

## BERICHT

### Ungeahnte Potentiale für die Kultur: Wie Fördervereine Kulturinstitutionen strategisch unterstützen können

Workshop und Netzwerkveranstaltung  
für Fördervereine und Freundeskreise  
im Kulturbereich

2. September 2019 im Museum Lüneburg

Zur ersten Regionalveranstaltung für Kulturfördervereine im Museum Lüneburg kamen rund 60 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Fördervereinen verschiedenster Kultursparten sowie einiger Kulturinstitutionen zum gemeinsamen Netzwerktreffen zusammen. Unter dem Themenschwerpunkt „Ungeahnte Potentiale für die Kultur – Wie Fördervereine Kulturinstitutionen strategisch unterstützen können“ wurde unter der Moderation von Hans Lochmann (Geschäftsführer MVNB) und Ulrike Petzold (Geschäftsführendes Vorstandsmitglied DAKU) diskutiert, wie Kulturfördervereine gestärkt werden können, um „ihre“ Kulturinstitutionen erfolgreich zu unterstützen. Besonderes Augenmerk lag dabei auf der für die Vereine besonders wichtigen Nachwuchsgewinnung.

1

Zur Veranstaltung hatten der [Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e. V.](#) (MVNB) (Inhaltliche Vorbereitung und Organisation) und der [Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V.](#) (DAKU) eingeladen. Sie war der Auftakt einer vom DAKU initiierten Reihe mit Netzwerkveranstaltungen in verschiedenen Regionen.

## BEGRÜßUNG UND STATEMENT

Prof. Dr. Heike Düselder, Leiterin des Museum Lüneburg, betonte in ihrer Begrüßung die Relevanz der Vernetzung und Förderung vor allem kleiner, ehrenamtlich geführter Vereine. Dies unterstrich auch Dr. Christoph Steegmans, Leiter der Unterabteilung Engagementpolitik im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, in seinem einleitenden Statement: „Den engagierten Bürgerinnen und Bürgern fehlt es nicht so sehr an eigenen Ideen und Wissen für die Weiterentwicklung ihrer Arbeit, sondern an Kooperation und Vernetzung zur Erleichterung ihres Engagements“, so Steegmans. Daran anknüpfend stellte er die kürzlich von der Bundesregierung ins Leben gerufene Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt vor. Unterteilt in die Bereiche: „Service“, „Kompetenz“ und „Digitalisierung“ soll die öffentlich-rechtliche Stiftung Wissen bündeln und damit auch für Kulturfördervereine unterstützen.



© DAKU / MVNB

## IMPULSVORTRÄGE

### WIE FÖRDERVEREINE MUSEEN STRATEGISCH UNTERSTÜTZEN KÖNNEN

Vor dem Hintergrund des sehr erfolgreich arbeitenden, rein ehrenamtliche geführten Fördervereins Freilichtmuseum am Kiekeberg (rund 13.500 Mitglieder) referierte Prof. Dr. Rolf Wiese (Vorsitzender MVNB / AK Museumsmanagement, Winsen/Luhe) über die strategische Aufstellung von Fördervereinen, wozu auch die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit des Vereins und mögliche Strategien zur Mitgliedergewinnung gehören. Er betonte die Notwendigkeit schriftlich fixierter Konzepte und Visionen sowie konkreter Arbeitspläne und empfahl nachdrücklich, darin die Bedürfnisse, Wünsche und besonderen Kompetenzen der Mitglieder zu berücksichtigen. Um Nachwuchs zu gewinnen und Mitglieder langfristig an den Verein zu binden, sei es notwendig, eine eigene Fördervereinsmentalität zu schaffen und sensibel abgestimmten Angebote für Menschen aller Altersstufen und Lebensphasen zu entwickeln.

2

### STRATEGIEN, JUNGE MITGLIEDER ZU GEWINNEN



Mit Fokus auf digitalen Angeboten (> nachhaltig, aktuell, kostengünstig, große Reichweite!) stellte Franziska Sprengel (Förderverein Junge Freunde Sprengel Museum / Junge Freunde Kunstmuseen – Bundesinitiative, Hannover) Strategien zur Gewinnung junger Mitglieder vor. Bei Website und Newsletter sowie Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Instagram sei auf Qualität statt Quantität zu setzen. Übersichtliche, optisch gut abgestimmte Seiten seien bei der Ansprache junger Menschen unverzichtbar. Ein Programm mit attraktiven Angeboten wie Sonderführungen, Blicke hinter die Kulissen, Partys usw. müsse deutlich sichtbar gemacht werden. Um Angebote eigens für junge Menschen aufzusetzen und sinnvoll zu befüllen, empfahl sie, in

© DAKU / MVNB

In Kooperation mit dem Arbeitskreis Museumsmanagement, Kiekeberg, dem Museumsverein für das Fürstentum Lüneburg, dem Museumsverein Hildesheim und dessen JuMis (Junge Mitglieder im Museum), der Bundesvereinigung deutscher Musik- und Theaterfördergesellschaften MUTHEA und dem Kunstverein Bremen und seinen Fördervereinen

eine bezahlte Unterstützung zu investieren (ggf. auch Mischkalkulation oder Zusammenarbeit mit Studierenden). Erfolgversprechend sei ein junger Freundeskreis zudem nur dann, wenn ermöglicht würde, dass die Jungen untereinander kommunizieren und die Angebote mit vorbereiten.

Weitere Tipps zur Gewinnung und Einbindung junger Fördervereinsmitglieder finden Sie in der Broschüre [How to make young friends](#) der Bundesinitiative Junge Freunde Kunstmuseen.

## ERGEBNISSE THEMENTISCHE UND DESIGN SPRINT (Auswahl)

### Tisch 1

Christine Gundolf-Köhler (Museumsverband Hildesheim):

*Integration von jungen Mitgliedern in Fördervereine*

- Prüfen, wie sich Altersgruppe 6–18 mit dem pädagogischen Angebot der Kulturinstitution verträgt und ggf. anpassen
- Räume zur Verfügung stellen
- Bindung von Interessierten/Mitgliedern durch Partizipation und Eigenverantwortung
- Keine Anwesenheitspflicht, Kinder und Jugendliche freiwillig kommen lassen
- Sponsoren für kostenlose Schnupper-Jahresmitgliedschaften finden
- Finanzierung Bsp. Hildesheim: Grundbetrag wird von der Stadt gestellt, für operative Arbeit, Projekte u. ä. werden weitere Spender gesucht

3

### Tisch 2

Stefanie Lüdeking (Bucerius Kunst Club, Hamburg):

*Zielgruppenspezifische Kommunikation für junge Menschen*

- Nur wenige der Vereine am Tisch verfügen über zielgruppenspezifische Kommunikation für junge Menschen
- Themen der Kultureinrichtungen müssen auf junge Menschen abgestimmt und interessant gestaltet werden: Beispiel Förderverein „För Platt“ > Speed-Dating auf Plattdeutsch, gute Fotos in Sozialen Medien
- Werbung/Vertrieb: Junge Menschen durch Kommunikationstalente vor Ort ansprechen
- Bindung junger Mitglieder durch altersgruppenspezifische Angebote und Veranstaltungen
- flexible Ortswechsel einbeziehen; wie Kontakt zu Ehemaligen halten?
- Community Building

### Tisch 3

Dr. Bettina Motschmann (Museumsverein für das Fürstentum Lüneburg)

*Gesellschaftliche Intentionen von Fördervereinen*

- Wunsch nach Kultur des Gesprächs mit Politik und Verwaltung auf Augenhöhe
- Mehr Transparenz statt Konkurrenz untereinander
- Mehr Wertschätzung für die Arbeit von Kulturfördervereinen in der Kommunalpolitik > Wunsch an DAKU, hier tätig zu werden
- Wunsch nach besserer Zusammenarbeit zwischen Vereinen, Institution, Politik

## Tisch 4

Stefan Schnier (Kunstverein Bremen)

*Wünsche aus Vereinssicht an die Kultur-Politik*

- v. a. Hilfe für kleinere Vereine erwünscht
- Museum als außerschulischer Lernort – Welche Initiativen sind möglich?
- Verein als Partner des Museums; Wünsche an Kommunalpolitik evtl. gemeinsam mit Kulturinstitution äußern (> Anschluss an KI) > Wunsch an DAKU, bei Zugang zu Politik auf Augenhöhe zu unterstützen
- Bewusstsein für die Geschichte des Vereins
- Längerfristiger Blick für die Entwicklung Stadt und Kultur > Wunsch an DAKU, hierfür mehr Bewusstsein zu schaffen
- Aufruf an DAKU und Kulturfördervereine: Aufstehen, laut werden!

## Design Sprint

Katrin Lorbeer, MUTHEA Bundesvereinigung Deutscher Musik- und Theaterfördergesellschaften, Karlsruhe *Leitbilder und Strategien für Kulturfördervereine*

- Entwicklung einer Vision / eines Leitbildes
- Verein digital aufstellen
- Kompetenzen der Mitglieder nutzen und Verantwortung übertragen
- Prominente Schirmherr\*innen und Verantwortliche vor Ort einbinden
- Verein soll „Heimat“ bieten
- eigene Formate für Junge entwickeln
- Geregelter Austausch mit Kulturinstitution, Leitung der Kulturinstitution für aktive Förderung des Vereins gewinnen
- Fördervereine vor Ort vernetzen, gemeinsame Veranstaltungen durchführen
- Programm in Kooperation mit anderen Einrichtungen vor Ort ausbauen
- Finanzierung einer Stelle, kompetentes Dauerpersonal e. g. auf Honorarbasis Austausch und Vernetzung auch mit Schulen, Unis, VHS
- freier Eintritt, aber Spende erbeten
- Kombikarte für alle Museen oder auch mit anderen Einrichtungen des Ortes
- Mitgliedsbeitrag erhöhen, Nutzen für Mitglieder sichtbar machen

4



© DAKU / MVNB



© DAKU / MVNB

In Kooperation mit dem Arbeitskreis Museumsmanagement, Kiekeberg, dem Museumsverein für das Fürstentum Lüneburg, dem Museumsverein Hildesheim und dessen JuMis (Junge Mitglieder im Museum), der Bundesvereinigung deutscher Musik- und Theaterfördergesellschaften MUTHEA und dem Kunstverein Bremen und seinen Fördervereinen

## ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK DER VERANSTALTER

Prof. Dr. Rolf Wiese dankte dem Museum Lüneburg für seine Gastfreundschaft.

Er kündigte an, dass der Museumsverband die Netzwerkveranstaltungen fortführen möchte. Als neues Angebot des MVNB stellte er „Die Museumsschule!“ vor, die vor allem für kleinere Museen und Fördervereine Weiterbildungsangebote zur unterstützenden Professionalisierung und Qualifizierung aktiver Freiwilliger bietet.

[Link zur Museumsschule](#)

Ulrike Petzold fasste gemeinsam mit Prof. Dr. Wiese die Ergebnisse der Veranstaltung zusammen und bündelte Anregungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer:



© DAKU / MVNB

### WEITERBILDUNG

- Um erfolgreich zu arbeiten und Nachwuchs langfristig zu sichern, sollten Kulturfördervereine ihrer Arbeit Konzepte zugrunde legen, in denen die Bedürfnisse von (potenziellen) Mitgliedern aller Altersstufen und Lebenssituationen berücksichtigt sind. Dies impliziert u. a. die gezielte Ansprache junger Menschen insbesondere mithilfe digitaler Formate.
- Die gezielte Ansprache zur Nachwuchsgewinnung sollte sich nicht allein an junge Menschen richten, sondern auch an die 40-bis-55-Jährigen. Die Chancen durch den demografischen Wandel einbeziehen.
- Genannt wurde auch der Bedarf kleinerer Kulturfördervereine an Weiterbildungsangeboten im Bereich „Vermittlung“. Dies betrifft insbesondere diejenigen Vereine, deren Kulturinstitution über keine eigene Vermittlungsabteilung oder Museumspädagogen verfügt. Auf diese Anforderungen regiert der MVNB mit Angeboten der „Museumsschule!“.

5

### ZUSAMMENARBEIT MIT STÄDTEN UND KOMMUNEN

- Kulturfördervereine sollten bei der Vorbereitung von kommunalpolitischen Entscheidungen mehr eingebunden werden. Zur Stärkung ihrer Position soll die engere Zusammenarbeit mit Kommunen und Städten auf „Augenhöhe“ unterstützt werden.

### WEITERE NETZWERKVERANSTALTUNGEN

- Angesichts der großen Heterogenität zwischen den Vereinen und der Unterschiede bei ihren Bedarfen sollte bei Veranstaltungen ggf. eine Trennung Stadt/Land erwogen werden bzw. Vereinen mit ausschließlich ehrenamtlich organisierten und mit Festangestellten besetzten Geschäftsstellen. Vorteil einer Mischung: Wissensaustausch durch Lernen von den Profis.

In Kooperation mit dem Arbeitskreis Museumsmanagement, Kiekeberg, dem Museumsverein für das Fürstentum Lüneburg, dem Museumsverein Hildesheim und dessen JuMis (Junge Mitglieder im Museum), der Bundesvereinigung deutscher Musik- und Theaterfördergesellschaften MUTHEA und dem Kunstverein Bremen und seinen Fördervereinen

- Ein weiteres Netzwerktreffen in der Region Niedersachsen und Bremen ist erwünscht.
- Der Austausch zwischen Kulturfördervereinen aus den verschiedensten Kultursparten wurde als sehr interessant erlebt und ist bei zukünftigen Veranstaltungen erwünscht.
- MVNB und DAKU wollen die Netzwerkarbeit in Niedersachsen und Bremen weiterführen.
- Größere Netzwerkveranstaltungen sollen weiterhin „offen für alle“ sein, während kleinere Workshops und Seminare (vgl. Museumsschule!) spezifischer auf Bedürfnisse eingehen sollen.