungsaustausch und Praxisbeispiele sind den Teilnehmenden besonders wichtig (viel Zeit dafür einplanen). Sie engagierten sich sehr aktiv in der Diskussion und stellten immer wieder Bezüge zu ihren konkreten Tätigkeitsfeldern her.
- Konzentration der Inhalte auf Kernpunkte.
- Bei dem Format sollte die maximale Anzahl auf 12 Teilnehmende begrenzt werden.
- Die Teilnehmenden sind am weiteren Austausch untereinander sehr interessiert und erbaten die Anwesenheitsliste.

## 4. Datenbasierte Publikationen

### Vorhaben

Mit dem Informationspapier „Lokale Trends“ sollen Öffentlichkeit, regionale Partner, Politik und Verwaltung sowie die Kulturfördervereine selbst regional ausgerichtete Daten und Fakten über Kulturfördervereine in Deutschland erhalten. Inhalt des Papiers sind Zahlen zu regionalen Verdichtungen der Vereine, zur Verteilung der Vereine auf die Kultursparten in Stadt und Land sowie ihre Gründungstrends.

Außerdem wurden vier Informationsblätter mit Daten zu vier ausgewählten Bundesländern, in denen der DAKU zu diesem Zeitpunkt besonderes aktiv war, erstellt: Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern, Baden-Württemberg und Niedersachsen.

## Aktivitäten & Ergebnisse

Kooperationspartner: ZiviZ im Stifterverband gGmbH

- Mapping aller Kulturfördervereine in Deutschland (Verortung, Dichte, Kontakte)
- Erstellung eines Kriterienkatalogs zu den Sparten der im DAKU vertretenen Vereine
- Formulierung von Typologien der Kulturfördervereine
- Ermittlung von Kontaktadressen, Kreislisten, Aufteilung nach Sparten und ihrer Verteilung Stadt/Land sowie dem Gründungszeitpunkt (Quelle: Vereinsregister)
- Veröffentlichung der Ergebnisse des Mappings in Form eines gestaltetes Informationspapier „Lokale Trends“ und vierer Informationsblätter für die o. g. Bundesländer

## Erfahrungen

- Das Mapping ist sehr hilfreich für die Festlegung der Orte für Weiterbildungsveranstaltungen, da hierdurch Ballungszentren von Vereinen deutlich werden.
- Die Zuordnung der Fördervereine und Freundeskreise ist sehr zeitaufwändig.
- Die Kontaktadressen der Vereinsregister umfassen nur die Postanschrift. Die Recherchen sind sehr zeitaufwändig – auch weil viele Vereine über keine eigene Website verfügen und teilweise nur über die Sozialen Medien aufzufinden sind. Bis Ende 2020 konnten mit den vorhandenen finanziellen Mitteln rd. 4.500 fehlende Postanschriften sowie Mail- und Telefonkontakte der Vereine recherchiert werden.

## 5. Gewinnung junger Erwachsener in ländlichen Räumen mithilfe von Social Media

Nähere Erläuterungen unter Junger Think Tank im DAKU.

## Junger Think Tank im DAKU

### Vorhaben

Der Junge Think Tank im DAKU ist ein Netzwerk aus engagierten jungen Kulturfördernden unterschiedlichster Sparten, die sich zum Ziel gesetzt haben, noch mehr junge Menschen für die Förderung der Kultur zu gewinnen. Ihre Erfahrungen in leitenden Funktionen in jungen Kulturfördervereinen wollen sie an andere Engagierte weitergeben.

Der Junge Think Tank im DAKU organisiert eigene Initiativen und ist auch auf [Twitter](#), [Instagram](#) und [Facebook](#) aktiv. Im Jahr 2020 arbeitete er in zahlreichen Treffen des gesamten Think Tank und der Arbeitsgruppen zu folgenden Initiativen:

- Tipps zur Nutzung von [Social Media zur Nachwuchsgewinnung im ländlichen Raum](#)
- [10 Tipps für junge Kulturförder:innen zur Übergabe des Vorstandsamts](#)
- Verleihung Förderpreis Junge Kulturförderung
- Vorbereitung [interaktive digitale Deutschlandkarte zur jungen Kulturförderung](#) (Erstellung Grundgerüst 2020, Online: Frühjahr 2021)

### Zum Jungen Think Tank gehörten 2020:

Lisa Baluschek | Koordinatorin [Die Aufseßigen](#), der junge Freundeskreis des Germanischen Nationalmuseums in Nürnberg

Antonia Güthoff | ehem. Projektleitung [jungekunstfreunde](#), Freunde des Wallraf-Richartz-Museum und des Museum Ludwig e. V., Köln

Isabelle Hamm | ehem. Projektleitung [jungekunstfreunde](#), Freunde des Wallraf-Richartz-Museum und des Museum Ludwig e. V., Köln

Maud Hennequin | Organisatorin [Junge DT Freunde](#), Freunde und Förderer des Deutschen Theaters und der Kammerspiele e. V., Berlin

Caroline Heinz | Vorstandsmitglied & Sprecherin [Junge Freunde, Förderverein Staatsschauspiel Dresden e. V.](#)

Kay-Hermann Hörster | Erster Vorsitzender, [Museumsgesellschaft Gießen e.V.](#)

Hana Kadrija | Sprecherin [Nthusiasten](#), der jungen Sparte vom Verein Die Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim e. V.

Dr. Anna Rozovskaya-Lampey | Sprecherin [Junger Freundeskreis Kulturstiftung der Länder SdbR](#), Berlin

Lara-Sophie Straub | ehemalige Sprecherin [Junge Kulturfreunde, Freundeskreis Augustinermuseum e. V.](#), Freiburg

Christopher Vila | Vorstand Förderverein [Kultur- und Heimatverein e. V.](#), Egling a. d. Paar

Um die Anliegen der jüngeren Generationen der Kulturfördernden direkter in die inhaltliche Vorbereitung der Initiativen des DAKU einzubringen, arbeiten Hana Kadrija und Antonia Güthoff seit Anfang 2020 im Beirat mit.

## Ergebnisse & Aktivitäten

Nach dem ersten Treffen mit vielen Ideen im Herbst 2019 ging es 2020 für den Jungen Think Tank im DAKU in die Umsetzungsphase. Das Netzwerk musste eine gemeinsame Arbeitsweise etablieren und aus dem Austausch und den Weiterbildungen entstanden schnell Arbeitsgruppen. So installierte der Think Tank einen monatlichen digitalen Jour fixe, AG-Treffen, halbjährliche Workshop-Wochenenden, eine gemeinsame digitale Ablage, ein digitales Projektmanagement sowie eine Kommunikationsplattform. Die Resonanz war zumeist positiv und nach einer Eingewöhnungsphase entwickelte sich ein aktiver Kern aus sechs Ehrenamtlichen, mit denen die Social Media-Accounts erstellt und erste Ideen umgesetzt wurden.

### Treffen des Think Tank

#### Gesamttreffen des Think Tank

- Online-Treffen am 18. April 2020, Thema: Fundraising
- Hybrides Treffen des Think Tank am 10./11. Oktober 2020 im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg bei den Aufseßigen, Thema: Möglichkeiten der Sozialen Medien für den Think Tank und die Gewinnung von Jungen im ländlichen Raum

#### Jour fixe

- 22.01.2020, 26.05.2020, 15.06.2020, 27.09.2020, 25.10.202, 22.11.2020

#### Arbeitsgruppen

- Inhaltliche Ausrichtung Think Tank „Statement-Papier“: 23.01.2020
- AG Öffentlichkeitsarbeit und CI Think Tank: 11.07.2020, 21.07.2020, 28.07.2020, 01.09.2020
- AG FAQ zur Übergabe Vorstandsarbeit: 07.02.2020
- AG Kampagne Storytelling: 14.01.2020, 06.02.2020
- Förderpreis Junge Kulturförderung: 04.02.2020, 20.03.2020, 01.04.2020 sowie immer wieder mehrere Absprachetermine in der Durchführungsphase im Herbst
- Storytelling Kampagne: 11.02.2020, 20.02.2020, 09.04.2020
- Deutschlandkarte junge Kulturfördervereine: 16.07.2020, 08.09.2020

### Fortbildungsthemen

- Fundraising, mit Sascha Lichtenheldt von den [Freunden der Staatsgalerie Stuttgart e. V.](#) am 18. April 2020.
- Projektmanagement, mit Christopher Vila vom Förderverein [Kultur- und Heimatverein e. V.](#) in Egling a. d. Paar am 16. Juni 2020
- Social Media, mit [Anke von Heyl](#) am 10. Oktober 2020
- Fortbildung Agiles Projektmanagement Slack & Trello am 16. Juni 2020

## FAQs

### Tipps zur Nutzung von Social Media zur Nachwuchsgewinnung im ländlichen Raum

Um zu eruieren, welche Bedarfe junge Menschen im ländlichen Raum haben und daraus Ideen und Strategien zur Ansprache und Aktivierung abzuleiten, machte der Junge Think Tank dies zum Thema seines Treffens am 10./11. Oktober 2020 im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg.

Denn auch Menschen in ländlichen Regionen wollen die jungen Kulturförder:innen künftig gezielter über Soziale Medien ansprechen, aktivieren und involvieren. Hilfreiche Hinweise gab Referentin Annika Meier vom Fraunhofer IESE: Über die App der Digitalen Dörfer ist in einigen Regionen eine digitale Infrastruktur bereits vorhanden, an die gemeinsam angeknüpft werden kann.

Im anschließenden Workshop mit Anke von Heyl wurden unterschiedliche Bedarfe der jungen Engagierten im ländlichen Raum und in der Stadt analysiert. Deren Vernetzung ist eines der Ziele, die der Junge Think Tank mit seinen frisch gelaunchten Social Media-Accounts verfolgt. Aus den Ergebnissen wurden Fragestellungen für die Ideensammlung [„Tipps zur Nutzung von Social Media zur Nachwuchsgewinnung im ländlichen Raum“](#) entwickelt, die u. a. in Telefoninterviews mit Partnern wie „Deutschland sicher im Netz“ beantwortet wurden. Auch Ideen für Social Media-Serien entstanden daraus.

### 10 Tipps für junge Kulturförder:innen zur Übergabe des Vorstandsamts gefördert von der DSEE, als Bestandteil der Kampagne #dufürdiekultur

Ein Umzug steht an, der neue Job ist zeitintensiv, andere Aufgaben warten. Es gibt viele Gründe für einen Wechsel des Vorstands oder der Sprecher:in in der jungen Sektion eines Kulturfördervereins. Damit der Verein und die unterstützte Institution nicht darunter leiden, sollten alte und neue Vertreter:innen zu einer gelungenen Übergabe beitragen. Der Think Tank hat deshalb [10 Tipps](#) entwickelt, die helfen sollen, den Vorstandswechsel unter jungen Kulturförder:innen zu erleichtern und die Übergabe zu vereinfachen.

## Begleitaktionen zur Kampagne #dufürdiekultur

Flankierend zu den Sitzungen der AG zur Kampagne #dufürdiekultur wurden in Treffen des Jungen Think Tank sowie in Austausch- und Beratungstreffen zwischen einzelnen Mitgliedern und der Geschäftsstelle des DAKU gemeinsam Ideen entwickelt. Zur Verbreitung der Kampagne nutzen sie sowohl die Kanäle des Jungen Think Tank als auch ihre privaten Kanäle bzw. die ihres Fördervereines. Hierbei wurden auch die folgenden zwei Initiativen entwickelt und durchgeführt:

## Verleihung Förderpreis Junge Kulturförderung gefördert von der DSEE, als Bestandteil der Kampagne #dufürdiekultur



Ehrung Förderpreis Junge Kulturförderung Prof. Monika Grütters MdB Staatsministerin für Kultur und Medien ©DAKU

Zum ersten Mal verlieh der Junge Think Tank im DAKU gemeinsam mit Capgemini Invent den Preis an junge Mitglieder in Kulturfördervereinen, die mit ihren Ideen das Engagement für ihre Einrichtung weiterentwickeln. Im ersten Jahr lag der Schwerpunkt des [„Förderpreis für Junge Kulturförderung“](#) auf Digitalisierung.

Preisträger 2020 wurde der Festival für Freunde e. V., dessen Ansatz, das Festival in ländlichen Regionen in Brandenburg interaktiv digital zu gestalten, die fachkundige Jury aus Vertreter:innen aus dem Bereich der Kulturförderung überzeugte. Als Preis erhielten die Gewinner:innen ein fünfmonatiges Coaching durch Capgemini Invent, einer der weltweit führenden Beratungen für digitale Innovation und Transformation, sowie ein begleitendes Mentoring vom Jungen Think Tank im DAKU im Zeitraum von Januar bis Ende Mai 2021.



© Festival der Freunde e. V.

## Mitglieder der Jury

Dr. Kathrin Erggelet | Geschäftsführerin Bundesverband der Fördervereine Deutscher Museen für bildende Kunst e. V.

Anke von Heyl | Kunsthistorikerin, Beraterin und Social-Media-Expertin

Prof. Dr. Markus Hilgert | Generalsekretär der Kulturstiftung der Länder

Dr. Henning Mohr | Leiter des Instituts für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.

Katrin Lorbeer | MUTHEA e. V. Bundesvereinigung dt. Musik- u. Theater-Fördergesellschaften

Yannick Lifka | Senior Consultant Innovation & Strategy bei Capgemini Invent

Antonia Güthoff | Junger Think Tank im DAKU

## Digitale Deutschlandkarte „Junges Engagement für die Kultur“ gefördert durch BKM

Im Rahmen der inhaltlichen Begleitung der Kampagne setzte sich der Think Tank mit der Definition von jungem Engagement in Kulturfördervereinen auseinander und brachte damit Identitätsprozesse verstärkt in Gang. Hierbei entstand auch die Idee, eine interaktive [Deutschlandkarte „Junges Engagement für die Kultur“](#) zu entwickeln, in der Aktionen, Angebote und junge Sektionen von Kulturfördervereinen lokalisiert werden. Bei der Kontaktaufnahme zu jungen Kulturförder:innen für die Beteiligung an der Ausschreibung des Kulturförderpreises entwickelten sich teilweise Beratungsprozesse, die Anstöße zur Bildung von jungen Sektionen in Kulturfördervereinen gaben.

Interaktive Pins auf der Deutschlandkarte zeigen Kulturfördervereine, in denen junge Mitglieder eine eigene Sparte organisieren oder mit eigenen Veranstaltungen hervortreten. Auch Vereine, die Angebote speziell für junge Menschen bieten, finden sich hier. Diese Karte soll nach und nach weiterwachsen.



## Erfahrungen

- Aufgrund der Verteilung der Mitglieder des Netzwerks über das gesamte Bundesgebiet war es nicht möglich, alle in persönlichen Treffen zusammenzubringen. So wurde das Netzwerk hauptsächlich mithilfe digitaler und hybrider Treffen aufgebaut.
- Terminabsprachen waren aufwändig, da die Mitglieder sehr unterschiedliche Wochenabläufe haben.
- Die digitale Ablage und Kommunikation mussten erst erprobt werden. Ende des Jahres wurde sie von allen Teilnehmenden genutzt. Parallele Kommunikation per E-Mail erschwerten die Koordination.
- Unterschiedliche Interessen und Ansprüche der Mitglieder des Think Tank mussten ausgelotet werden, um einen gemeinsamen Mittelweg zu finden.
- Die Vernetzung lief zu Beginn des Jahres zumeist über die Koordination der DAKU-Geschäftsstelle. Erst später vernetzten sich die Mitglieder auch untereinander. Besonders die räumliche Entfernung erschwerte den Prozess der Gruppendynamik.
- Die jungen Mitglieder des Think Tank bekamen Raum, um sich selbst in ihrer Rolle als Sprecher:innen zu reflektieren und ihr Ehrenamt in einen gesellschaftlichen Kontext zu setzen. Dadurch erhielten sie Motivation und Anerkennung für Ihre Vereinsarbeit.
- Durch den Austausch untereinander und die Weiterbildungen konnten Mitglieder des Think Tank voneinander profitieren und ihre Arbeit in den Vereinen professionalisieren.

---

## Botschafter:innen-Netzwerk

gefördert durch die Kulturstiftung der Länder seit Juni 2020 sowie Ehrenamtsstiftung MV und Thüringer Ehrenamtsstiftung

## Vorhaben

Um die Engagierten in den Kulturfördervereinen in Deutschland bestmöglich zu unterstützen und ihr enormes Potenzial auszuschöpfen, bedarf es einer strukturierten Zusammenarbeit auf allen politischen Ebenen. Da der Kulturbereich in Deutschland durch die föderale Struktur geprägt ist, kann deshalb die Arbeit des DAKU mittel- und langfristig nur erfolgreich sein, wenn er nicht nur eng mit der Bundespolitik kooperiert, sondern wenn auch auf Ebene der Länder eine enge Zusammenarbeit stattfindet.

Vor diesem Hintergrund soll – mit dem Ziel, eine zentrale Botschafter:innen-Versammlung der Kulturfördervereine gemeinsam mit den 16 Bundesländern zu schaffen – ein Netzwerk entwickelt werden, das es ermöglicht, **landesspezifische Bedarfe, Erfahrungen und Kontakte der Vereine sichtbar**

zu machen und die Zusammenarbeit mit der Landes- und Kommunalebene zu intensivieren. Operative Bestandteile dieses Pilotprojektes sind eine Arbeitsgruppe zur Planung und Ergebnissicherung, ein Praxisteil mit Workshops in vier Ländern, Informationspapiere als Datenbasis, die Auswahl erster Botschafter:innen sowie als weiterwirkendes Ergebnis die Entwicklung eines nachhaltigen Konzepts zum Aufbau eines bundesweiten Botschafter:innen-Netzwerks.

Ausgangspunkt für die Auswahl und spätere Arbeit der Botschafter:innen sind **regionale Netzwerke** der Kulturfördervereine, die in diesem Projekt mithilfe von Workshops angestoßen werden. Dies wird exemplarisch anhand von vier Pilot-Ländern getestet. Ziel der neu entstehenden Netzwerke soll auch sein, den Wissensaustausch der Kulturfördervereine zu fördern und gemeinsam Sachthemen für die jeweilige Region voranzubringen.

## Aktivitäten & Ergebnisse

### Aufnahme der Arbeit in Kooperation mit der Kulturstiftung der Länder

Bei einem Gespräch am 6. August 2020 zwischen Prof. Markus Hilgert, Generalsekretär der Kulturstiftung der Länder (KSL), und dem gesamten DAKU-Vorstand wurde sich darauf verständigt, dass dieses Projekt von der KSL nicht nur gefördert, sondern auch in Kooperation mit ihr durchgeführt werden soll. Da auch weitere Kooperationen mit der KSL bestehen, wurde eine **Kooperationsvereinbarung** abgeschlossen, in der beide Partner versichern, dass sie bei ihrer inhaltlichen Arbeit und in der Öffentlichkeitsarbeit zusammenarbeiten wollen.

Außerdem wurden Ideen entwickelt, welche **Partner in den Ländern für die Vorbereitung der Netzwerktreffen angesprochen werden** können und wie sich die Arbeitsgruppe zur Vorbereitung des Botschafter:innen-Netzwerks zusammensetzen könnte.

### Kontaktieren von Partnern in den Bundesländern

#### 1. Thüringen

Mit der Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen wurde am 7. Juli vereinbart, dass er bei der lokalen Organisation der Netzwerkveranstaltung, den Anstoß der Zusammenarbeit mit der Thüringer Ehrenamtsstiftung und der Finanzierung Unterstützung leistet.

Mit der Thüringer Ehrenamtsstiftung wurde am 31. August 2020 die inhaltliche und finanzielle Zusammenarbeit vereinbart. Zudem wurden die Regionen eruiert, in denen die Netzwerktreffen stattfinden können.

Die drei Partner erstellten gemeinsam ein Arbeitspapier zur Information und zur Aufgabenteilung zwischen den drei Partnern bei der Vorbereitung der ab Mai 2021 geplanten Netzwerkveranstaltungen.

#### 2. Mecklenburg-Vorpommern

Ehrenamtsstiftung MV: Mit der Vorstandsvorsitzenden fand am 26. August 2020 ein Gespräch statt, bei dem sie über das Vorhaben informiert und die Zusammenarbeit miteinander angestoßen

wurde. Als Ergebnis beschloss der Vorstand der Stiftung die finanzielle Förderung des Projekts sowie den Abschluss einer Kooperationsvereinbarung. Im Herbst fanden Abstimmungen mit dem Projektmanagement der Stiftung statt.

Kulturministerium MV: Kulturministerin Bettina Martin sagte am 24.3.2021 in einem gemeinsamen Gesprächstermin mit dem Vorstand des DAKU ihre Unterstützung für das Botschafter:innen-Projekt zu. Im Nachgang erhielt der DAKU hierzu einen Letter of Intent. In dem Termin wurde sich auch über weitere Initiativen des DAKU in MV ausgetauscht. So informierte der Projektleiter des „Digitalen Werkzeugkastens“, Eric Klausch, über die Arbeit mit den Jugendlichen und Vereinen.

### 3. *Baden-Württemberg*

Kulturbüro der Metropolregion-Rhein-Neckar: Hier wurde der Kontakt zum Kulturbüro der Metropolregion-Rhein-Neckar wieder aufgenommen, um die Netzwerkveranstaltungen in BW anzustoßen. In einem vom Kulturbüro organisierten Termin mit Andreas Hilgenstock (Beiratsvorsitzender der Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim und Mitglied im Kuratorium des Förderkreises für die Kunsthalle Mannheim) am 11. September 2020 konnte dieser dafür gewonnen werden, den Prozess zu unterstützen.

#### **Informationspapiere über die beteiligten Bundesländer**

Zur konkreteren Information über die Kulturfördervereine der im Pilotprojekt beteiligten Bundesländer wurden Papiere mit Daten & Fakten entwickelt. Sie entstanden im Rahmen der Förderung durch die BKM und wurden als Eigenanteil für die Projektförderung durch die KSL genutzt.

#### **Positionspapier mit dem Deutschen Städtetag**

Für ein gemeinsam mit dem Deutschen Städtetag zu veröffentlichendes Positionspapier zum bürgerschaftlichen Engagement von Kulturfördervereinen wurde mit den Mitgliedern des Vorstands und des Beirats ein Ideenpapier aufgesetzt.

Das Ideenpapier enthält Informationen über die Arbeit der Kulturfördervereine und Vorschläge für Handlungsmöglichkeiten der Städte sowie von Bund und Ländern. Dies wurde von Ulrike Petzold im Kulturausschuss des Deutschen Städtetags am 17. September 2020 vorgestellt, der daraufhin das zuständige Dezernat mit der Vorbereitung betraute.

## Erfahrungen

Bei der Ansprache möglicher regionaler Partner für eine Zusammenarbeit bei der Vorbereitung der Netzwerkveranstaltungen stieß der DAKU auf großes Interesse für eine Unterstützung der dortigen Kulturfördervereine.

- Da der persönliche Austausch für die geplanten Netzwerkveranstaltungen grundlegend ist, wurden im Herbst 2020 weitere Planungen in den Bundesländern wegen der zunehmenden Einschränkungen durch die Pandemie vorübergehend gestoppt.

## Öffentlichkeitsarbeit

### Newsletter

- [Februar 2020](#)
- [März 2020](#)
- [Juli 2020](#)
- [Oktober 2020](#)

### Beiträge & Publikationen

- [27. April 2020: Aufruf „Jetzt Ideen für das Überleben der Kultur entwickeln“](#)
- [10. Juni 2020: Kurzbericht „Unser erstes Jahr: 2019“](#)
- [07. Juli 2020: Broschüre „Lokale Trends. Kulturfördervereine in Deutschland“](#)
- [07. Okt. 2020: Beitrag „Projekt der Woche: „Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine““, Deutscher Kulturrat e.V. – Initiative kulturelle Integration](#)
- [17. Dez. 2020: Appell „Die Kultur braucht jetzt Dein Engagement“](#)

Dazu kommen umfangreiche **Informationsbeiträge auf unserer Website**, zum Beispiel zu rechtlichen Fragen in der Pandemie.

### Pressemitteilungen

#### Digitaler Werkzeugkasten

- [„Digital und zukunftsfähig. Kulturfördervereine und Jugendliche gemeinsam für die Kultur in der Mecklenburgischen Schweiz“, Teterow, 24.04.2020](#)
- [„Hilfe für Kulturhelfer\\*innen in ländlichen Räumen! Digitaler Werkzeugkasten für Kulturfördervereine online“, Berlin, 24.04.2020](#)
- [„Jung und Alt gemeinsam für die Kultur. Videos über das Engagement von Kulturfördervereinen in der Mecklenburgischen Schweiz“, Teterow, 06.08.2020](#)
- [„Digital und zukunftsfähig. Kulturfördervereine und Jugendliche gemeinsam für die Kultur in Rheinhessen“, 11.11.2020](#)

#### Aufruf für die Rettung der Kultur

- [„Jetzt für die Rettung der Kultur engagieren! Aufruf mobilisiert Kulturfördervereine für weitere Ideen“, Berlin, 30.04.2020](#)

### Lokale Trends

- „Große Unterstützung für Baukultur und Denkmalschutz in Mecklenburg-Vorpommern. Erstmals Daten zu lokalen Trends bei Kulturfördervereinen“, 01.07.2020
- „Viel bürgerschaftliches Engagement für Baukultur und Denkmalschutz in Brandenburg. Erstmals Daten zu lokalen Trends bei Kulturfördervereinen“, 01.07.2020
- „Große Unterstützung für Bildende Kunst und Design in Berlin. Erstmals Daten zu lokalen Trends bei Kulturfördervereinen“, 01.07.2020
- „Musik, Tanz und Theater werden in Bayern am häufigsten ehrenamtlich unterstützt. Erstmals Daten zu lokalen Trends bei Kulturfördervereinen“, 01.07.2020
- „Jeder vierte Kulturförderverein in ländlichen Regionen aktiv. Erstmals Daten zu lokalen Trends bei Kulturfördervereinen“, 01.07.2020

### Weiterbildung

- „Brandenburger Kulturfördervereine brauchen Nachwuchs. Workshop zur Mitgliederwerbung in Seddin“, 28.09.2020

### Förderpreis

- „Förderpreis Junge Kulturförderung 2020 unterstützt engagierten Nachwuchs in Kulturfördervereinen“, 17.12.2020

### Kampagne

- „#dufürdiekultur. Kampagne ruft zu mehr bürgerschaftlichem Engagement für die Kultur auf“, 17.12.2020

## Social Media

Der DAKU nutzt seit Januar 2019 einen Twitter-Account. Ermöglicht durch die Aufstockung der BKM-Mittel hat der DAKU Ende November 2020 Accounts für Facebook und Instagram eingerichtet und konnte ab da personelle Kapazitäten zur Betreuung seiner Social Media-Aktivitäten einsetzen.

Alle Zahlen basieren auf einer organischen Reichweite, d.h. diese Reichweite hat ein Post, Video etc. erreicht, ohne dass dafür bezahlt wurde. Es gab keine „sponsored posts“.

Nachfolgend eine **exemplarische Auflistung** zu einzelnen Initiativen des DAKU (es erfolgten mehr).

### Twitterbeiträge zum Informationspapier Lokale Trends

- 24. April 2020: 1322 Impressions 8 Likes, 4 Retweets
  - 3. Juli 2020: 1049 Impressions, 7 Likes, 3 Retweets
  - 11. Dez. 2020: 2027 Impressions, 9 Likes, 1 Retweet
- Facebook:
- 11.12.2020 „#goodtoknow Grafik zu Sparten der KfV“: 272 erreichte Personen, 68 Reaktionen, 12 Interaktionen, 6 „Gefällt mir“, 3 mal geteilt

### Twitterbeiträge zum Digitalen Werkzeugkasten für Kulturfördervereine in MV

- 9. Okt. 2020; 1. Sept. 2020; 2. Sept. 2020; 21. Aug. 2020; 18. Mai 2020; 30. März 2020; 24. Febr. 2020; 11. Aug. 2020: 2007 Impressionen, 12 Likes, 4 Retweets; 12. Aug. 2020: 635 Impressionen, 2 Likes, 1 Retweets

Durch den lokalen Partner Power On:

- Facebook.com/PowerOn.ngo (mit hoher Reichweite bei 35- bis 50-Jährigen in der Region)
- Youtube.com/Poweron-org (nach und nach Videos hochgeladen)
- Instagram.com/PowerOn\_org: Bilder werben für die Videos (hohe Reichweite bei jungen Leuten in der Region)

Für Instagram wurden zum Digitalen Werkzeugkasten 4 Clips geschnitten zu: beteiligten Vereinen, Diggis, Projekt.

### Beiträge zum Digitalen Werkzeugkasten für Kulturfördervereine in RLP

#### Instagram

- 9.2.2021 – Video über Museum Kirchheimbolanden (Rheinland-Pfalz): Aufrufe: 44, Likes: 15, Reichweite: 88
- 15.2.2021 – Video über Förderverein Erntedankfest und Brauchtum Heidesheim (Rheinland-Pfalz): Aufrufe: 44, Likes: 13, Reichweite: 89
- 22.2.2021 – Abschlusstagung des Digitalen Werkzeugkastens für Kulturfördervereine in Rheinland-Pfalz: Aufrufe: 72, Likes: 20, Reichweite: 94
- 9.3.2021 – Video über Förderverein Projekt Osthofen e.V. (Rheinland-Pfalz): Aufrufe: 47, Likes: 16, Reichweite: 69
- 8.4.2021 – Video über Dörpschaft Witzin e.V. (Mecklenburg-Vorpommern): Aufrufe: 45, Likes: 19, Reichweite: 89

#### Facebook

- 9.2.2021 – Video über Museum Kirchheimbolanden (Rheinland-Pfalz): erreichte Personen: 50, durchschnittlich angesehene Minuten: 0:16, Interaktionen (inkl. Likes): 8
- 15.2.2021 – Video über Förderverein Erntedankfest und Brauchtum Heidesheim (Rheinland-Pfalz): erreichte Personen: 40, durchschnittlich angesehene Minuten: 0:09, Interaktionen (inkl. Likes): 6
- 22.2.2021 – Abschlusstagung des Digitalen Werkzeugkastens für Kulturfördervereine in Rheinland-Pfalz: erreichte Personen: 40, durchschnittlich angesehene Minuten: 0:29, Interaktionen (inkl. Likes): 1
- 9.3.2021 – Video über Förderverein Projekt Osthofen e.V. (Rheinland-Pfalz): erreichte Personen: 40, durchschnittlich angesehene Minuten: 0:18, Interaktionen (inkl. Likes): 8
- 8.4.2021 – Video über Dörpschaft Witzin e.V. (Meck-Pom): erreichte Personen: 36, durchschnittlich angesehene Minuten: 0:10, Interaktionen (inkl. Likes): 6

Durch den lokalen Partner medien+bildung.com

- 926 Mal wurden interessierte Personen aus Rheinhessen durch die allgemeine Kampagne zum Digitalen Werkzeugkasten vom 17.-30.12.2020 auf die Website

werkzeugkasten.kulturfoerderevereine.eu geführt. Vor allem Personen ab 55 Jahren (48 % aller Klicks) und Interessierte am Thema Kulturförderung im Bereich Musik (25 % aller Klicks) interagierten mit den Werbeanzeigen und wurden zum Digitalen Werkzeugkasten weitergeleitet.

Für diese Kampagne gab es vier verschiedene thematische Zielgruppen mit vier verschiedenen Anzeigenmotiven:

- Zielgruppe Kulturfördervereine Rheinhessen allgemein  
(2020\_FB-Ad\_DigWK\_Allg\_01 und 2020\_FB-Ad\_DigWK\_Allg\_02)  
Laufzeit: 17.12.2020-29.12.2020  
Text: *Sicher und schneller zusammenarbeiten: So nutzen Sie die Digitalisierung in Ihrem Kulturförderverein!* [+Verlinkung auf <https://werkzeugkasten.kulturfoerderevereine.eu/>]
- Zielgruppe Kulturfördervereine Rheinhessen Entscheider:innen & Senior:innen  
(2020\_FB-Ad\_DigWK\_Allg\_Sen01 und 2020\_FB-Ad\_DigWK\_Allg\_Sen02)  
Laufzeit: 17.12.2020-30.12.2020  
Text: *Sicher und schneller zusammenarbeiten: So nutzen Sie die Digitalisierung in Ihrem Kulturförderverein!* [+Verlinkung auf <https://werkzeugkasten.kulturfoerderevereine.eu/>]
- Zielgruppe Heimat & Brauchtum Rheinhessen (2020\_FB-Ad\_DigWK\_HeimatRH\_01 und 2020\_FB-Ad\_DigWK\_HeimatRH\_02)  
Laufzeit: 17.12.2020-30.12.2020  
Text: *Vereinsarbeit sicher, schnell und digital organisieren: Jetzt die hilfreichen Anwendungen aus dem digitalen Werkzeugkasten nutzen!* [+Verlinkung auf <https://werkzeugkasten.kulturfoerderevereine.eu/>]
- Zielgruppe Musik & Chor Rheinhessen (2020\_FB-Ad\_DigWK\_Musik\_01 und 2020\_FB-Ad\_DigWK\_Musik\_02)  
Laufzeit: 17.12.2020-30.12.2020  
Text: *Sicher und schneller zusammenarbeiten: So nutzen Sie die Digitalisierung auch als Chor oder Sängervereinigung!* [+Verlinkung auf <https://werkzeugkasten.kulturfoerderevereine.eu/>]