

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

DES DACHVERBANDS DER KULTURFÖRDERVEREINE IN DEUTSCHLAND FÜR DAS BÜRGERSCHAFTLICHE ENGAGEMENT FÜR DIE KULTUR

in der 20. Legislaturperiode der neuen Bundesregierung

- **Infrastruktur der Kulturfördervereine und ihrer überregionalen Verbände sichern**
- **Regional ausgerichtetes Engagement erhalten**
- **Fördermittelvergabe und -abwicklung deregulieren**
- **Bürokratiearmes und rechtssicheres Engagement ermöglichen**
- **Junges Engagement stärken**
- **Digitale Kompetenzen und Strukturen fördern**

Bürgerschaftliches Engagement für die Kultur ist heute wichtiger denn je. Große gesellschaftliche Aufgaben – Einsatz für Diversität, Bekämpfung von Polarisierung und Extremismus bis hin zu Stärkung der Kinder und Jugendlichen nach der Pandemie – können nur im Miteinander gelingen und mit einer gestärkten Kultur als unverzichtbarem Grundstein und zentralem Bindeglied unserer Gesellschaft: Von der Staatsoper bis hin zur Bibliothek stellt sie gemeinsame Erfahrungs- und Erlebnisformen her, vermittelt Bildung und Werte, schafft Räume für offenen Diskurs und stiftet so Gemeinschaft und Identität für alle – individuell und als Teil des gesellschaftlichen Zusammenlebens. Engagierte für die Kultur begeistern auch andere für sie und erhalten das demokratische Miteinander lebendig.

In rund 17.000 Vereinen in Stadt und Land engagieren sich Bürgerinnen und Bürger, um Kultur zu prägen, zu bewahren und zu fördern. Rund 86 % der Aktiven engagieren sich ehrenamtlich.

Sie sind Geld- und Ideengeber:innen, Netzwerker:innen und Multiplikator:innen für die Kultur und verstehen sich als bürgerschaftliche Stütze unseres vielfältigen Kulturlebens und starken Gemeinwesens. Zugleich fungiere sie als Sprachrohr der Gesellschaft in die Kultureinrichtungen hinein. Sie schaffen – auch in schwierigen Zeiten – Orte des sozialen Miteinanders, der Bildung und Teilhabe für Menschen unterschiedlichster Generationen, religiöser und kultureller Zugehörigkeit, Hintergründe und Lebensumstände.

Als Partner für Politik und Verwaltung sind Kulturfördervereine hilfreich – gerade jetzt!

Mit ihren Erfahrungen, Kompetenzen und gewachsenen Vereinsstrukturen können Engagierte und ihre Vereine dabei helfen, für den Erhalt und die Weiterentwicklung des Kulturlebens zu sorgen und erfor-

derliche Veränderungsprozesse im Hinblick auf Diversität und Digitalität mitzugestalten. Damit das Potential der Engagierten bestmöglich eingebracht werden kann, bedarf es des dauerhaften Dialogs zwischen Zivilgesellschaft, Kultur, Politik und Verwaltung auf allen politischen Ebenen.

Bürgerschaftliches Engagement für die Kultur braucht Unterstützung.

Dafür ist eine Engagementpolitik erforderlich, die praktikabel und nachhaltig ist, die bürgerschaftliches Engagement für die Kultur anerkennt und seine öffentliche Wahrnehmung stärkt. Denn nur so kann das Engagement für die Kultur weiterwachsen und zum Mitmachen motivieren.

Wir rufen den Bund auf, diese Anerkennung und Unterstützung in seinem rechts- und engagementpolitischen Handeln zum Ausdruck zu bringen.

Für die 20. Legislaturperiode der neuen Bundesregierung fordern wir:

Infrastruktur der lokalen Kulturfördervereine und ihrer überregionalen Verbände sichern

durch eine gesetzliche Grundlage, die Bund und Ländern die dauerhafte Grundförderung des bürgerschaftlichen Engagements für die Kultur ermöglicht → damit die Förderung demokratiestärkender Projekte nicht zum Strohfeuer wird, sondern gewonnene Kompetenzen und Erfahrungen in verlässlichen Strukturen nachhaltig wirken und weitergegeben werden können.

Regional ausgerichtetes Engagement erhalten

durch Bundesprogramme, die verstärkt von Kommunen und Ländern geförderte Projekte kofinanzieren und zielgruppenspezifische Angebote einbeziehen (z. B. Kulturelle Bildung, Weiterbildung, Wissensaustausch und Vernetzung) → damit bürgerschaftliches Engagement für die Kultur sowohl in ländlichen und strukturschwachen als auch in städtischen Räumen für alle Bevölkerungsgruppen und Generationen gesichert und weiterentwickelt werden kann.

Fördermittelvergabe und -abwicklung deregulieren

durch die Vereinfachung der Beantragung und Abwicklung von Fördermitteln (Projektschecks ohne Abrechnungsverfahren für kleine Projekte, Anerkennung ehrenamtlich eingebrachter Zeit als Eigenleistung, Entkoppelung vom Haushaltsjahr des Bundes, Anpassung der Bundeshaushaltsordnung und allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung) → damit die Zeit und Energie der Engagierten in Inhalte statt in Anträge und Abrechnungen fließt und Projektanpassungen flexibel möglich sind.

Bürokratiearmes und rechtssicheres Engagement ermöglichen

durch systematische Überprüfung aller Gesetzesentwürfe und Regularien (auch im Gemeinnützigkeitsrecht) auf unnötige Folgekosten und übermäßigen administrativen Aufwand für gemeinnützige Vereine (z. B. Einführung eines Basisregisters zur Abschaffung doppelter Meldepflichten, Überprüfung der zusätzlichen Regelungen zur digitalen Spendenbescheinigung, Ausbau des Versicherungsschutzes der Engagierten) damit staatliche Aufgaben nicht dem bürgerschaftlichen Engagement aufgebürdet werden.

Junges Engagement stärken

durch die Förderung von Aktivitäten junger Menschen für die Kultur sowie von Einrichtungen und Projekten zur Einbindung junger Engagierter – auch außerhalb der bestehenden Rechtsformen (z. B. Kooperationen mit Bildungsträgern und Jugendorganisationen, strukturierte Vermittlung von Wissen an junges bürgerschaftliches Engagement wie Service-Learning, Digitalisierung) → damit der dringend erforderliche junge Nachwuchs in seiner Arbeit motiviert, geschult und bestärkt wird.

Digitale Kompetenzen und Strukturen fördern

durch die Einbindung bestehender Programme gemeinnütziger Weiterbildungseinrichtungen und deren gemeinsame Weiterentwicklung (z. B. durch branchenübergreifendes Zusammenwirken, Angebote zur Qualifizierung und Vernetzung bestehender Weiterbildungsträger sowie zur Analyse der Bedarfe der Kulturfördervereine) → damit der Zugang zu bürgerschaftlichem Engagement für die Kultur auch durch die Verzahnung mit analogen Systemen niedrigschwellig ist und über inklusive Zugänge die Teilhabe aller ermöglicht wird.

Die genannten Handlungsfelder der Politik stärken das bürgerschaftliche Engagement für die Kultur und befähigen die Engagierten langfristig und nachhaltig, ihren unverzichtbaren Beitrag insbesondere in folgenden Bereichen für unser Gemeinwesen zu leisten:

- Finanzielle Unterstützung
- Gewinnung von Publikum für kulturelle Angebote
- Sichtbarmachung der Kulturangebote durch analoge, digitale und hybride Aktionen
- Förderung von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing der Kultureinrichtungen
- Zusammenarbeit mit der Politik vor Ort und Lobby-Arbeit für die Kultur
- Vernetzung mit kulturellen Einrichtungen und anderen lokalen Akteur:innen
- Öffnung der Angebote für Menschen verschiedenster Hintergründe und Generationen
- Stärkere Gewichtung kultureller Bildung in Kultureinrichtungen
- Schaffung sozialer Orte in städtischen und dörflichen Nachbarschaften

Im Rahmen des 10. Symposiums der Kulturfördervereine am 28. Mai 2021 kamen darüber hinaus nachfolgende Ergebnisse zusammen. Die Ideensammlungen werden in den kommenden Monaten kontinuierlich weiterentwickelt.

WAS KÖNNEN KULTURFÖRDERVEREINE LEISTEN?

➤ Finanzielle Unterstützung

PRAXISBEISPIELE

Spendenkampagne Um freischaffende Künstler:innen und freiberuflich Tätige am Staatstheater Nürnberg zu unterstützen, deren Honorare wegen der Corona-bedingten Schließung des Hauses ersatzlos weggefallen waren, riefen die Freunde der Staatsoper Nürnberg e.V. eine Spendenkampagne ins Leben. Unter ihrer Federführung kamen in einer konzertierten Aktion mit dem Staatstheater und den Nürnberger Nachrichten innerhalb von vier Wochen über 70.000 € zusammen. Die Auszahlungen erfolgten umgehend.

Annemarie Wiehler | Freunde der Staatsoper Nürnberg e. V.

www.freunde-der-staatsoper-nuernberg.de

Akquise per Objektdialog Unter der Überschrift „Hereinspaziert“ veranstaltet die Museumsgesellschaft Gießen vierteljährlich eine Abendveranstaltung mit Persönlichkeiten aus Kunst, Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik, die in Dialog über Objekte des Museums treten. Der Erfolg der Veranstaltung liegt darin, über das kulturelle Ereignis gleichzeitig ein Netzwerk zu mobilisieren, Expertise zu generieren und Mittel zu akquirieren. Auf einer der Veranstaltungen kam bspw. eine spontane Kooperation mit einem Künstlerkollektiv zustande, die zu einer vielbeachteten Ausstellung führte. Ansonsten boten Werbeagenturen ihr Knowhow an, bspw. für die Herstellung von Printmedien.

Das Gießener Beispiel zeigt, dass neben der Mittelakquise auch die Generierung von Expertise und Dienstleistungen für die Kultureinrichtung ein konstruktiver Förderbeitrag sein kann.

Kay-Hermann Hörster | Museumsgesellschaft Gießen

www.museumsgesellschaft-giessen.de

IDEENSAMMLUNG

- Unterscheidung: Mittel für Verein oder Mittel für Kulturinstitution. Für welchen Bereich sollen Mittel eingeworben werden? Tipp: <https://stiftungssuche.de/>
- Feststellung der lokalen Förderlandschaft, welche Förderprojekte gibt es?
- Es fehlt an Übersicht! Was ist möglich und wer ist Ansprechpartner:in?
- Größenordnung des Projekts einschätzen und Akquise-Konzept danach ausrichten.
- Wichtig: Grundsätzlich direkte Ansprache und persönliches Netzwerk
- Neue, ungewöhnliche Förderquellen suchen, bspw. Justiz (Bußgelder), Lottomittel, Wohngeniessenschaften
- Unterscheiden zwischen öffentlicher Hand und privatem Sektor. Wie können beide angesprochen und gewonnen werden?
- Neben finanziellen Mitteln auch Expertise und Know How aus Unternehmen. Kooperationen mit Werbewirkung

➤ Gewinnung von Publikum für Kulturangebote

PRAXISBEISPIEL

Plakat-Aktion Um trotz „Nichtspielbetrieb“ den Kontakt mit dem Publikum des Hessischen Landestheaters Marburg und den Mitgliedern des Fördervereins zu halten, startete dieser zusammen mit dem Theater eine gemeinsame Plakataktion. Die Vereinsmitglieder wurden aufgefordert, ein Selfie mit der Vervollständigung des Satzes „Ich vermisse mein HLTM, weil...“ einzusenden. Zahlreiche Selfies gingen ein, dazu Zitate wie: „Ich vermisse mein HLTM, weil - jeder Abend im Theater ein neuer Gewinn ist, - es einfach ein Ort des Wegträumens ist.“ Die Zitate und Selfies wurden als Plakate gestaltet und auf Plakatträgern der Stadtwerke Marburg GmbH an Trafostationen, Bus-Wartehallen udgl. ausgestellt. Höhepunkt war eine große LED-Anzeigentafel mitten in Marburg. Hier liefen alle Beiträge groß und leuchtend einen Monat lang.

Jürgen Bandte | Freundeskreis des Hessischen Landestheater Marburg

www.hltm.de/de/freundeskreis

IDEENSAMMLUNG

- Gesicht zeigen/präsent sein, z. B. durch Aktionen oder Gewinnspiele, Plakate, Postkarten oder online Website/Social Media etc.
- Angebot der Institution erweitern, z. B. durch Vertiefung, Ergänzung, Exklusivität der Vereinsveranstaltungen
- Kooperationen (z.B. mit Hoch-/Schulen) suchen und Zielgruppe aktiv einbinden (Einführungsvorträge, Auftritte, Catering, etc.)
- Angebote sollen Begeisterung/Faszination bei Publikum entfachen
- Verein als Interessenvertretung: Selbstverständnis/Ziel (ideell/materiell) formulieren & Mitglieder als Multiplikator:innen sehen
- gutes Verhältnis von Verein zu Institution bzw. Leitungsebene (Verein mitdenken, bei PM erwähnen etc.)
- Gemeinschaftsprojekte, um Aufgaben zu teilen
- Netzwerke nutzen

➤ Sichtbarmachung der Kulturangebote durch digitale (aber auch hybride und analoge) Aktionen

PRAXISBEISPIELE

Die ganze Bandbreite Mit einer Vielzahl digitaler Formate halten die Freunde der Staatsgalerie Stuttgart ihr Museum gerade auch in der Pandemie sichtbar und lebendig. Die Angebote reichen von digitalen Bilderrätseln im eigenen Newsletter und Videogrüßen zum Thema Kunst & Emotion bis hin zu kurzen Videoclips, in denen verschiedene Kunstvermittler:innen die Schätze der Freunde der Staatsgalerie vorstellen. Um die Zeit bis zur Wiederöffnung des Museums zu überbrücken, bietet der Förderverein für Mitglieder seit Mai auch digitale Ausstellungsführungen und Themenvorträge an. Die Vorträge finden live über

Zoom statt, so dass die Teilnehmenden den Kunstvermittler:innen Fragen stellen können.

In direkten Dialog treten auch die Jungen Freunde der Staatsgalerie Stuttgart – beispielsweise mit dem Format „Treffpunkt Kunst“: Im Stream, live auf ihren Social Media-Kanälen, beschreiben Menschen, wie ausgewählte Kunstwerke im Stadtraum auf sie wirken.

Dagmar Kubik | Freunde der Staatsgalerie Stuttgart e. V.

www.freunde-der-staatsgalerie.de

Social Media zur Nachwuchsgewinnung im Ländlichen Raum Ehrenamtliche Aktivitäten, gerade in ländlichen Regionen, zeichnen sich durch starken sozialen Zusammenhalt aus, die administrativen Wege sind kürzer als in der Stadt und gemeinnützige Erfolge werden rascher sichtbar. Diese Situation findet Berücksichtigung in dem vom Jungen Think Tank im DAKU erstellten FAQ „Tipps für die sozialen Medien. Wie gewinne ich im ländlichen Raum jungen Nachwuchs für Kulturfördervereine?“.

Christopher Vila | Kultur- und Heimatverein Egling e. V. und Junger Think Tank im DAKU

www.facebook.com/MuseumEgling

IDEENSAMMLUNG

- Social Media Auftritt
- Förderverein ergänzt/repräsentiert die Institution
- Multiplikator:innen
- Generationensprache - Peer Postings
- Kreativitätsfaktor durch Multiperspektivität hoch
- Entwicklung von Personas und Zielgruppen unterstützen
- Digital mit Mitgliedern des Vereins/Besucher:innen der Institution in Kontakt bleiben:
 - Zielgruppengerecht → Newsletter, Social Media, Postkartenaktion, Bilderrätsel etc.)
- Digitale Angebote anbieten (auch nach der Pandemie):
 - asynchrone Videoevents
 - 360 Grad Museumsführungen
 - Podcasts
 - Konzerte und Performances
 - digitale Schnitzeljagden
- Angebote hängen von den finanziellen Möglichkeiten der Vereine/der Institution, den Netzwerken und von der Expertise der engagierten Personen ab (auch mit geringem Budget und wenig Expertise lassen sich digitale Angebote realisieren)
- An bestehende analoge Formate und Expertisen anknüpfen, Interaktion mit den Besucher:innen und Mitgliedern suchen
- Identifikation von Dingen, die die Vereine digital nicht leisten können, z.B. die Atmosphäre einer Theaterbühne, die Akustik eines Konzertsaals. Klarheit darüber schafft Klarheit über andere, sinnvolle Möglichkeiten der Unterstützung.
- Wunsch nach einem Think Tank Social Media im DAKU

➤ Förderung von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing der Kultureinrichtungen

PRAXISBEISPIELE

Exklusive Preview Einige Tage vor der offiziellen Öffnung der Ausstellung „Hannah Arendt und das 20. Jahrhundert“ erhielten die Mitglieder des Museumsvereins des Deutschen Historischen Museums die Chance, als Erste die Ausstellung anzuschauen. Mit unterschiedlichen Zeitfenstern besuchten über 160 Personen die Ausstellung. Alle wurden von der Geschäftsstellenleiterin persönlich begrüßt.

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

<https://www.dhm.de/museumsverein>

Freunde-Doppel Um in andere Kultureinrichtungen und Freundeskreise „hineinzuschnuppern“, bieten die Freunde des Deutschen Schauspielhauses in Hamburg zusammen mit anderen Freundeskreisen in der Stadt Doppelmitgliedschaften befristet zum halben Jahresbeitrag an. Erprobte Beispiele: Theater und Museen, Theater und Literaturhaus, Theater und Philharmoniker.

Annette Zörnig | Freunde des Deutschen Schauspielhauses in Hamburg e.V.

www.freunde-schauspielhaus-hamburg.de

Gartenzaunmusik Um ältere Menschen anzusprechen und für das MDR-Sinfonieorchester und seinen Freundeskreis zu begeistern, veranstaltete der Förderkreis Musik am Gartenzaun.

<https://mdr-orchesterfreunde.com/>

IDEENSAMMLUNG

- Umfeld einbinden, andere Vereine/Branchen einbringen
- Vielfältigeres Angebot schaffen und Angebot aufzeigen/kommunizieren
- Patenschaften/1:1 Treffen
- Vereinsvideos
- Preisverleihungen mit Veranstaltung
- Veranstaltungen für Gäste öffnen
- Social Media, Podcast
- Veranstaltungen mit Familienfokus, um auch Großeltern als Mitglieder zu gewinnen

➤ Zusammenarbeit mit der Politik vor Ort und Lobby-Arbeit für die Kultur

PRAXISBEISPIEL

Schulterschluss Der Freundeskreis der Stadtbibliothek Villingen-Schwenningen e. V., 1995 gegründet, fördert die Stadtbibliothek in ihrem kulturellen und bildungspolitischen Auftrag. Angesichts drastischer Kürzungs- und Schließungspläne zur Haushaltssanierung hat der Freundeskreis mit zwei weiteren Kulturfördervereinen den Schulterschluss gesucht. Ihr Argument: Im Vergleich der Kulturausgaben mit vergleichbaren Städten schneidet die eigene Stadt schlecht ab. Keine Basis für weitere Kürzungen! Dies

wurde OB und Gemeinderat zur Kenntnis gegeben sowie der Lokalpresse erläutert. Die Berichterstattung löste eine beachtliche Kette unterstützender Leserbriefe aus. Dank erfreulicher Beschlüsse des Gemeinderats ist zunächst Ruhe eingeleitet. Da die Ruhe trügen könnte, liegt ein Flyer mit der plakativen Darstellung des Vergleichs der Kulturausgaben für die breite Öffentlichkeit bereit und die drei Vereine sind vorbereitet. Der Schulterschluss hält!

Zusammenfassung des erfolgreichen Vorgehens in vier Schritten:

- Eigene Kompetenzstärkung und Erlangung von Fachkenntnissen (städtischen Haushalt verstehen)
- Schulterschluss mit anderen Vereinen, Netzwerke nutzen
- Bestimmte, konstruktive Kommunikation mit der Politik
- Öffentlichkeitsarbeit

Friedemann Schmidt | Freundeskreis der Stadtbibliothek Villingen-Schwenningen e. V.

www.villingen-schwenningen.de/bildung-soziales/stadtbibliothek/freundeskreis-der-stadtbibliothek

IDEENSAMMLUNG

- Erarbeitung und Erfassung von „Kennzahlen“ (bspw. Vergleich von Kulturetats, von durchgeführten Veranstaltungen etc.), um den eigenen Standpunkt zu untermauern
- Strahlkraft der Kultur und den Effekt für die Stadt in den Vordergrund stellen
- Eigene Kompetenzen und Sachkenntnisse stärken, um auf Augenhöhe ins Gespräch mit der Stadt zu treten
- Verknüpfungen mit der Stadt und auf deren Ressourcen zurückgreifen
- Stärkung und Motivierung des bürgerschaftlichen Engagements in Zusammenarbeit mit der Politik (also eine gemeinsame Offensive)
- Widerstand zeigen, damit Politik nicht über die eigenen Köpfe hinweg entscheidet

➤ Vernetzung mit kulturellen Einrichtungen und anderen lokalen Akteuren

PRAXISBEISPIELE

Kultur und Sport werden in der Öffentlichkeit häufig als konkurrierende gesellschaftliche Bereiche wahrgenommen. Dabei lassen sich zahlreiche Berührungspunkte und gemeinsame Ziele von Kultur und Sport finden. Der Krefelder Kulturrat und der Stadtsportbund der Stadt Krefeld haben sich zusammengetan und vorgenommen, im Sinne eines Perspektivwechsels die jeweils besonderen Beiträge beider Bereiche für Krefeld gemeinsam herauszustellen. Das hat zu dem Projekt „Kultur trifft Sport“ geführt. Die Auftaktveranstaltung mit wechselnden Beiträgen aus Sport und Kultur fand im Krefelder Stadttheater statt. Das war erstmalig ein gemeinsamer öffentlicher Auftritt von Kultur und Sport in Krefeld. Daraus hat sich in der Folgezeit das Projekt „Crossover Burg Linn“ und der „Krefelder Kulturlauf“ entwickelt. „Crossover Burg Linn“ ist eine gemeinsame Veranstaltung des Stadtsportbundes und der Museen in Krefeld-Linn mit einem ganztägigen Kultur- und Sportprogramm. Eine gemeinsame Großveranstaltung des Krefelder Kulturrates und des Stadtsportbundes ist unter dem Motto „Frei.Körper.Kultur“ geplant.

Heinz Rungelrath | Krefelder Kulturrat

www.krefelder-kulturrat.de

Ein Kunsthaus für Jena Jena hat eine Sammlung mit 8000 Werken zeitgenössischer Kunst und noch kein Ausstellungsgebäude dafür. Jena ist eine Wissenschaftsstadt mit Universität, Fachhochschulen, Instituten und Hightech-Unternehmen. Jena nennt sich Leuchtturm und Lichtstadt des Ostens, aber qualifizierte Fachkräfte vermissen kulturelle Angebote. Jena hätte jetzt die Chance, einen Neubau für ein Kunsthaus im Herzen der Stadt zu realisieren, wären da nicht die Sorgen um die Kosten für Investition und Betreibung. An dieser Stelle braucht es ein starkes Netzwerk aller Akteure der Stadt, damit Ideen, Kraft und Geld gebündelt werden, um ein solches Projekt gemeinsam zu planen. Der Förderverein Ein KUNSTHAUS für JENA e. V. versucht, dieses Netzwerk zu knüpfen, Politik, Wirtschaft und Bildungseinrichtungen an einen Tisch zu holen, an dem Probleme erörtert und innovative Lösungen gefunden werden.

Heidrun Schrade | Förderverein "Ein KUNSTHAUS für JENA e.V."

www.ein-kunsthau-fuer-jena.de/foerderverein

IDEENSAMMLUNG

- Vernetzung mit „kulturfremden“ Vereinen (Bsp. Sportvereine) + Cross-Over Kulturprojekte mit z.B. sozial benachteiligten Gruppen
- Angebot von Bildungsformaten für Schulen, um die junge Generation an die Kultur heranzuführen
- Ermöglichungsstruktur schaffen / Vertrauensaufbau zum Umsetzen von Themen
- Vernetzung mit Migrationsvereinen: Kulturprogramme ermöglichen Integration
- Besuch mit Mitgliedern des eigenen Vereins bei anderen Institutionen zum gemeinsamen Austausch und Kennenlernen
- überregionale Kooperationen mit vielen Vereinen und Institutionen, um neue Interessierte zu gewinnen
- keine Sorge vor möglicher Konkurrenz: Zusammen bewirkt man mehr (auch bei Fördergeldern)
- Kulturfördervereine müssen im Verbund auftreten und koordiniert vorgehen
- Netzwerk-/Beziehungsqualität zwischen Förderverein und Einrichtung auf "Augenhöhe" hin entwickeln

Eine besondere Aufgabe ist es, unter dem Stichwort „Teilhabe“ die Potenziale der Kulturfördervereine in und nach der Pandemie zu erkennen und weiterzuentwickeln. Folgende Bereiche sind dabei von besonderer Relevanz:

➤ **Öffnung der Angebote für Menschen verschiedenster Herkünfte und Generationen**

Die hohe Relevanz für Kulturinstitutionen, ihr Angebot für Menschen verschiedenster Herkünfte und Hintergründe zu öffnen, belegen folgende Zahlen: 2019 lebten 21,2 Mio. Menschen mit sogenanntem Migrationshintergrund in Deutschland – das entspricht einem Anteil von 26 % der Bevölkerung.

Das potenzielle Kulturpublikum setzt sich also aus einem Viertel von Menschen mit anderer ethnischer und oft auch kultureller Herkunft zusammen – Tendenz steigend. Sich nicht darauf einzulassen, bedeutet, einen großen Teil möglicher Kulturnutzer:innen auszublenden. Dies ist eine große Herausforderung und Aufgabe der Kultureinrichtungen und der Kulturfördervereine auch im Rahmen ihrer sozialen Verantwortung. Es ist zugleich eine große Chance.

PRAXISBEISPIELE

Zusammenschluss für kulturelle Teilhabe Ziel der in der Bundesvereinigung Kulturelle Teilhabe e.V. zusammengeschlossenen Initiativen ist es, Menschen mit geringem Einkommen durch Theater-, Konzert- und Museumsbesuche eine selbstverantwortliche kulturelle und damit soziale Teilhabe zu ermöglichen durch: - Vermittlung kostenfreier Eintrittskarten, - einen ‚Kulturpass‘ für kostenfreie oder vergünstigte Besuche selbstgewählter Veranstaltungen, - Angebote zur aktiven Beteiligung in Bildungs- und Freizeiteinrichtungen, - Kulturtandems, - Begegnungen in Kulturcafés o. ä. Mit ihrer Arbeit fördern die Mitgliedsinitiativen der BVKT den kulturellen und sozialen Zusammenhalt, den Austausch der Kulturen, Bildung, Inklusion und Engagement sowie die Relevanz und Wahrnehmung von Kultur in der und für die Gesellschaft.

Katharina Maurer | Initiative der Bundesvereinigung Kulturelle Teilhabe e. V.

www.kulturelleteilhabe.de/

Theater für alle In Mannheim leben Menschen aus 170 verschiedenen Nationen. In diesem Umfeld bieten die Nthusiasten (Junge Freunde des Nationaltheaters Mannheim) Formate für die junge Stadtgesellschaft, die alle Bildungsschichten einbeziehen. Mit einer „ehrliehen“, authentischen Kommunikation werben sie für Theaterstücke mit jungen Themen und für das Theater als Sozialraum und laden zur Diskussion ein.

<https://www.nationaltheater-mannheim.de/de/partner/nthusiasten.php>

Dialog mit „den Neuen“ Um in Kontakt mit neu Zugezogenen zu treten, spricht der Kulturverein Bückeburg diese direkt an: Wie macht ihr Konzerte? Welche Gruppen/Stile gibt es in eurer Musik? etc.

[Kulturverein Bückeburg | Facebook](#)

IDEENSAMMLUNG

- Kulturangebote zu den Menschen bringen, d.h. öffentliche Orte einbeziehen („dritter Ort“) / mit den Menschen entwickeln
- Kooperationen mit Vereinen / Sponsoren/Unternehmen eingehen (z. B. für Solitickets)
- Kontroversen / Stolpersteine:
 - Wieviel Einfluss nehmen die Kulturfördervereine auf die Inhalte von Produktionen?
 - alte „sperrige“ Namen vs. Vielfalt des Angebots
 - Wie kann punktuelle Begeisterung in langfristiges Interesse überführt werden?
 - Unterschiedliche Ausgangsbedingungen in urbanen / ländlichen / kleinstädtischen Regionen für diverse Kulturarbeit
 - Problemstellung: Auch etablierte Kulturinstitutionen müssen sich mit strukturellem Rassismus / Diskriminierung in ihren eigenen Reihen beschäftigen und Diversität dann authentisch umsetzen

- Potenziale von Kulturfördervereinen:
 - aktuelle gesellschaftliche Themen aufgreifen / einordnen und Dialogangebote machen
 - Vielfalt sichtbar machen
 - „Mitnehmen!“ – neuen Zielgruppen Zugang ermöglichen, z. B. durch Patenschaftsmodelle
 - Vielsprachigen Zugang ermöglichen, z. B. durch Werbematerialien in Türkisch, Arabisch, Russisch etc. >> Idee: Netzwerk von kulturellen Übersetzer:innen aufbauen

➤ Stärkere Gewichtung kultureller Bildung in Kultureinrichtungen

Das Thema kulturelle Bildung und eng damit verbunden die kulturelle Vermittlung hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Kulturelle Bildung und Vermittlung werden oftmals als die Voraussetzung angesehen, zukünftig den verschiedenen Bevölkerungsgruppen Zugang zu Kunst und Kultur zu ermöglichen und für Museen, Theater, Opern, Bibliotheken das Kulturpublikum von morgen zu erschließen.

Kultureinrichtungen müssen ein genuines Interesse an kultureller Bildung und Vermittlung haben. Kulturfördervereine nehmen in diesem Zusammenhang verschiedene Rollen ein: Sie fragen entsprechende Angebote bei ihren Kultureinrichtungen nach und bieten sie ihren Mitgliedern an. Mit ihrer ideellen, aber auch finanziellen Unterstützung können sie für eine stärkere Akzentuierung kultureller Bildung und Vermittlung Sorge tragen.

PRAXISBEISPIEL

Förderplattform agon e. V. Der junge gemeinnützige Verein agon-Gesellschaft zur Förderung von Theater und Musik e. V. setzt sich für die Bildung junger Menschen ein, die aufgrund sozialer Umstände einen erschwerten Zugang zu Kultur und gesellschaftlicher Partizipation haben. agon e.V. ist eine Förderplattform für individuelle Initiativen und experimentelle Projektideen von Jugendlichen und vermittelt Kultur u.a. durch innovative Kulturprojekte, kostenfreie Workshops, Coachings und Podiumsdiskussionen. Für unser ehrenamtliches Engagement wurde die Initiative bereits mit dem Hidden Movers Award der Deloitte-Stiftung 2018 ausgezeichnet und für den Deutschen Engagementpreis 2019 nominiert.

Arthur Abs | agon-Gesellschaft zur Förderung von Theater und Musik e.V.

www.agon-ev.de

IDEENSAMMLUNG

- Zusammenarbeit mit Schulen suchen (direkt mit Schulleitungen), auch für außerschulische Angebote
- eigene Mitglieder (z. B. Pädagogen) als Türöffner/Multiplikator:innen nutzen
- institutionalisierte Unterstützung ermöglichen durch Verteiler über Schulämter, Konzepte für Kooperationen, verstetigten Austausch mit Kultureinrichtungen und Erleichterungen für Pädagog:innen, die Angebote nutzen wollen → Dreiecksvernetzung Kultureinrichtung – Bildungsinstitution – Förderverein
- Expertise/Fachwissen zur Verfügung stellen (z. B. Stimmbildung/Instrumentalunterricht)
- Netzwerke vor Ort bilden / „Vereins-Tandems“

- Räumlichkeiten anbieten
- Hilfe zur steten Selbstbefragung: nicht nur den bewährten Kanon verwalten, sondern Komfortzonen verlassen, neue Repertoires erarbeiten
- Bewusstsein dafür schaffen, dass kulturelle Bildung der Kinder existenziell für Kulturinstitutionen ist
- Patenschaften anbieten zur kulturellen Sozialisation
- Bewusstsein dafür schaffen, dass kulturelle Bildung im Sinne eines lebenslangen Lernens alle Generationen betrifft als Voraussetzung für die Entfaltung kreativen Potenzials und die Anpassung an neue Lebensumstände

➤ Schaffung sozialer Orte in städtischen und dörflichen Nachbarschaften

Das Aufgabenverständnis von Kunst und Kultur und ihren Einrichtungen mit der Verantwortung für einen Standort hat sich in den vergangenen Jahren erweitert. Die Veränderung räumlicher Kontexte und Funktionen in Städten erfordert neue Wege in der Stadtentwicklung – die Frage, wie sich Innenstädte beispielsweise durch ein verändertes Konsumverhalten und den daraus resultierenden strukturellen Anpassungen aufstellen müssen, ist ein aktuelles Beispiel.

Begrifflichkeiten, die in diesem Zusammenhang genannt werden, sind beispielsweise „Kultur als Dritter Ort“ oder „Quartiersentwicklung durch Kultur“. Hier sind die Kultureinrichtungen zusammen mit ihren Kulturfördervereinen gefragt, sich aktiv als Akteure eines Standortes in Dialogprozesse einzubringen und eigene Impulse zu setzen.

Dörfliche Nachbarschaften

PRAXISBEISPIEL

Flohmarkt als sozialer Treffpunkt Seit 2005 verfolgt der Freundeskreis Gutshaus Bobbin die schrittweise Sanierung des Gutshauses. Ziel des Vereins ist es, das Gebäude als Beispiel und Zeugnis des mecklenburgischen Kulturerbes zu erhalten. Um Geld für die Sanierung zu erwirtschaften, betreibt der Verein im rund 500 qm großen Speicher des Gutshauses einen spendenbasierten Flohmarkt mit Café xx – xx ein wichtiger sozialer Treffpunkt für die Menschen vor Ort. Um weitere Bürger:innen an das lokale Kulturerbe heranzuführen, öffnet der Verein das Haus an besonderen Tagen wie dem Tag des offenen Denkmals und lädt zu Führungen und Veranstaltungen ein.

Mario Lenkeit | Freundeskreis Gutshaus Bobbin e. V.

IDEENSAMMLUNG

- Ungewöhnliche / zufällige Formate lassen soziale Orte in der dörflichen Gemeinschaft entstehen (großer Gewinn). Diese können u.a. auch neue Zielgruppen erreichen und / oder für kulturelle Themen begeistern und an sich binden -> manchmal auch nur durch die sogenannte „Hintertür“ (z. B. eine Dorfband mit einladen oder Kindertheater mit anbieten etc.)

- Die Erfahrung der Kulturschaffenden auf dem Land zeigt: Um soziale und kulturelle Orte zu schaffen, braucht es Menschen die einfach anfangen – daraus entwickeln sich häufig neue Ideen / Dynamiken und Mitstreiter:innen kommen hinzu
- Kulturförderung ist immer auch Dorfontwicklung -> Gemeinwesenarbeit
- Um vor Ort Einwohner:innen zu erreichen, ist es wichtig, auf die Lebenswelten der Menschen einzugehen und Interessen zusammenzubringen.
- Sind soziale Orte = kostenlose Orte? -> Diskussion zum Thema „Was darf Kultur kosten, damit sie ländliche Einwohner:innen wirklich erreicht?“ - Eintrittsgelder sollten Menschen nicht abhalten zu kommen; andererseits soll Kultur auch nicht immer kostenlos sein.

Städtische Nachbarschaften

PRAXISBEISPIEL

Nachbarschaften – Freund*innen im Kiez finden Die Berlinische Galerie liegt inmitten eines Wohngebietes. In den letzten Jahren haben wir intensiv mit unserer Nachbarschaft gearbeitet: So wachsen seit Herbst 2013 vor dem Museum Gärten nach Entwürfen der Landschaftsarchitekten atelier le balto, die spielerisch den stetigen Wandel der Stadt thematisieren. In einem Gartenbauworkshop sind Hochbeete und ein offener Gemeinschaftsgarten entstanden, der Raum für nachbarschaftliche Begegnungen bietet sowie Anknüpfungspunkte für das Bildungsprogramm der Berlinischen Galerie.

Auch unser „Park Platz“ tritt im Sommer 2021 mit der Umgebung und der Stadtgesellschaft in einen Dialog und stellt die Frage, was öffentliche Räume heute und in der Zukunft bereithalten: Ein temporärer Pavillon des Architekturbüros c/o now und neue Arbeiten internationaler zeitgenössischer Künstler:innen aus Berlin verwandeln den Parkplatz des Museums in einen urbanen Treffpunkt, der Ausstellungsfläche und ein Ort für kollektive Aktionen, Performances, Gespräche, Video-Screenings und Workshops ist, der aber auch zu gemeinsamen Koch-Sessions und zum Verweilen einlädt.

Thomas Köhler | Förderverein Berlinische Galerie

www.berlinischegalerie.de/foerderverein

IDEENSAMMLUNG

- Präsenz im „öffentlichen Raum“ zeigen – für junge Menschen idealerweise auf ungewöhnliche Weise
- Nachbarschaft einbinden, nicht nur über „high art“ (z. B. Nachbarschaftskonzerte; Bildungsangebote im (!) Haus)
- Angebote für Familien schaffen – niedrigschwellig, um Begegnung zu ermöglichen
- Über Firmen in Nachbarschaft spezielle Angebote für Azubis/junge MA machen
- Kooperationen mit Schulen (etc.) aus der Nachbarschaft aufbauen – um die „Ortskenntnis im kulturellen Raum“ zu stärken
- Die Geschichte des „Ortes“ inszenieren, wenn sie gegeben, aber ggf. nicht bekannt ist

WOBEI BENÖTIGEN KULTURFÖRDERVEREINE UNTERSTÜTZUNG?

Die hier gelisteten Anregungen ergänzen die vorangestellten Forderungen an die Bundespolitik. Auch diese Sammlung wird zukünftig weiterentwickelt und ausgebaut werden.

➤ **Vernetzung**

- Austausch zwischen Vereinen fördern
- eigene Plattformen für den Austausch bereitstellen (Facebook ist nicht sicher genug)
- mehr Vernetzungsmöglichkeiten / lokalen Austausch mit Externen schaffen
- Vernetzung von Kultur- und Schulpolitik; Kooperationen von Anfang an einplanen und verankern
- gemeinsame Kulturverteiler (E-Mail) entwickeln
- Zusammenarbeit mit anderen Vereinen fördern (Projekte/Fördermittel etc.)

➤ **WEITERBILDUNG / WISSENSTRANSFER**

SCHWERPUNKT DIGITALISIERUNG

- Weiterbildungsangebote ausbauen
- koordinierten Wissenstransfer fördern
- Coaching insbesondere für kleinere Vereine unterstützen
- Engagierte Schlüsselpersonen fördern, die vor Ort etwas bewegen wollen
- Leitfäden zu rechtlichen Eigenheiten digitaler Formate entwickeln
- Sammelbaukasten zu digitalen Möglichkeiten erstellen → Gesamtkonzept mit: Tools und Bedienungsanleitung, Kosten-/Aufwandsüberschlag, praktischen Beispielen, Angabe von Zielgruppen, Stärken und Grenzen der vorgestellten Methoden
- Bekanntheit von Kulturfördervereinen vor Ort erhöhen → Serie in den lokalen Medien etablieren
- Mehr projektbezogene Angebote/Aktionen in Kulturfördervereinen entwickeln, um mehr junge Menschen zu interessieren und Erfahrungen zu ermöglichen.
- bessere Abstimmung untereinander, um Konkurrenzveranstaltungen/ Themenüberschneidungen zu vermeiden (Problematik „Überangebot“)
- Experimentierfreude in den Kulturinstitutionen für neue künstlerische Formate wecke/erhalten
- Mut und Aufgeschlossenheit neuen Technologien gegenüber zeigen (auch innerhalb des eigenen Vereins)

➤ **KOMMUNIKATION**

- Kooperation statt Konfrontation: gemeinsam strukturierte Verfahren erarbeiten
- Kommunikation auf Augenhöhe, Dialog statt Monologe
- Bei medialen Mittler:innen darum werben, dass das Engagement der Vereine auch in der Presse Erwähnung findet → Denn die allgemeine Bekanntheit der Rolle der Fördervereine ist eine wichtige Basis für deren nachhaltiges Arbeiten und Wirken.
- Marketing / Ansprache in verschiedenen Sprachen / einfacher Sprache >> Idee eines Übersetzernetzwerks

➤ WERTSCHÄTZUNG

- Wissen um die Bedeutung der Kultur stärken
- „Ehrenamtskarte“ als Instrument sozialer Wertschätzung
- Anerkennungskultur in den Einrichtungen gegenüber ihren Fördervereinen entwickeln
- Strukturen in den Kommunen für Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements etablieren
- Wertschätzung „von innen“ (von den Vereinen selbst) entwickeln

➤ POLITIK

- Steuerliche Fallstricke beseitigen und Impulse von unten leichter ermöglichen
- Langfristige Planbarkeit öffentlicher Mittel ermöglichen
- Kultur zuverlässiger finanzieren
- Fördermittel auch für Strukturförderung vergeben
- Instrumente für zukunftsfähige Felder entwickeln (Interdisziplinarität, Digitalität), wo die Möglichkeiten der Politik aufhören
- Institutionen dabei unterstützen, diverse Gesellschaft authentisch und diskriminierungsfrei zu repräsentieren