

Tagungsdokumentation

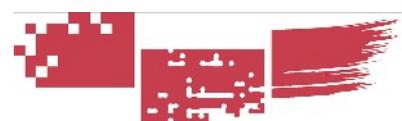


Kultur im ländlichen Raum Provinzkultur oder Kulturprovinz?

STIFTUNG NIEDERSACHSEN



Gefördert durch die Emsländische
Landschaft e.V. für die Landkreise
Emsland und Grafschaft Bentheim
mit Mitteln des Landes Niedersachsen



Koppelschleuse Meppen

Inhalt

- 3 Einleitung in die Thematik**
- 4 Begrüßung**
Burkhard Sievers, Kulturnetzwerk Koppelschleuse Meppen
- 6 Einführung**
Kultur im ländlichen Raum –
Regionale Kulturförderung in Niedersachsen
Dr. H.-Jörg Siewert
- 17 Kulturwirtschaftliche Netzwerke im ländlichen Raum**
Dr. Drda-Kühn, Verein für Kultur und Arbeit, Bad Mergentheim
- 23 Das Projekt Realismus als Beispiel für gemeinsames Marketing im ländlichen Raum**
Katrin Rodrian, Ostfriesische Landschaft
- 33 Kunst und Natur verbinden**
Dick Lubbersen, Stichting Natuurkunst Drenthe NL
- 37 Kühe, Kirchen und Kultur**
Christine Schmidt, Ländliche Akademie Krummhörn
- 40 Kulturland Brandenburg – Ein Motor für Vernetzung und Kooperation**
Brigitte Faber-Schmidt, Kulturland Brandenburg
- 49 Podiumsdiskussion und Fazit**

Einleitung

Während in Ballungszentren kulturelle Leuchttürme strahlen, die über umfangreiche Budgets verfügen, gelten die kulturellen Angebote abseits der Großstädte häufig als provinziell. Aber trifft das wirklich zu? Kultur im ländlichen Raum ist häufig mehr von Partizipation bestimmt und in Zeiten neuer Kürzungen der Budgets wird einmal mehr deutlich, wie wichtig das ehrenamtliche bürgerschaftliche Engagement auf dem Land ist. Auch die kulturelle Jugendbildung spielt in ländlichen Regionen oft eine größere Rolle und wird intensiver wahrgenommen, weil den Einrichtungen eine größere Gesellschaft bestimmende Funktion zukommt.

Welches sind die Stärken, welches die Schwächen der Kultur im ländlichen Raum, worin liegen die Unterschiede, welche Rolle spielt hier die Netzwerkbildung und worin liegen die Erfolgsfaktoren kultureller Konzepte auf dem Land? Beleuchtet werden soll auch, welche Bedeutung die Kultur als Motor der Regionalentwicklung haben kann.

Die Tagung wird zunächst einen theoretischen Überblick zum Thema aus unterschiedlichen Perspektiven geben. Im zweiten Teil werden positive Beispiele und innovative Konzepte vorgestellt sowie diskutiert.



Begrüßung

Burkhard Sievers

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Gäste, zu unserem Kulturforum Koppelschleuse möchte ich Sie herzlich begrüßen. Besonders begrüßen möchte ich unseren Bürgermeister Jan Erik Bohling und unseren ersten Stadtrat Bernd Ostermann, Dr. Jörg Siewert, der heute freundlicherweise Frau Fliess vom MWK vertritt, und als weitere Referenten Dr. Karin Drda-Kühn vom Kultur und Arbeit e.V. Bad Mergentheim/Berlin, Katrin Rodrian von der Ostfriesischen Landschaft, Christine Schmidt von der ländlichen Akademie Krummhörn, Brigitte Faber-Schmidt vom Kulturland Brandenburg und Dick Lubbersen von der Stichting Natuurkunst Drenthe.



Es ist unser viertes Kulturforum Koppelschleuse, zu dem wir heute im Jugend- und Kulturgästehaus zusammen gekommen sind und bei dem die *Kultur im ländlichen Raum* im Mittelpunkt stehen soll. Ein Thema, das Ende der 80er bis Anfang der 90er Jahre häufig diskutiert wurde und danach nur selten in der kulturpolitischen und wissenschaftlichen Diskussion Beachtung fand. Aktuell finden jedoch wieder vielerorts Tagungen zur Thematik statt – wie z.B. unlängst unter dem Titel „Pampaparadiese“ an der Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel.

Als weicher Standortfaktor gewinnt die Kultur auch im Bezug auf die demographische Entwicklung und den Fachkräftemangel wieder an Bedeutung für ländliche Regionen. In einer globalisierten Welt und einem zusammenwachsenden Europa kommt Kultur zunehmend auch eine Bedeutung für die regionale Identitätsbildung zu.

Provinzkultur oder Kulturprovinz? heißt der Untertitel unseres diesjährigen Kulturforums – ein Wortspiel, das bereits der damalige Generalsekretär der Stiftung Niedersachsen Dominik von König vor zehn Jahren in seinem Festvortrag zur Eröffnung dieses Gebäudes verwendet hat und das wir für diese Veranstaltung gerne wieder aufnehmen. Es bezeichnet in diesem Fall die Frage, ob der ländliche Raum von provinzieller Kultur gekennzeichnet ist oder die Kultur die Identität ländlicher Räume positiv gestaltet. In jedem Fall unterscheidet sich die Kultur ländlicher Räume von der Kultur, die in den Metropolen vorzufinden ist. Kultur im ländlichen Raum ist häufig mehr geprägt von Selbstorganisation und ehrenamtlichem bürgerschaftlichen Engagement, mehr von aktiver Gestaltung, als reiner Rezeption

kultureller Angebote. Auch die kulturelle Jugendbildung spielt in ländlichen Regionen oft eine größere Rolle und wird intensiver wahrgenommen, weil den Einrichtungen eine größere Bedeutung im gesellschaftlichen Zusammenleben zukommt. Man betrachte da als Beispiel nur die Dichte kulturpädagogischer Einrichtungen im Emsland von den Kunstschulen über die Musikschule bis zum Theaterpädagogischen Zentrum.

Mit den Beiträgen und Diskussionen unseres heutigen Kulturforums wollen wir den Fragen nachgehen, welche Strukturen und Erfolgsfaktoren eine gelungene Kultur im ruralen Raum bestimmen und welche Rolle die Kultur als Motor der Regionalentwicklung spielen kann.

Nachdem Herr Dr. Siewert über regionale Kulturförderung in Niedersachsen referieren wird, die er im Ministerium für Wissenschaft und Kultur 20 Jahre praktiziert hat, wird Frau Dr. Drda-Kühn in ihrem Vortrag auf die Bedeutung kulturwirtschaftlicher Netzwerke im ländlichen Raum eingehen. Im zweiten Teil der Tagung sollen positive Beispiele und innovative Konzepte der Kulturarbeit im ländlichen Raum von Drenthe bis Brandenburg vorgestellt und diskutiert werden. Abschließend wird das Thema in einer Podiumsdiskussion mit den Referentinnen und Referenten reflektiert. Bedanken möchte ich mich für die finanzielle Unterstützung des Kulturforums durch die Stiftung Niedersachsen und die Emsländische Landschaft.

Schließlich möchte ich Ihnen noch Herrn Bernd Oeljeschläger vorstellen, der einigen von Ihnen schon von den letzten beiden Kulturforen bekannt ist. Herr Oeljeschläger ist Chefredakteur und Verleger der Zeitschrift Niedersachsen und Inhaber der Agentur Culturcon in Berlin und Wildeshausen. Ich freue mich, Herr Oeljeschläger, dass Sie unsere heutige Veranstaltung wieder moderieren werden.

Ich wünsche uns allen einen interessanten und anregenden Tag hier an der Koppelschleuse in Meppen und hoffe, dass Sie aus Vorträgen, Präsentationen und Diskussionen vieles Mitnehmen können für die Arbeit in Ihren Einrichtungen. Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und gebe das Wort weiter an unseren Bürgermeister Jan Erik Bohling.

Kultur im ländlichen Raum – Regionale Kulturförderung in Niedersachsen

Dr. Jörg Siewert

Einleitung

Zunächst: „den“ ländlichen Raum als homogenes Gebilde gibt es nicht! Das Emsland (als noch prosperierende Region) ist nicht mit z.B. dem Wendland gleichzusetzen. Das sollten wir bei unseren Diskussionen vor Augen haben.



Ländliche Räume sind Räume mit Zukunft! Niedersachsen ist ein Land sowohl der größeren Städte als auch der ländlichen Räume. Ländliche Regionen und Städte sind nicht gleich, aber gleichwertig. Beide gehören untrennbar zur Identität unseres Landes. Nur beide zusammen geben unserem Land sein unverwechselbares Gesicht, so unisono die Politiker dieses Landes, über alle Farben hinweg.

Gewiss, einige ländliche Regionen unseres Landes bieten hohe Lebensqualität und eine weitgehend intakte Umwelt. Viele Menschen wohnen und arbeiten in den ländlichen Regionen, also dort, wo andere Urlaub machen. Dörfer, Kleinstädte und Kulturlandschaften sind seit Jahrhunderten gewachsen und üben eine große Identifikations- und Bindungswirkung aus. Nachbarschaftliche Sozialstrukturen, lebendige Traditionen und vor allem ein vitales Vereinswesen führen zu einem vielfach ausgeprägten Heimatgefühl. Die Bereitschaft der Menschen zur Selbstorganisation („wir regeln unsere Dinge selbst“) ist ausgeprägt. Die Förderung und Unterstützung dieser Bereitschaft tragen wesentlich zur zukünftigen Gestaltung eines Gemeinwesens bei, in dem der Mensch noch im Mittelpunkt bleibt. Gerade der ländliche Raum, in dem das bürgerschaftliche Engagement stärker ausgeprägt ist als in den urbanen Zentren, weist damit einen besonderen Vorteil auf. Empirische Untersuchungen belegen, dass sich die Menschen in kleineren Gemeinden stärker engagieren und in besonderer Weise mit ihrem Wohnort identifizieren.

Die ländlichen Räume sind in dieser Perspektive keine „zurückgebliebenen“ Regionen oder gar Überbleibsel einer vermeintlich heilen Welt. Sie sind modern. Sie bieten hochwertige Arbeitsplätze in Handwerk, Handel, Dienstleistung und Industrie, in der Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung. Sie sind Standorte von Unternehmen, die vielfach als „Hidden Champions“ in der Wirtschaft mitspielen, weil sie die Chancen neuer Produktionen und neuer Märkte schnell und flexibel nutzen.

Uns allen ist klar, „den“ ländlichen Raum als homogenes Gebilde gibt es nicht. Konkret: das Emsland (als noch prosperierende Region) ist nicht mit z.B. dem Wendland gleichzusetzen.

Kunst und Kultur bieten – so die These - ein zukunftssträchtiges Potential für eine erfolgreiche Entwicklung gerade in den ländlichen Räumen. Kultur ist längst kein allein weicher Standortfaktor mehr. Kultur muss auch als Erhalt des kulturellen Erbes einer Region, als Erhöhung der Lebensqualität, als Bereitstellung gemeinschaftlicher Güter betrachtet werden. Die Verknüpfung von kulturellen Themen mit Fragen der Flächenpolitik, des Tourismus, der Bildungs-, Freizeit- und Sportpolitik ist dabei nicht unwesentlich. Die Menschen in den ländlichen Räumen werden die großen Herausforderungen der Zukunft meistern. Sie haben die Bereitschaft, neue Wege zu gehen, schon in der Vergangenheit bewiesen. Und sie sind bereit, es wieder zu tun. Kommunale wie Landeskulturpolitik sollte zuvörderst die Bündelung der regionalen Kräfte, eine ausgelastete tragfähige kulturelle Infrastruktur und bürgerschaftliches Engagement stützen und fördern.

Allerdings gebe ich als unverbesserlicher Skeptiker (Funktion der alten Unke) zu bedenken: Sicher ist Niedersachsen durch seine ländlichen Räume charakterisiert. Keineswegs nur positiv. Ein dramatischer Bevölkerungsrückgang trifft vor allem die peripheren ländlichen Räume wie das Wendland, den Harz, Südniedersachsen. Die Entvölkerung ganzer Landstriche scheint auch den Westen erreicht zu haben: „Tod auf Raten“ schlagzeilt DER SPIEGEL in Nr. 17, 2011. Eigenständige Angebote in Bildung, Kunst und Kultur gelten als eine Möglichkeit wichtige Beiträge zur örtlichen Lebensqualität, zur Identifikation von Bürgerinnen und Bürgern mit ihrem Wohnort zu leisten. Diese Auffassung ist jedoch keineswegs unumstritten. Wir „Kulturmenschen“ (Förderer wie Kulturschaffende) klammern uns an Wirkungsbehauptungen der Kultur und vergessen allzu rasch, dass sie ursprünglich der Legitimation der Finanzierung von Kultur dienen sollten.

Nochmals: die Arbeitslosigkeit ist hoch. Der Anteil an Menschen mit höherem Bildungsgrad ist gering. Junge Menschen mit hoher Schulbildung verlassen die Region (Brain-Drain). Ein Bevölkerungsrückgang trifft vor allem die peripheren ländlichen Räume. Schon ist der Begriff Infrastrukturrückbau – wie in den neuen Bundesländern – kein Tabu mehr. „Vom Osten lernen“ gewinnt hier eine neue Bedeutung.

Wir haben es in Niedersachsen mit strukturschwachen ländlichen Regionen wie dem Wendland, der Krummhörn, Südniedersachsen und dem Harz zu tun. Der dramatische Rückgang der dörflichen Infrastruktur ist nicht zu übersehen. Traditionelle Kommunikationszentren im Dorf gibt es längst nicht mehr, keine Kirche, keine Dorfkneipe und kein Tante-Emma-Laden. Die Freizeitmöglichkeiten sind eng begrenzt. Vor Ort sind aber akzeptable Infrastrukturen und Erwerbsmöglichkeiten notwendig, damit vor allem junge und

erwerbsfähige Menschen die ländlichen Räume nicht verlassen.

Die Schere von Möglichkeit und Anspruch der Bevölkerung in ländlichen Räumen steht m.E. in Gefahr in Zukunft noch weiter auseinander zu klaffen.

Es drängt sich die Frage auf: wie kann Kulturarbeit in ländlichen Räumen entwickelt werden? Wird sich Kultur auf flache Kulturdarbietungen beschränken, die zunehmend ihren unmittelbaren Bezug zum Leben in der Region verlieren. Wird sie bestehen aus Veranstaltungen durchreisender Theater und Orchester dritter Wahl? Selbst INTHEGA ist kein Garant für Qualität. Oder gibt es eine Chance, die besonderen Potentiale des ländlichen Raumes zu heben. Solide Basis wäre das hohe Maß von bürgerschaftlichem Engagement in Vereinen, Feuerwehren, Sportvereinen, Schützenvereinen sowie die Überschaubarkeit des ländlichen Raumes (allerdings mit ausgeprägter sozialer Kontrolle) und die Chancen lokaler und regionaler Identität im Sinne von Bindung an den Raum.

Kulturelle Arbeit soll möglichst dicht am Menschen vor Ort ansetzen, auf deren besondere Belange und Lebenssituationen Bezug nehmen. Sie reagiert dann weniger auf das, was fehlt, sondern auf das, was an verborgenen oder sichtbaren „Schätzen“ vorhanden ist. Was ist wichtig für die Menschen der Region? Was beschäftigt sie? Wovon träumen sie? Was macht diese Region aus?

Die Erfahrungen in Niedersachsen belegen - und nun doch das Positive – eindeutig: es ist möglich, Kunst und Kultur im ländlichen Raum nachhaltig, qualifiziert und für unterschiedliche Zielgruppen attraktiv zu entwickeln; auch für Menschen mit geringer Mobilität. In Niedersachsen gibt es herausragende Beispiele, die zeigen, dass Kulturarbeit auf dem Lande mit hoher Qualität, mit lokalem Bezug, unter Beteiligung vieler Menschen, in enger Zusammenarbeit von Professionellen und Laien, mit überregionaler Ausstrahlung und z.T. auch kulturtouristischen Effekten möglich ist. Beispiele sind: Kulturforum Heersum, Ländliche Akademie Krummhörn, Hermannshof Völksen, Das letzte Kleinod Schiffdorf, Kleines Hoftheater Ringmar, das Kulturnetzwerk Ostfriesland, begleitet von der Ostfriesischen Landschaft, aber auch das Mobile Kino, um nur einige zu nennen. „Best practice“ ist eine Möglichkeit solche Einrichtungen vorzustellen. Was jedoch meist fehlt, ist die vergleichende Analyse: unter welchen Bedingungen ist ein Erfolg wahrscheinlich. Genauso wichtig ist aber die Frage zu beantworten, wie kann die Alltagsarbeit von Amateurtheatern, von Tanz- und Trachtenvereinen, von Heimatvereinen, Musik- und Kunstschulen, Soziokulturellen Vereinen und Initiativen garantiert werden. Es geht um eine Kulturpolitik, die sich - auch in ihrer Förderung - zur Breitenkultur bekennt. Merkmale der Breitenkultur sind hohes bürgerschaftliches Engagement, niedrige Zugangsschwellen, und nichtkommerzielle Ausrichtung. Dabei liegt der Schwerpunkt nicht auf einem künstlerischen

Endprodukt, sondern auf den vielfältigen sozialen Prozessen, die durch gemeinschaftliches künstlerisches und kulturelles Tun entstehen. Gerade Kulturförderer unterliegen der Gefahr sich vor allem auf „feuilletonsichere“ Kunst zu beschränken. Ein gutes (?) Beispiel hierfür ist mein eigenes berufliches Balancieren in den letzten 20 Jahren. Professor Schneider vom Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim hat sich jüngst dieses m.E. für die ländlichen Räume zentralen Themas angenommen.

Lassen sich mich noch eine Anregung für die Diskussion geben, die mehr als „Begriffshuberei“ ist. Was R. Richter (Osnabrück) auf die Stadtentwicklung konzipiert hat, sei auch auf die Kulturpolitik im ländlichen Raum übernommen. So soll von kulturgeprägter Regionalentwicklung die Rede sein. „Kulturprägung bedeutet einerseits, dass das kulturelle Schaffen, die Kulturarbeit, die Kultureinrichtungen als wichtige Bestandteile der Stadt, der Stadtentwicklung angesehen werden....Eine weitere wichtige Form der Kulturprägung bezieht sich auf die Kultur der Kommunikation und der Kooperation: Wie werden die Menschen in der Stadt mit ihren Zielen, ihren Visionen, ihren Ideen und ihrer Kritik an der Stadtentwicklung beteiligt?...“. Dies wird hier unter dem Aspekt Netzwerkbildung thematisiert. Folgen wir dieser Idee, insbesondere dem zweiten Aspekt.

Artikel 72: Segen und Fluch

Bei jeder Tagung stellt sich die Frage nach der Finanzierung der Kultur. Hier sei nur die typische niedersächsische Problematik angeführt. Der Haushaltsplan sah für 2010 265 Mio. € Kulturausgaben vor, einschließlich der Erwachsenenbildung und den Landesbibliotheken. Das ist nicht gerade üppig, aber auch nicht deprimierend wenig. Die Problematik liegt vielmehr in der Verteilung auf die einzelnen Sparten. Artikel 72 der Landesverfassung („Besondere Belange und überkommene Einrichtungen der ehemaligen Länder“) stellt die kulturellen Belange der ehemaligen Länder Hannover, Oldenburg, Braunschweig und Schaumburg-Lippe unter besonderen Bestandsschutz. Entsprechend dieser „Traditionsklausel“ werden die Staatstheater Oldenburg, Braunschweig und Hannover, die Landesbibliothek Oldenburg, die Herzog-August-Bibliothek Wolfenbüttel, das Staatsarchiv Wolfenbüttel und die sechs Landesmuseen in Oldenburg, Braunschweig und Hannover vom Land Niedersachsen mit erheblichen Mitteln gefördert. Das ist einerseits ein Quasikulturgesetz, das wir kulturpolitisch herbeisehnen, andererseits sind damit - die Erwachsenenbildung hinzugerechnet - ca. 85 % des Kulturhaushaltes „geblockt“. Jede Form von Umschichtung als kulturpolitischer Akzent gerät zu einem höchst delikaten Akt. Niedersachsen, gefangen in der Konstruktion seiner Entstehungsgeschichte!

Die Region

Die Region ist zu einem viel gebrauchten Schlüsselbegriff, aber auch zu einem Schlagwort der letzten Jahrzehnte geworden. Wissenschaft, Wirtschaft und Planung sind auf der Suche nach regionalen Potentialen. Regionalisierung wird politisches Programm.

Die Förderung der Regionen ist auch in Niedersachsen ein entscheidender Ansatz, um unter veränderten Rahmenbedingungen wettbewerbsfähige Regionen und zugleich optimale Voraussetzungen für die Entwicklung des Landes zu schaffen. Akteure „vor Ort“ sollen für einen intensiv und langfristig angelegten Dialog gewonnen werden. Die Motivation für die Teilnahme am regionalen Dialog liegt vor allem im erhofften Kooperationsnutzen. Regionalisierung folgt in Niedersachsen den Grundsätzen der Dezentralisierung und Kooperation. Die Regionen bilden sich auf freiwilliger Basis und entscheiden selbst über den räumlichen Zuschnitt und ihre Organisationsstrukturen.

Der Begriff der Region ist heute - vor 20 Jahren noch mit „Rückständigkeit“ und „Provinz“ gleichgesetzt - überaus positiv besetzt. Er wird mit Werten wie wirtschaftlich sinnvoll, ökologisch und selbst bestimmt assoziiert.

Erinnert sei jedoch, das Programm der Moderne bestand seit der Aufklärung gerade in der Überwindung der regionalen Schranken und Traditionen, zur Durchsetzung nationaler und internationaler Markt- und Staatsräume. Mit universellen und egalitären Werten wurden regionale Eigenarten und Besonderheiten weitgehend abgeschliffen (z.B. Regional- und Minderheitensprachen). Dieser Prozess der räumlichen Angleichung und Vereinheitlichung durch Marktintegration ist keineswegs abgeschlossen. Die Folgen der Globalisierung sind für alle Mitbürger spürbar. Es ist aber eigenartig: Geographisch weit entfernte Unterschiede und Gegensätze werden als sozial nahe erlebt und gelebt, wie umgekehrt geographische Nähe die Verschiedenheit sozialer Welten unberührt lässt. So kann man an ein und demselben Ort wie auf verschiedenen Sternen leben. Globalisierung setzt jedoch Lokalisierung voraus: weltweit getrennt und zur kooperativen Einheit verbunden. Konkret: Globalisierung ist kein eindeutiger Prozess, sondern ein komplexes Gemisch unterschiedlicher Prozesse, die häufig im Widerspruch zueinander geraten und Konflikte, Verwerfungen nach sich ziehen. Es ist kaum noch strittig, dass Globalisierung immer auch mit Lokalisierung einhergeht. Gerade im Prozess der Globalisierung kommt es zu einer neuen Betonung des Lokalen und Regionalen (Glokalisierung). Gleichzeitig wird deutlich, bei aller Bereicherung durch eine entfesselnde Mobilität sind auch Verlusterfahrungen damit verbunden. Der mobile Mensch erfährt die „Entzauberung des Raumes“. Erst aus dieser Erfahrung entsteht ein neues Bedürfnis nach räumlichen Unterschieden und Besonderheiten. Die Region hat auf der „Gefühlsebene“ enorm an Bedeutung gewonnen. Planerische Kooperationsansätze werden emotional

unterfüttert: „ohne Liebe zur Region keine Entwicklung.“

Diskussionen über regionale Identität, Diskussionen um ein stärkeres Regionalbewusstsein bewegen Politik, Verwaltung, aber auch den Fremdenverkehrsverband. Im Gegensatz zu den Regionalbewegungen der 70er Jahre scheinen Regionalprogramme gleichsam „von oben initiiert“ zu werden. Das sind ihrem Charakter nach eher regionale Marketingkonzepte. Andererseits kann es nur verheerend sein, den Begriff der regionalen Identität mit all den Wünschen und Sehnsüchten, die auf ihn projiziert werden, zu überfrachten.

Politik in den ländlichen Räumen: Kulturförderung durch Landschaften und Landschaftsverbände in Niedersachsen

Als zweitgrößtes Flächenland Deutschlands hat Niedersachsen ein grundlegend neues Modell der regionalen Kulturförderung entwickelt. In Zusammenarbeit mit den Landschaften und Landschaftsverbänden ist es Ziel, die regionalen Träger zu ermutigen, ihre spezifischen Fähigkeiten und Möglichkeiten mit Hilfe des Landes zu vernetzen. Das Profil einzelner Regionen soll nachhaltig gestärkt werden. Regionale Strukturen sollen zukunftsfähig gestaltet, attraktive Standorte und Lebensräume erhalten und fortentwickelt werden.

„Kreatives Milieu“ bzw. „lernende Regionen“ werden als zentrale Begriffe eines regionalen Entwicklungskonzeptes begriffen. Räumliche Nähe, hohe Kommunikations- und Informationsdichte sind Voraussetzungen für kreative und innovative Prozesse. Dezentralisierungsvorgaben orientieren sich am Subsidiaritätsprinzip. Weniger Verwaltung und bessere Anreizstrukturen befähigen den Bürger zur Entfaltung seiner Potentiale. Der Prozess der Regionalisierung in Niedersachsen bedeutet Regionalisierung als „Selbstorganisation“, ohne neue Verwaltungsebene mit erneuter Bürokratie.

Grundlage der regionalen Kulturförderung der Landschaften und Landschaftsverbände sind Zielvereinbarungen. Zielvereinbarungen sind verbindliche Absprachen zwischen Partnern unterschiedlicher Hierarchieebenen über die zu erreichenden Ziele, Maßnahmen zur Umsetzung, die Festlegung von Verantwortlichkeiten, den erforderlichen Ressourceneinsatz sowie Art und Umfang der Berichterstattung und Evaluierung. Jede Landschaft hat die konkreten Ziele und Maßnahmen ihrer jeweiligen regionalen Kulturförderung definiert. In Braunschweig ist aus Gründen der Synergie diese Förderung bei der Stiftung Braunschweigischer Kulturbesitz angesiedelt.

Das Land hat den Rahmen mit einer Präambel, konkreten Zielen des Landes und haushaltsrechtlichen Vorgaben geschaffen. Die Landschaften und Landschaftsverbände werden vom Land Niedersachsen mit 4,65 Mio. Euro gefördert, davon stehen 2,56 Mio. Euro

für die Förderung von regionalen Kulturprojekten bis zu einer Höhe von 10.000 Euro zur Verfügung. Für Kultureinrichtungen und Kulturschaffende sind damit verlässliche Rahmenbedingungen geschaffen und zugesichert.

Das gehört auch zur Förderkultur.

Netzwerkbildung als Voraussetzung für Kulturarbeit

Netzwerke gewinnen im Bereich der öffentlichen Politik, letztlich auch in der Kultur an Bedeutung und etablieren sich als neues bzw. auch ergänzendes Steuerungsmodell jenseits von Markt und Hierarchie.

So versucht beispielsweise auch eine regionale Politik sich im Zuge projektorientierter Raumentwicklung in weiche „Milieu-Kontakte“ einzuklinken und sie zu Akteursnetzwerken mit interaktiver Ziel- und Steuerorientierung zu verfestigen. Es handelt sich also hierbei um den Versuch des „Mithandelns“ in Netzwerken, sei es als aktiver Mitspieler, koordinierender Netzknüpfer oder stillschweigender Beteiligter: Vernetzung als zeitgemäße regionale Entwicklungsstrategie. Hierarchische staatliche Steuerungsmodelle und eine damit einhergehende interventionistische Planungsphilosophie von oben haben an Bedeutung verloren. Dies ist gelegentlich mit dem Wort einer „Entzauberung des Staates“ umschrieben worden. So weichen Netzwerkstrukturen zwischen öffentlichen und privaten Akteuren die tendenziell traditionelle Trennung zwischen Staat und Gesellschaft, Markt und Hierarchie auf.

Konsensuale Aushandlungsformen und vernetzte Organisationsformen nehmen als Formen gesellschaftlichen Interessenausgleichs an Bedeutung zu. Netzwerke dienen dem Abbau von Informations- und Kommunikationsdefiziten, der Schaffung eines kooperativen Klimas im Vorfeld von Abstimmungsprozessen oder konkreten Projekten (Gelegenheiten zum Erfahrungsaustausch, Runde Tische, Workshops, Konferenzen, etc.). Die Realisierung konkreter Projekte zusammen mit Vereinen, Kommunen, freien Trägern steht im Vordergrund.

Kulturförderung und Kooperationen in den Regionen sollen die kulturelle Vielfalt fördern, die Kommunikation verbessern, aber auch innovative Vorgehensweisen ermöglichen. Voraussetzung ist jedoch die Entwicklung von Strukturen, die verlässlich eine kontinuierliche Informations-, Moderations- und Koordinationsleistung erbringen. Ob sich dafür ein eigens neu gegründeter Verein, ein selbständiges Büro, eine Landschaft/Landschaftsverband oder Regionalberatungen eignen, hängt vom jeweiligen regionalen Umfeld ab.

Sie wird im Verlauf dieser Tagung Frau Rodrian ein interessantes Netzwerkbeispiel für die Ostfriesische Halbinsel präsentieren. Und im Kulturnetzwerk Koppelschleuse sitzen Sie mitten drin.

Leuchttürme oder kultureller Zugewinn?

Eine Forderung von Landräten bzw. Oberkreisdirektoren lautet: wir haben keine Landeseinrichtungen (wie z.B. die nach § 72 der Landesverfassung geschützten Staatstheater in Braunschweig und Oldenburg sowie die Landesmuseen), deshalb steht uns eine gesonderte Unterstützung zu. Das ist verständlich und legitim. Das Emsland hatte auch in der Kultur sein „Emslandprogramm“ (bis 1992), das TPZ wird vertraglich gefördert, auch Ostfriesland verfügt über einen Vertrag, in dem insbesondere die Bildung und die Archäologie gesichert sind. Das ist vernünftig und legt Strukturen („Gelegenheitsstrukturen“). Gewarnt aber sei vor kulturellen Leuchttürmen, die nach dem Prinzip „Glaube, Liebe, Hoffnung“ als ökonomisch wirksame Hoffnungsträger in darbenende Regionen eingeflogen werden. Hier könnte man über das vom Land investiv mit 15 Mio € geförderten Forschungs- und Erlebniszentrum Schöninger Speere zumindest streiten. Über Messe- und Stadthallen als Hoffnungsträger des Aufschwungs ist meine Meinung definitiv.

Großprojekte sind „in“ – wir sprechen schon seit den 90er Jahren von einer Festivalisierung der Kulturpolitik. Vor dem Gespenst der Städte- und Regionalkonkurrenz gelten sie als schnelle und wohlfeile Lösung. Entwicklungsimpulse durch Großereignisse sind die Hoffnung. Nur durch kulturelle Leuchttürme seien Kräfte bündelbar. Ein fatales Beispiel für diese Planungsideoogie war die EXPO 2000 in Hannover. Trägerraketen des wirtschaftlichen Wachstums? Ohne strukturpolitische Konzepte war die EXPO bestenfalls ein verpuffendes Feuerwerk. Nachhaltigkeit ein Fremdwort! Probleme des „crowding out“ werden verdrängt. Großprojekte binden Ressourcen und verzerren, behindern private Dynamik. Kräfte bündeln und binden heißt auch, Ressourcen von anderen Aktivitäten, von anderen möglichen Planungen abziehen. Das Problem der Betriebskosten wird verniedlicht. Wie die Einheimischen in Neuguinea sitzen die Protagonisten der „Big Events“ an den Rändern der Großbaustellen vor abgesteckten „Landebahnen“ in Erwartung auf Cargo-Kult, auf kostbare (kulturelle) Ware, die vom Himmel fällt.

Meppen, Lingen und Nordhorn – sicherlich in ländlichen Räumen gelegen – weisen hingegen qualitativ exzellente Einrichtungen auf, die weit über die Mittelstädte hinaus wirken: Kunstvereine und Kunstschulen, die Koppelschleuse als Gesamtensemble als kulturelle Stützpfeiler in und für die Region. Solche Leuchttürme - gleichsam mit Augenmaß - wünsche ich mir.

Mehr Investitionen in die Köpfe!

Wir denken zu sehr in baulichen Infrastrukturen. Projekte, die auf die Folgen demographischen Wandels abzielen, bewirken m.E. mindestens genauso viel innovations-trächtiges Entwicklungspotential für eine Region als noch so intelligente bauliche Infrastruktur. Wenn es um innovationsfördernde Strukturen geht, dann gewiss nicht einzig um bauliche. (Ein Teil der mit EFRE geförderten Projekte der kulturellen Infrastruktur krankt an diesem Defizit). Wie sieht es mit Strategien einer Vermittlungs- und Aufführungskultur, mit „audience development“ aus?

Eine hochwertige bauliche Infrastruktur zu entwickeln reicht bei weitem nicht hin. Dieses ist nur das Startkapital für eine erfolgreiche Kulturarbeit. Zur Kultur gehört der Nutzer. Es muss ein Publikum gesichert und gewonnen werden durch eine entsprechende Orientierung des Programms an der Nachfrage sowie durch eine Erweiterung des Publikums im Sinne einer gezielten Erschließung neuer Zielgruppen. Die Anstrengungen zur Erhöhung der Nachfrage dürfen sich m.E. nicht nur auf ohnehin kulturaffine Bevölkerungsgruppen richten. Erkenntnisse der empirischen Besucherforschung zeigen eine alarmierend geringe, sozial selektive und vor allem bei Jüngeren sinkende Teilhabe an den öffentlich geförderten Kulturangeboten. Die Schere zwischen bildungsnahen und bildungsfernen Schichten öffnet sich zunehmend. Susanne Keuchel vom Bonner Zentrum für Kulturforschung spricht von einer „kulturellen Zweiklassengesellschaft“. Die öffentliche Bereitstellung einer kulturellen Infrastruktur kann offensichtlich eine größere Teilhabe einer breiteren Bevölkerungsgruppe am Kulturleben nicht bewirken. Angesichts einer zunehmenden Abkehr so genannter bildungsferner Gruppen vom kulturellen Leben, stellt sich die Frage, wie wir damit umgehen. Erforderlich ist die Entwicklung neuer Formen von Kulturvermittlung. Für die kulturelle Kompetenz eines breiten Publikums ist eine kontinuierliche Kulturvermittlung erforderlich.

Hervorragende Projekte sind z.B. „Wir machen die Musik“ (Land und Landesverband der Musikschulen), in dem bis 2016 80% der Kinder in den Kitas und 30% der Kinder in den Grundschulen von professionellen Lehrkräften an Musik herangeführt werden, und „Spielplatz Niedersachsen“, eine Veranstaltungsreihe für professionelles Kindertheater (LAGS Niedersachsen und LaFT, sowie Landschaften/Landschaftsverbände).

Qualifizierung ist mehr als Kultur für Arme

Eine Konsequenz ist die verstärkte Qualifizierung der Kulturarbeit im ländlichen Raum. Zur Verbesserung der Start- und Rahmenbedingungen kultureller Arbeit wird die regionale Kulturberatung angeboten. Spartenübergreifend können sich Kulturvereine und -initiativen, freie Träger und Einzelpersonen, aber auch öffentliche Institutionen, und Kommunal-

verwaltungen, mit Fragen zum Kulturmanagement, zur Kulturplanung und Kulturentwicklung an die Regionalberater der LAGS wenden. Die regionalen Beratungsangebote sind ein wichtiges Instrument, mit dem die kulturelle Infrastruktur in Niedersachsen aufgebaut und unterstützt wird. Mit der Beratung wird es gelingen, Neuentwicklungen zu begleiten und gemeinsam mit den Akteuren Strukturen zu schaffen, in denen sich kulturelles Engagement von hauptberuflich und ehrenamtlich Tätigen ergänzt und zu einer hohen Qualität kultureller Arbeit führt.

Allgemeines Ziel ist die fachliche Hilfestellung bei der Planung und Durchführung kultureller Arbeit vor Ort durch einen Ansprechpartner („Hausarztprinzip“). Den Kulturschaffenden soll das notwendige fachliche Handwerkszeug gegeben werden, um ihre Arbeit kompetent und effektiv durchführen zu können. Bei Konfliktsituationen soll eine Vertrauensperson mit Rat und Tat zur Seite stehen. Insgesamt soll durch die Beratung eine Verbesserung der Qualität der kulturellen Praxis, ein effektiver Umgang mit Ressourcen und der Aufbau sinnvoller und der Situation vor Ort angemessenen Strukturen erreicht werden.

Die Beratung durch die Regionalberater in Oldenburg, Osnabrück, Braunschweig und Hannover erfasst folgendes Spektrum.

Kurz- und Einzelberatung: Erstgespräche mit Vereinen, Gruppen, Initiativen und Institutionen; telefonische und direkte Beratungen zu einzelnen Fragen (zu allgemeinen Fragen über Vereinsrecht, Verwaltung, GEMA, Arbeitsrecht etc.).

Prozessbegleitung: Hier geht es um beratende Tätigkeit beim Aufbau und für die laufende Arbeit kultureller Aktivitäten und Einrichtungen über einen längeren Zeitraum. Die Beratung umfasst neben der fachlichen Hilfestellung auch die Möglichkeit der kontinuierlichen Reflexion der Arbeit. Es soll Fach- und Erfahrungswissen vermittelt und ggfs. Hilfe zu Konfliktlösungen gegeben werden. Dabei steht das Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ im Vordergrund.

Beratungsprojekte: Zeitlich begrenzte umfassende Beratung im Sinne von Konzeptentwicklung, Organisationsentwicklung, Teamentwicklung, Strategieplanung etc. Die Beratung erfolgt in Form einer „aktiven Moderation“, d.h. der Berater moderiert den Gruppenprozess, bringt sich aber auch mit seinem Wissen und Erfahrungshintergrund ein.

Verhandlungen und Gespräche mit Dritten („Anwaltsprinzip“).

Mit der Neuordnung der Kulturförderung haben auch die Landschaften und Landschaftsverbände verstärkt eine solche Beratungstätigkeit übernommen - zum Beispiel in

Kooperation mit der LAGS die Stiftung Braunschweigische Kulturbesitz, oder gezielt z.B. für Projektantragsteller im Rahmen des Kulturtourismus die Ostfriesische Landschaft und die Emsländische Landschaft mit dem TPZ.

Die intensive Arbeit der Bundesakademie für kulturelle Bildung, Wolfenbüttel kommt in Niedersachsen noch hinzu. Ein solches Fortbildungs- und Beratungsnetzwerk ist bundesweit einmalig.

Zusammenfassung

Ich hoffe, es ist mir gelungen, Ihnen den Wert und die Notwendigkeit der Kulturarbeit in ländlichen Räumen zu vermitteln. Die Qualifizierung der Kultur (und Kulturarbeit) ist Garant für eine erfolgreiche Arbeit. Kultur ist hier gewiss mehr als ein „Hinterherhecheln“ hinter städtischen Feuilletonansprüchen. Es gilt aber auch die Kultur nicht mit Ansprüchen zu überfordern. Kultur und Kulturarbeit sind nicht die Reparaturwerkstatt dieser Gesellschaft!

Kulturwirtschaftliche Netzwerke im ländlichen Raum

Dr. Karin Drda-Kühn

In der Kulturwirtschaft ist die Bildung von Netzwerken zur Zauberformel geworden, das Vademecum des erfolgreich wirtschaftenden Kulturarbeiters. Ob Netzwerke innerhalb der eigenen Branche oder branchenübergreifend, das erfolgreiche Agieren in sozialen Organisationsformen, die Einzelpersonen, Einrichtungen, Unternehmen, Initiativen und Ideen zusammenfassen, gilt als Erfolgsfaktor.



Netzwerkbildung und –nutzung war immer eine Stärke des Kulturbereichs, doch nicht unbedingt unter ökonomischen Gesichtspunkten. Wie jedoch ökonomische Netzwerke genau funktionieren, welchen Anforderungen sie unterliegen, welche reproduzierbaren Modelle sie hervorbringen, ist noch kaum erforscht. Auffallend ist, dass sich ökonomisch ausgerichtete Netzwerke vor allem in Krisen herausbilden. Dies unterscheidet sie nicht von Netzwerken gemeinhin, doch die Lösungen und Ergebnisse scheinen in kulturwirtschaftlichen Netzwerken schneller und einfacher erreichbar zu sein als in anderen Branchen. Das hängt einerseits damit zusammen, dass Kulturschaffende gewohnt sind, in kleinteiligen, hochflexiblen, oft temporären Arbeitsstrukturen zu agieren, und dass sie hoch adaptionsfähig sind. Ihr kreatives Potenzial befördert zudem Innovationen, die eine Voraussetzung für die Herausbildung neuer Geschäftsstrukturen und Geschäftsfelder sind.

Kulturwirtschaftliche Netzwerke im ländlichen Raum

In großen Städten und Ballungsräumen gibt es zwischenzeitlich zahlreiche Erfahrungen mit erfolgreichen kulturwirtschaftlichen Netzwerken. Teils werden sie durch Politik und Verwaltung angestoßen und gefördert, teils entstehen sie aus Bedarfen der Kulturschaffenden. Großbritannien, die Niederlande und skandinavische Länder wie Finnland und Schweden fördern systematisch Netzwerke durch Cluster, Foren, Initiativen rund um die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Nachholbedarf hat hingegen der ländliche Raum. Noch kaum zu beobachten ist eine Entwicklung, die auf die kulturwirtschaftliche Belegung und Förderung des ländlichen Wirtschafts- und Lebensraums, auf die Generierung von Arbeitsplätzen, auf die Unterstützung von Innovationsprozessen zielt. In Regionen mit geringer Bevölkerungsdichte, mit

dörflichen bzw. kleinstädtischen Siedlungsstrukturen, ihren spezifischen Lebensweisen, mit landwirtschaftlicher Prägung, wird das vorhandene kulturwirtschaftliche Potenzial noch kaum genutzt.

Folgt man jüngerer Forschung¹, so fehlen derzeit Modelle und Instrumente, die auf die speziellen Voraussetzungen des ländlichen Raums ausgerichtet sind. Es steht allerdings fest, dass die in Großstädten entwickelten Methoden und Instrumente aus der Kulturwirtschaft auf den ländlichen Raum nicht oder nur begrenzt übertragbar sind, auch mit Blick auf kulturwirtschaftliche Netzwerkbildungen. Das liegt zunächst im sozialen und ökonomischen Kontext begründet:

- **Überalterung der Bevölkerung** im ländlichen Raum
- **Wegzug** der hoch qualifizierten, ökonomisch attraktiven Bevölkerung ("brain drain")
- **sinkende Bereitschaft zum Ehrenamt**,
- **wirtschaftliche Verarmung** mit einhergehender Reduzierung bestehender Infrastruktur
- **kulturelle Verarmung**, wenn Kultureinrichtungen schließen
- **Leerstände** in gewachsenen Stadt- und Dorfkernen, die Wohn- und Lebensqualität verschlechtern.

Mit Blick auf die kulturwirtschaftlichen Voraussetzungen ergeben sich weitere Einschränkungen:

- **Ein sensibilisiertes Umfeld ist kaum gegeben**; die Kulturwirtschaft wird als Wirtschaftsfaktor (noch) nicht wahrgenommen.
- Die **Datenlage ist meist rudimentär**; so gut wie nie werden Daten zur Kulturwirtschaft systematisch erfasst und ausgewertet.
- **Qualifizierte Akteur/innen fehlen**, welche die Kulturwirtschaft vor Ort fördern und vernetzen könnten.
- Ländliche Räume mit vergleichsweise geringer Bevölkerungsdichte stellen **komplexere Anforderungen an Kommunikationsprozesse und die Logistik** als

¹ Drda-Kühn, Karin/ Wiegand, Dietmar: (2009): „Förderung von Unternehmen der Kulturwirtschaft und des Handels in der Raiffeisenregion“, Studie beauftragt von der Gemeinde Altenkirchen (Westerwald), gefördert vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz, Altenkirchen.

Drda-Kühn, Karin/ Wiegand, Dietmar: (2009): „Identifizierung des kulturell-touristischen Potenzials der Verbandsgemeinde Altenkirchen“, Studie beauftragt von der Gemeinde Altenkirchen (Westerwald), gefördert vom Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz; Altenkirchen

urban verdichteten Zentren.

- Schnelle Datenautobahnen wie **Breitband sind nicht oder nur unzureichend vorhanden.**
- **Orte der kulturellen Kommunikation sind weniger häufig anzutreffen**, diese müssen oft über Veranstaltungen organisiert werden, während in großen Städten solche Orte (Zentren, Cafés, Quartiere) infrastruktureller Bestandteil sind.

Kulturtourismus als Chance der Regionalentwicklung im ländlichen Raum

Unter Netzwerkaspekten hat der ländliche Raum herausragende Stärken, die als solche meist kaum wahrgenommen werden:

- starke und gut organisierte Partner (wie die Landfrauen, Jugendherbergen),
- herausragende Stätten des Natur- und Kulturerbes,
- traditionelles, hochwertiges (Kunst)Handwerk (Schmuckindustrie im Naheland, Keramik im Westerwald),
- bodenständige Kulinarik (Hofläden, kleine Manufakturen, regionales Brot, alte Obst- und Gemüsesorten)
- unverwechselbare volkskundliche Traditionen (Feste und Gebräuche).

Wer sucht, der findet das Besondere, Einzigartige und Authentische im ländlichen Raum², oft verknüpft mit regionalen Besonderheiten wie Wein, Wald, Sport, Kulinarik, zudem ein attraktives Preisgefüge. Jüngste Trend-Erhebungen deutscher Tourismusverbände machen deutlich: Urlaub in Deutschland ist attraktiv, denn Deutschland ist ein vergleichsweise günstiges Urlaubsland, besonders im ländlichen Raum.

Ungebrochen ist der Trend: „Urlaub zuhause“, der aber nicht zwangsläufig mit „Balkonien“ gleichzusetzen ist, sondern vielmehr auf die entspannte Erkundung der näheren Umgebung abzielt. So können beispielsweise Reiseziele rund um die Ballungszentren mit kurzen Anreisezeiten punkten. Als ausgesprochener Trend entpuppt sich zunehmend die Erkundung der kulturellen Schätze der näheren Umgebung, für die im Alltagsleben meist kaum Zeit bleibt. All das sind attraktive Voraussetzungen für den Kulturtourismus, in dem Netzwerke eine ganz besondere Rolle spielen.

Netzwerke im Kulturtourismus leben von starken, selbstbewussten und leistungsfähigen Partnern aus Kultur, Tourismus und Wirtschaft. Dabei sind Kultureinrichtungen und Kulturschaffende unter Netzwerkgesichtspunkten als Partner hoch attraktiv und bringen

² beispielsweise die Eifel als „Krimi-Landschaft“ <http://www.eifel.info/krimiland-eifel.htm>, Rheinhessen als Heimat der „Heidenturmkirchen“ www.heidenturmkirchen.de

wichtige Fähigkeiten in solche Netzwerke ein: hohe Flexibilität, Befähigung zu Ausdauer, Fähigkeit zur spartenübergreifenden Zusammenarbeit, kreative und innovative Ideen, Ausrichtung auf effiziente Ressourcennutzung, Bereitschaft zur kreativen Zusammenführung von Ressourcen.

Für die Wirtschaft im ländlichen Raum sind kulturell interessierte Touristinnen und Touristen eine attraktive Zielgruppe, liegen deren Tagesausgaben im Schnitt höher als bei Besucher/innen im Erholungs- oder Naturtourismus³.

Erfolgreiche Beispiele: Koppelschleuse, Wunderwald und Heidenturmkirchen

Nachhaltig erfolgreiche Beispiele für kulturwirtschaftlich ausgerichtete Netzwerke im Tourismus finden sich in Deutschland nur wenige im ländlichen Raum: Dem grenzübergreifenden Kulturnetzwerk „Koppelschleuse Meppen“ gelingt es im Emsland mit spannenden kulturtouristischen Gruppen- und Familienangeboten jährlich rund 20.000 Übernachtungen zu generieren, woran der „Wirtschaftsfaktor Kultur“ anschaulich wird (www.koppelschleuse-meppen.de). Es kann als „Vorzeigebispiel gelten, auch wenn dahinter keine strategische Entwicklung steht, sondern eine langjährige und kontinuierlich betriebene Netzwerkarbeit.

Der Politik kommt in erfolgreichen kulturtouristischen Beispielen eine aktive und fördernde Rolle zu. Ein Beispiel dafür ist das „Kulturtouristische Netzwerk Altenkirchen“ im Westerwald, in dem sich Partner aus Kultur, Tourismus, regionaler Wirtschaft, Verwaltung und tourismusaffinen Dienstleistern zusammen gefunden haben, um mit Hilfe neuer Informationstechnologien speziell kulturtouristische Angebote zu konzipieren und zu vermarkten. Organisiert wird das Engagement über die Plattform www.derwunderwald.de.

Diese

- lässt kulturelle Schätze sichtbar werden
- hält für Tourist/innen integrierte Angebote bereit
- ermöglicht die individualisierte Zusammenstellung von Produkten und Dienstleistungen
- bietet ein Ticketing an
- vernetzt via Facebook und Twitter die „Kund/innen“ untereinander
- schafft Schnittstellen zu professionellen Anbietern und
- entwickelt kontinuierlich über Web 2.0 eine Kunden-Gemeinschaft.

³ rund 30,--Euro / Tag im Kulturtourismus im Vergleich zu 25,-- Euro im Erholungstourismus (mit Übernachtung bei 88,-- / 80,--)

Dahinter steht eine mutige strategische Entscheidung der Verbandsgemeinde Altenkirchen, unterstützt durch die Multimediaminitiative des Landes Rheinland-Pfalz. Getragen wird das Netzwerk von aktiven lokalen Akteur/innen, die ihr kulturtouristisches Potenzial ökonomisch erschließen wollen.

Rund um die rheinhessischen „Heidenturmkirchen“ entsteht derzeit ein kulturtouristisches Netzwerk, das in der Trägerschaft der Evangelischen Kirche Hessen-Nassau und mit Unterstützung des Landes Rheinland-Pfalz sowie des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung etabliert wird. Dahinter steht zunächst ein partnerschaftliches Finanzierungsmodell, zudem lokales Engagement aus Tourismus, Weinwirtschaft, lokalen Dienstleistern, Gastronomie/Hotellerie und Initiativen aus Kultur und Sport: www.heidenturmkirchen.de .

Ausgangspunkt war die Sanierung von zwei der insgesamt vier rheinhessischen „Heidenturmkirchen“⁴. Das Netzwerk schafft Bewusstsein für den Wert der Kirchen als hochwertiges Kulturerbe der Region, bindet diese sukzessive in bestehende Kultur- und Tourismusangebote ein und profitiert derzeit vom Trendthema „Spirituelle Tourismus“, da die Kirchen am Jakobspilgerweg liegen.

Erfolgsfaktoren: Milieu, Mehrwert und Moderation

Die Erfahrungen der beschriebenen Netzwerke zeigen: Netzwerke „gedeihen“ am besten in einem Milieu, das Offenheit und Vertrauen zulässt, das seinen Mitgliedern eine gleichberechtigte Partizipation ermöglicht und wenige hierarchische Organisationsstrukturen enthält. Erfolgreiche Netzwerke unterstützen schnelle Informationsflüsse nach innen wie nach außen und sind durch Kooperation wie durch Konkurrenz gleichermaßen geprägt. Konkurrenz wird produktiv eingebunden, wie es die großen Lebensmittelkonzerne auf Deutschlands „grünen Wiesen“ derzeit vormachen: Wo ein leistungsstarker Partner Kunden anzieht, profitiert ein zweiter daneben gleichermaßen.

Weitere Erfolgsfaktoren:

- Bereitschaft zur **ökonomisch ausgerichteten Zusammenarbeit**
- **Ausgewogenheit der Partnerschaft**, in der sich alle repräsentiert finden

⁴ Es handelt sich dabei um romanische Kirchen mit einer einzigartigen Kuppelform, die europaweit einmalig ist. Dieses Alleinstellungsmerkmal kommt der touristischen Inwertsetzung entgegen.

- Entwicklung einer „**gemeinsamen Sprache**“
- **Mehrwertorientierung:** vom „ich“ -> „wir“
- **Einbindung der öffentlichen Verwaltung**
- sich Zeit geben für die **Entwicklung und Kontinuität** anstreben
- ein/e **professionelle/r Netzwerker/in / Moderator/in**, der/die das Netzwerk zusammen hält und steuert.

Faktoren für einen Misserfolg lassen sich daraus ableiten: halbherzige Partizipation, Kirchturmdenken“ („ich“ statt „wir“) und mangelnde Disziplin in der Netzwerkarbeit gefährden einen gemeinsamen Erfolg. Und an die Regionalentwickler in den Verwaltungen gerichtet: Erfolgreiche Netzwerkarbeit ist nicht im Ehrenamt zu leisten, dazu bedarf es vielmehr strategischen Denkens, hoher Kommunikationsfähigkeit und eines professionellen Projektmanagement – all das hat seinen Preis.

Dr . Karin Drda-Kühn ist Geschäftsführerin von Kultur und Arbeit e. V., dessen Ziel die Qualifizierung von Kulturschaffenden für den Arbeitsmarkt ist. Der Verein erstellt Studien zur Kulturwirtschaft und fungiert als Träger von regionalen, nationalen und europäischen Veranstaltungen und Vorhaben der Kulturwirtschaft, des Kulturtourismus und des Kulturerbeschutzes. Aktueller Arbeitsschwerpunkt: Kulturtourismus im ländlichen Raum.

Mehr Informationen:

Dr. Drda-Kühn

Verein für Kultur und Arbeit e.V.

Goethestr. 10,

97980 Bad Mergentheim

info@kultur-und-arbeit.de,

www.kultur-und-arbeit.de

Das Projekt Realismus als Beispiel für gemeinsames Marketing im ländlichen Raum

Katrin Rodrian

Unter dem Motto »Abenteuer Wirklichkeit« hatten sich im Jahr 2010 Kulturträger und Tourismusinstitutionen der gesamten Ostfriesischen Halbinsel zu einem kulturtouristischen Themenjahr zusammengeschlossen. Unter der Federführung der Kulturagentur der Ostfriesischen Landschaft beteiligten sich 97 Partner mit über 100 Veranstaltungen an 65 Standorten in der gesamten Region. Zum Jahresende 2010 wurden über 636.000 Besucher gezählt. In enger Kooperation mit der Ostfriesland Tourismus GmbH und den sieben Gründungspartnern wurde zum zweiten Mal ein Themenjahr als Marketingmaßnahme für Ostfriesland eingesetzt. »Abenteuer Wirklichkeit« hatte zum Ziel, das Vernetzen bestehender Netzwerke und Kulturakteure der Ostfriesischen Halbinsel voranzutreiben, Kultur, Tourismus und Wirtschaft in der Region zu stärken und Ostfriesland hochwertig, kulturell und authentisch darzustellen. Die Voraussetzung für eine Teilnahme am »Abenteuer Wirklichkeit 2010« war der inhaltliche regionale Bezug. Am Delft der Seehafenstadt Emden stellte sich das Kulturnetzwerk Ostfriesland erstmals der Öffentlichkeit vor. Das Land Niedersachsen und die Europäische Union förderten mit knapp 500.000 €, verteilt auf drei Jahre, die Ostfriesische Landschaft zusammen mit der Ostfriesland Tourismus GmbH. Damit erkennen das Land Niedersachsen und die EU eine Wertschöpfung in Qualität und Innovationskraft der Region an und unterstützen Ostfriesland als neue Modellregion für den Kulturtourismus. Mit dem Themenjahr wurden die Grenzen Ostfrieslands mühelos überwunden:

Bundespräsident Christian Wulff und Landschaftsrat Hilko Gerdes am 02.02.2010 (Foto: Peter Veckenstedt)



Signet „Abenteuer Wirklichkeit“ 2010



Von den ostfriesischen Inseln bis Papenburg, von Emden über Jever bis nach Wilhelmshaven, Bad Zwischenahn, Dangast und Rastede spannte sich das Netz. Überregional bekannte Einrichtungen und Veranstaltungen wie etwa die Kunsthallen Emden und Wilhelmshaven, das Galerie- und Künstlerhaus Spiekeroog oder der Musikalische Sommer in Ostfriesland waren genauso dabei wie die Galerie Willy Hinck in Dangast, das Hasenkabinett in Weener, die Atelierroute und die Auricher Wissenschaftstage.

Die Überwindung von historischen Barrieren zwischen Friesland und Ostfriesland war durch die professionelle Zusammenarbeit mit der Oldenburgischen Landschaft möglich.



Gemeinsamer Start aller Kulturprojekte Rheiderland und Weener im Hafen von Weener am 23.04.2010
(Foto: Sarah-Christin Siebert)

Auch die Medien hielten das gesamte Jahr über den Spannungsbogen zu »Abenteuer Wirklichkeit« aufrecht: In über 1 300 Artikeln wurde das Themenjahr vorgestellt. Fachblätter (»kunsttermine«, »Monumente«) aber auch Publikationen mit hoher Breitenwirkung (»Ferienzeitung«) und Online-Medien wie »Bild-online« berichteten über »Abenteuer Wirklichkeit 2010« in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Im Deutschen Bundestag fand das Kulturnetzwerk Ostfriesland mit seinem Themenjahr am 25. Februar 2010 Erwähnung als herausragendes Beispiel für eine kulturtouristische Erfolgsgeschichte. Die Aufmerksamkeit der Einheimischen und der Gäste für das Themenjahr wurde durch

vielfältige Marketingmaßnahmen erzielt: Es wurde ein einheitliches Signet für die optische Wahrnehmung des Themenjahres »Abenteuer Wirklichkeit 2010« grafisch entwickelt. 40.000 Vorprogramme und 60.000 kostenfreie Postkarten mit dem Signet machten bereits im Herbst 2009 neugierig auf Ostfriesland. Es folgte die Beflaggung aller 97 Partnereinrichtungen mit einheitlichen Fahnen, sowie die Verteilung von Plakaten, Programmheften und Aufklebern für Massenbriefsendungen. Es wurden Zeitungsanzeigen geschaltet, Radiobeiträge initiiert und regelmäßige Presseinformationen verschickt. Die Niedersachsen Tourismus Marketing GmbH bewarb das Projekt überregional auf Messen und Online-Medien und die Ostfriesland Tourismus GmbH erstellte Kulturarrangements mit Partnerprojekten und richtete bundesweit erstmalig eine so genannte »Urlaubswerkstatt« ein. Mithilfe von Bausteinen kann dabei der potenzielle Gast online seinen Urlaub in Ostfriesland individuell zusammenstellen.

Die Kulturagentur der Ostfriesischen Landschaft führte regelmäßig »Runde Tische Kultur« in allen Landkreisen und kreisfreien Städten durch. Vertreter aus den Kommunen, aus Kultureinrichtungen und Tourismuspartner wurden auf diese Weise als Multiplikatoren in der Region für das Themenjahr gewonnen. Im Laufe des Projektes wurden zwei Evaluationen durchgeführt: Eine quantitative Evaluation der Fachhochschule Emden zum ersten Halbjahr 2010. Darin wurden knapp 500 Gästemeinungen per Fragebogen ausgewertet. Eine qualitative Evaluation entstand im Rahmen einer Bachelorarbeit der Jadehochschule Wilhelmshaven. Unter dem Titel: »Effekte von Kulturtourismus im ländlichen Raum – aufgezeigt am Beispiel des kulturtouristischen Themenjahres ‚Abenteuer Wirklichkeit 2010‘ in Ostfriesland« wurden Veranstalter und ausgewählte Fachleute aus Kultur und Tourismus zu ihren Erfahrungswerten und Verbesserungsvorschlägen befragt. Beide Befragungen und Auswertungen wurden in Kooperation mit den beiden Fachhochschulen in Emden und Wilhelmshaven durchgeführt. Die Dokumentation des Symposiums »Kulturtourismus in Ostfriesland« erfreute sich großer Nachfrage. Ein Presse- und Öffentlichkeitskonzept wurde für alle Netzwerkpartner, vor allem für die ehrenamtlich geführten Einrichtungen, als zusätzliches Arbeitsinstrument angeboten. Für die interne Verständigung unter den 97 Projektpartnern wurde ein Kommunikationskonzept erarbeitet. Dies soll auch in Zukunft den Austausch und die Zusammenarbeit in einem dünn besiedelten ländlichen Raum verbessern und in der Zukunft eine quantitative und qualitative Ausweitung des Netzwerks begünstigen. Eine Pressedokumentation aller Artikel im 1. Halbjahr 2010 mit über 500 Artikeln zeugt von der kontinuierlichen Wahrnehmung des Themenjahres in der Öffentlichkeit.



Das dritte Netzwerktreffen bei „Abenteuer Wirklichkeit 2010“ in der Ostfriesischen Landschaft am 19.3.2010
(Foto: Sabine Gronewold)

Die öffentliche Wahrnehmung des Themenjahres erfolgte in vielfältiger Hinsicht:

Das Niedersächsische Innenministerium hatte das Kulturnetzwerk Ostfriesland eingeladen, sich beim Tag der Deutschen Einheit in Bremen mit seinem Themenjahr vor 350.000 Besuchern auf der Ländermeile zu präsentieren. Auch auf dem Internationalen Businessstag in Delfzijl/Niederlande wurde im Juni 2010 das Projekt vor ein paar hundert Unternehmern vorgestellt. Dies geschah auf Einladung der nordniederländischen Handelskammer und zeigt, dass die Wirtschaft die Vorteile der Kultur für eine Region erkannt hat. Weiterhin wurde das Projekt vor Kultur-, Wirtschafts- und Tourismusausschüssen beinahe aller Städte und Gemeinden Ostfrieslands vorgestellt. Ein weiteres Themenjahr könnte im Jahr 2013 folgen. Aus diesem Grund wird weiterhin die Kultur der Runden Tische fortgeführt und das gesamte Kulturnetzwerk Ostfriesland mit allen Kultur- und Tourismuseinrichtungen in Netzwerktreffen zusammengehalten. Für die Zukunft ist die Erweiterung des Netzwerks auf die Metropolregion Bremen-Oldenburg und das Emsland angedacht. Ziel ist die Gewinnung neuer Kultur- und Tourismuspartner zur Entwicklung neuer inhaltlicher Projekte und Kooperationen. Langfristig wäre es wünschenswert, wenn sich das Kulturnetzwerk Ostfriesland alle drei Jahre unter einem Motto zusammenfindet. Dies geschieht mit dem Ziel, die Besucherzahlen und die Übernachtungen zu steigern sowie die Region als qualitativ hochwertige Kulturdestination zu etablieren. Oll' Mai 2010: Kulturtourismus in Ostfriesland: Das Themenjahr war Auslöser dafür, dass sich das Symposium zum Oll' Mai 2010 am 29. Mai 2010 unter der Schirmherrschaft von Wirtschaftsminister Bode in der Johannes a Lasco Bibliothek dem Themenschwerpunkt »Kulturtourismus in Ostfriesland« mit 200 Besuchern und drei Vorträgen widmete.

Die Vorträge wurden gehalten von Dr. Christoph Engel, Direktor der Südtirol Marketing Gesellschaft, Bozen, («Wir sind ein besonderes Volk, und man will herausfinden, warum. Die Vermarktung des Lebensgefühls Südtirol und UNESCO Weltnaturerbes Dolomiten»), Prof. Dr. Enno Schmoll, Jade Hochschule Wilhelmshaven, Fachbereich Wirtschaft («Tourismus für die Kultur in Ostfriesland? Inwiefern Tourismus die Kultur einer Region fördern kann»), Oliver Melchert, Geschäftsführer Die Nordsee GmbH, Schortens («UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer- Chancen der touristischen Vermarktung»). Die abschließende



Podiumsdiskussion wurde von Walter Theuerkauf, Landrat des Landkreises Aurich, moderiert. Abschließend kann festgestellt werden, dass sowohl unter den Veranstaltern als auch bei den Netzwerkpartnern die Durchführung des Themenjahrs „Abenteuer Wirklichkeit 2010“ alle Erwartungen übertroffen hat und der Wunsch geäußert wurde, dass man weiter gemeinsam das Kultur-Netzwerk Ostfriesland mit gestalten will mit dem Ziel, Ostfriesland verstärkt als qualitativ hochwertig, kulturell und authentisch darzustellen.

Niedersächsischer Minister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr Jörg Bode als Schirmherr des Oll' Mai Symposiums 2010 „Kulturtourismus in

Ostfriesland“ am 20.05.2010 in der Johannes a Lasco Bibliothek Emden (Foto: Katrin Rodrian)



Die Hauptakteure des „Kulturnetzwerk Ostfriesland“ beim symbolischen „Netzwerken“, Foto: Sabine Gronewold, Ostfriesische Landschaft

Und wie geht es weiter....

Die Vernetzung geht weiter...



 OSTFRIESISCHE
LANDSCHAFT

STIFTUNG NIEDERSACHSEN



Messe auf der „Ideenbörse“ des „Kulturnetzwerk Ostfriesland“, Foto: Gabriele Tengler

Um den Netzwerkpartnern und allen interessierten Kulturschaffenden in der Region rechtzeitig das neue Motto bekannt geben zu können, fand am 12.04.2011 eine Ideenbörse in der Johannes a Lasco Bibliothek in Emden statt. Dort wurde das neue Thema verkündet. Es lautet:

„Land der Entdeckungen 2013“

Die Vorbereitung zu dem dritten kulturtouristischen Themenjahr **„Land der Entdeckungen 2013“** laufen bereits an. Nach „Garten Eden 2007“ und „Abenteuer Wirklichkeit 2010“, wird das neue Motto ganz unter dem Zeichen der Neuentdeckungen Ostfrieslands stehen. Zielgruppe sind dabei sowohl die Einheimischen als auch interessierte Gäste. Der Schwerpunkt liegt bei diesem Themenjahr auf der Archäologie und Geschichte Ostfrieslands. Federführend wird dabei die Ausstellung unter dem gleichnamigen Titel sein (»2013 – Land der Entdeckungen. Die Archäologie des friesischen Küstenraums/2013 – Land van ontdekkingen. Het archeologie van de friesische kust«). Dieses ostfriesisch-niederländische Projekt konnte bereits seine Gelder einwerben. Für das kulturtouristische Themenjahr steht noch die Zusage der Fördergelder aus. „Land der Entdeckungen 2013“ wird wieder über 100 Kulturpartner in der Region aus allen Sparten der Kunst, Kultur und dem Tourismus bündeln und Ostfriesland gemeinsam vermarkten. Ziel ist dabei, dass Ostfriesland als qualitativ hochwertig, kulturell und authentisch wahrgenommen wird.

Die Kulturagentur wird im Jahr 2012 ostfrieslandweit wieder das Projekt bei allen Kultureinrichtungen und Kulturschaffenden ausschreiben, damit sie sich mit eigenen Projekten aus allen Kultursparten wie Musik, Bildender Kunst, Theater etc. bewerben können. Eine Fachjury wird die Auswahl der Projekte und Netzwerkpartner treffen.

Neben dem inhaltlichen Schwerpunkt zur Geschichte, werden vier Neuerungen bei „Land der Entdeckungen 2013“ thematisiert:



Bodenfliese aus dem ehemaligen Zisterzienserkloster Ihlow 14./15. Jh.,
Foto: Gerd Kronsweide, Archäologischer Dienst, Ostfriesische Landschaft

Barrierefreiheit als Serviceschwerpunkt. Hierfür soll erstmalig eine Kartierung der Region unter dem Aspekt der weiteren Servicequalität der Barrierefreiheit vorgenommen werden. Die Kulturagentur wird zusätzlich den Kulturpartnern eine Handreichung bzw. ein Konzept zu dem Thema „Barrierefreiheit in Kultureinrichtungen“ erarbeiten und zur Verfügung stellen.

Intranet wird neu eingerichtet zur verbesserten Kommunikation unter den über 100 Netzwerkpartnern und für mehr Transparenz bei den Entscheidungsabläufen.

Servicestelle Drittmittelakquise. Da es bei „Abenteuer Wirklichkeit 2010“ nur Marketingmittel in Form von Flaggen, Flyern und Anzeigen gab, sollen im Jahr 2013 Projektgelder für die beteiligten Netzwerkpartner eingeworben werden. Hierfür wird die Kulturagentur vermehrt Stiftungen, Sponsoren und andere Förderer ansprechen, um für die Partner Mittel einzuwerben.

Enno Bunger mit seiner gleichnamigen Band wurde als **musikalischer Botschafter** gewonnen. Er wird eigens für das kulturtouristische Themenjahr „Land der Entdeckungen 2013“ eine Hymne komponieren. Mit diesem jungen Musiker, der mit seiner Musik vor allem

die Altersgruppe zwischen 15 und 35 anspricht, soll vermehrt eine jüngere Zielgruppe für die Kultur Ostfrieslands begeistert werden.



Enno Bunger und Band, Foto: Gerald von Foris

Mehr Informationen:

Katrin Rodrian

Ostfriesische Landschaft - Kulturagentur

Georgwall 1

2. Etage Altbau

26603 Aurich

kultur@ostfriesischelandschaft.de

www.ostfriesischelandschaft.de

Kunst und Natur verbinden

Dick Lubbersen

Dick Lubbersen aus Emmen, selbst Künstler, stellt die Projekte *Kunst – und Naturrouten*, *Dorfgesichter* und *GreenArtSpots* als Vorsitzender und Organisator der Stiftung Naturkunst Drenthe vor. Gemeinsam mit Ellen Kroeze leitet Dick Lubbersen außerdem das Atelier Helderhood in Emmen. Ein kreatives Unternehmen, das die Bereiche der bildenden Kunst von Malerei, Skulptur und Landart miteinander verbindet. Neben verschiedenen Workshops, Präsentationen und Ausstellungen betreut Dick Lubbersen als Vorsitzender der Stiftung Naturkunst Drenthe das Projekt *Kunst- und Naturrouten* in Schoonoord.



Alljährlich findet zu einem bestimmten kulturgeschichtlichen Thema, das stets in Verbindung zur Region Drenthe gewählt wird, ein international ausgeschriebener Landart-Künstlerwettbewerb statt. Aus über 150 Bewerbungen erhalten letztendlich zehn Künstlerinnen und Künstler eine Einladung an dem Projekt teilzunehmen. Für den Aufbau ihrer Werke werden zwei Wochen eingeplant. Auch innerhalb dieses Zeitraums ist es bereits möglich die Naturroute zu besuchen. Ziel der Stiftung ist es Besucher von der Landart zu begeistern und ihnen eine erlebnisreiche Entdeckungstour zu Kunst und Natur zu bieten. Im Jahr 2005 startete die Naturroute mit Werken, die die Legende zweier Riesen in der Region Drenthe, thematisierte.



2005 – Die Legende von Ellert und Brammert

2006 wählte man mit dem Thema *Still Water* einen engen Bezug zum Bau des Oranjekanaals, der unter enormen Anstrengungen im 19. Jahrhundert gebaut wurde und dessen Nutzung für die Torfindustrie vorgesehen war, letztendlich aber nie in seiner

ursprünglich vorgesehenen Funktion genutzt werden konnte. Weiter folgten im Jahr 2007 die Themen *Die Grüne Revolution*, 2008 *Kunstvolle Archäologie* und 2009 *Überleben*. Für das Jahr 2010 musste das Projekt der Naturroute abgesagt werden. Das diesjährige Jahr trägt den Titel *Grenzland*. Die Länge der Route beträgt ca. drei Kilometer. Die Stiftung bietet auch Führungen und Workshops für Schulklassen an und zählt jedes Jahr zwischen 10.000 und 12.000 Besucher.



2006 - Still Water



2008 - Kunstvolle Archäologie



2011 – Grenzland

Ein weiteres spannendes Projekt der Stiftung Naturkunst Drenthe trägt den Titel *Dorfgesichter*. Das Projekt entstand auf Initiative des Künstlers Adri A. C. de Fluiter in Zusammenarbeit mit der Stiftung. 20 verschiedene Skulpturen und Installationen sind Teil einer Ausstellung im Freien, die in acht Dörfern der Gemeinde Coevorden präsentiert werden.



Dorpgezichten - Dorfgesichter

Das dritte Projekt, das Dick Lubbersen vorstellt, sind die so genannten GreenArtSpots. Ein Projekt, das in der gesamten Gemeinde Drenthe verwirklicht werden soll und dessen Größe die der Naturrouten und des Projektes Dorfgesichter noch einmal übertrifft. Die GreenArtSpots bewegen sich zwischen den Bereichen der Naturkunst und der Landart und werden als begehbare Kunstwerke Teil der Landschaft. Thematisiert wird entweder die Geschichte der Region oder aber es wird ein Ausblick in die Zukunft gegeben. Aufgestellt werden die einzelnen GreenArtSpots an den interessantesten Orten der Region Drenthe.

Als mögliche ausgewählte Beispiele sind die folgenden Orte zu nennen.

GeoPark de Hondsrug – Geografisch interessante Landschaft.

Veenkolonien in ZuidoostDrenthe (Bargerveen) – Torflandschaft.

Nature Parks – Dwingelderveld.

Ein mögliches Projekt trägt den Titel *Butter, Käse und Buchenwald*.



Die Stiftung Naturkunst Drenthe verbindet regionale Gegebenheiten mit Werken zeitgenössischer Landart, indem sie internationale Künstler sich näher mit der Region Drenthe beschäftigen lässt um Besonderheiten und Charakteristika herauszuarbeiten, ohne dass diese dabei ihre eigene Kreativität und ihren persönlichen Stil vernachlässigen. Die Projekte der Stiftung fördern die Identitätsbildung der Region sowie der einzelnen an den Projekten beteiligten Dörfern, die somit zum wichtigen Bestandteil einer Ausstellung werden und vermitteln Besuchern erlebnisreiche Entdeckungstouren von Natur und Kunst.

Mehr Informationen:

Dick Lubbersen

Stichting Natuurkunst Drenthe

Waanderweg 142

NL-7812 HZ Emmen

info@helderrood.nl

www.natuurkunstdrenthe.nl

Kühe, Kirchen und Kultur

Die Ländliche Akademie Krummhörn – ein Modell mit Charakter

Christine Schmidt

Fährt man in Niedersachsen in den Landkreis Aurich, so findet man dort die Gemeinde Krummhörn. 13.000 Einwohner leben dort in 19 Dörfern auf einer Fläche von 159 km² an der Ostfriesischen Küste mitten im Weltnaturerbe Wattenmeer.

Seit 30 Jahren ist in der Gemeinde Krummhörn ein gemeinnütziger Kulturverein aktiv. Rund 600 Mitglieder in 55 Gruppen zählt die Ländliche Akademie Krummhörn. Davon sind 2/3 Kinder und Jugendliche. Die Kulturarbeit der LAK leisten zurzeit 5 festangestellte MitarbeiterInnen in Halbtagsstellen, 19 Honorarkräfte und zwischen 10 und 20 dauerhaft ehrenamtlich Aktive.



Das Angebot der LAK beinhaltet diverse Musikgruppen wie z.B. Gitarre, Flöten, Handglocken, Chimes, Xylophon, Bläser und Chöre. Daneben gibt es einen großen Bereich der bildenden Künste, wie Töpfern, Filzen, Zeichnen, Malen und das kreative Handwerk wie Holzwerkstätten, Stricken und ähnliches. Auch Theatergruppen sind in der LAK aktiv. Jährlich erarbeiten die Mitglieder der LAK ein oder zwei Großprojekte wie z.B. Musicals, Theater, Konzerte, Filme o.ä., bei der dann viele Gruppen der LAK in die Aktivitäten eingebunden werden. Auch Fortbildungen werden von der LAK angeboten. Neben der musikalischen Früherziehung kann auch der „Fachberater Kompetenznachweis Kultur“ bei der LAK erworben werden.

Damit die LAK viele Menschen erreicht, ist sie dezentral aktiv. Es gibt kein zentrales Gebäude. In fast allen Dörfern der Krummhörn gibt es Angebote der LAK. Dazu gehen die Gruppen in Gemeindehäuser, Schulen, Dorfgemeinschaftshäuser, Kirchen und sogar in Gaststätten. Im Sommer finden auch viele Aktivitäten im Freien statt. Für die Vorführungen gibt es Kooperationen mit dem ostfriesischen Landwirtschaftsmuseum und/oder mit anderen Sälen der Region.

In ihren Großprojekten greift die LAK häufig Themen auf die einen regionalen Bezug aufweisen. Das können historische Ereignisse sein, aber auch aktuelle politische Auseinandersetzungen. Beispielhaft dafür stehen:

- „Achter de Sün an / Daar treckt se hen...“ zum Thema Aus- bzw. Einwanderung der Ostfriesen
- „Achter kolle Mühren“ zum Thema Hexenverfolgung in Ostfriesland

- „Schaf rechts – kein Spiel“ zum Thema Rechtsradikalismus in Ostfriesland
- „Sturmflut 1509 – Dat lesde Lücht“ – zum Thema Dollartentwicklung und Grenzüberschreitung zu den Niederlanden

In 2011 realisierte die LAK zwei Großprojekte. Beim „Abtanzball“ ging es in einer Musikrevue um die Erlebnisse von Jugendlichen in der Zeit von den 50er Jahren bis heute. Das große Handglockenfestival mit Konzert stand ganz im Zeichen der Feierlichkeiten zum 25jährigen Jubiläum der Handglockengruppen der LAK.

In dem Leitbild der LAK sind deren Ziele verankert. Ein Auszug daraus:

Mit ihren Aktivitäten motiviert und unterstützt die LAK die Menschen in der Region:

- *eigene Stärken zu erkennen und auszubauen*
- *dörfliche strukturelle Stärken (neu) zu beleben*
- *im gemeinsamen Handeln die eigene Lebensqualität zu verbessern*
- *Soziale Verantwortung füreinander wahrzunehmen*
- *regionale Identität (wieder) zu entdecken*
- *dorfübergreifende Netzwerke zu bilden und zu nutzen*
- *Handlungsalternativen zu sehen und umzusetzen*

Die Finanzierung der LAK stützt sich auf mehrere Säulen.

Mitgliedsbeiträge, Förderung der Gemeinde und Projektförderungen bilden den Löwenanteil, der durch eigene Einnahmen aus Gagen und Spenden ergänzt wird. Bei den Ausgaben entstehen 2/3 der Kosten für das Personal. Lediglich 1/3 sind im Sachkostenbereich angesiedelt.

Zukünftig wird sich die LAK einigen Herausforderungen stellen müssen. Der Demografische Wandel ist in der ländlichen Region eher und deutlicher zu spüren, als in den Städten. Rapide gehen die Kinderzahlen zurück und gleichzeitig steigt die Anzahl der Älteren. Das erfordert andere Angebote. Parallel dazu sinkt bei den jungen Leuten die Bereitschaft einem Verein anzugehören. Lieber werden kurzfristige interessante Angebote wahrgenommen. Das geht einher mit einer sinkenden Bereitschaft ohne organisatorische Betreuung ehrenamtlich aktiv zu werden. Auch die Haushaltskonsolidierungen der Kommunen schlagen bei den kulturellen Angeboten zu Buche. Um diesen Sachständen zu begegnen plant die LAK für die Zukunft:

- Die Einrichtung eigener Räume in zentraler Lage (Pewsum) als Begegnungsstätte
- Die Entwicklung von mehr kurzzeitigen Angeboten (Workshops)
- Den Ausbau der regionalen Vernetzung

- Ferienangebote
- Den Ausbau der Schulkooperationen
- Die Verbreiterung des Angebotsspektrums
- Die Erweitern des Qualitätsmanagements (optional Zertifizierung)
- Eine Vernetzung mit Bildungsinstituten

Dazu benötigt sie Finanzen und entsprechend Unterstützung.

Mehr Informationen:

Christine Schmidt

Ländliche Akademie Krummhörn e.V.

Postfach 12 07

26731 Krummhörn

www.LAK.de

Kulturland Brandenburg - ein Motor für Vernetzung und Kooperation

Brigitte Faber-Schmidt

1. Kulturland Brandenburg – das Profil

Kulturland Brandenburg besteht als Dachmarke des Landes Brandenburg bereits seit dem Jahr 1998. Die Idee war zunächst, anlässlich des Fontane-Jubiläumsjahres die verschiedenen Aktivitäten in der Region zu bündeln und gemeinsam zu kommunizieren, um Brandenburg als „Kulturland“ zu profilieren. Im Jahr 2002 wurde der gleichnamige Verein ins Leben



gerufen, mit dessen Gründung der Vielfalt der Akteure, die sich mittlerweile an den landesweit ausgerufenen und durch den Museumsverband des Landes koordinierten Themenjahren beteiligten, Rechnung getragen werden sollte.

Inzwischen hat sich daraus eine breite Plattform entwickelt, die kulturelle Akteure auf verschiedenen Ebenen miteinander, diese aber auch an den thematischen und strategischen Schnittstellen zu Bildung, Wissenschaft, Regionalentwicklung und Tourismus vernetzt.

Kulturland Brandenburg e. V. ist ein Netzwerk der kulturellen Netzwerke und Verbände. Gründungsmitglieder sind u. a. der Brandenburgische Verband Bildender Künstler, der Förderkreis Alte Kirchen Berlin-Brandenburg e. V., der Kulturfeste im Land Brandenburg e. V., der Landesverband der Freien Theater, das Brandenburgische Landesamt für Denkmalpflege und Archäologisches Landesmuseum, der Museumsverband des Landes Brandenburg, das Brandenburgische Landeshauptarchiv und das Fontanearchiv, die Universität und die Fachhochschule Potsdam, der Arbeitskreis der Kulturverwaltungen im Land Brandenburg, die Tourismus Marketing Brandenburg GmbH und die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg. Aus dem Zusammenhang der Themenjahre seit 2004 traten u. a. die Deutsche Gesellschaft für Gartenkunst und Landschaftskultur/Landesverband Berlin-Brandenburg, die Stiftung St. Matthäus der Evangelischen Kirche Berlin-Brandenburg Schlesische Oberlausitz und die Arbeitsgemeinschaft Städte mit historischen Stadtkernen dem Verein bei.

Kulturland Brandenburg konzipiert und organisiert zu einem jährlich wechselnden Thema in Kooperation mit unterschiedlichsten Partnern im Land kulturelle Projekte, insbesondere auch an den Schnittstellen zu Wissenschaft, Wirtschaft/ Tourismus und (kultureller) Bildung. Die

bisherigen Themen waren:

- Fontane/ Die Zisterzienser in Brandenburg (1998)
- Brandenburg und das Haus Oranien (1999)
- Von gestern bis morgen. Stationen der Industriekultur (2000)
- 300 Jahre Preußen (2001)
- Romantik (2002)
- Europa ist hier! (2003)
- Landschaft und Gärten (2004)
- Der Himmel auf Erden – 1000 Jahre Christentum in Brandenburg (2005)
- Baukultur (2006)
- Fokus Wasser (2007)
- Provinz und Metropole | Metropole und Provinz (2008)
- Freiheit. Gleichheit. Brandenburg. Demokratie und Demokratiebewegungen (2009)
- Mut & Anmut. Frauen in Brandenburg - Preußen (2010)
- LICHT | SPIEL | HAUS – moderne in film. kunst. baukultur (2011)

Kulturland Brandenburg lädt Bewohner und Besucher der Region gleichermaßen dazu ein, das kulturelle Erbe und die kulturelle Vielfalt der Region aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu entdecken. Weit über drei Millionen Besucher zogen die vielfältigen Projekte und Veranstaltungen von Kulturland Brandenburg bisher an.

Kulturland Brandenburg fördert, unterstützt und qualifiziert die kulturelle Infrastruktur im Land und regt gezielt Kooperationen sowie Ressort übergreifende und interdisziplinäre Ansätze an. Kulturland Brandenburg gibt dabei als Dachmarke konzeptionelle Impulse, begleitet Kooperationen inhaltlich, organisatorisch und durch die Akquise von Drittmitteln und bietet die eigene Infrastruktur sowie die eigenen Netzwerke als Plattformen für fachlichen Austausch und Kooperationen an.

Durch Vernetzung, Kooperationen und regionale bzw. thematische Verbundprojekte können Synergieeffekte erzielt und Ressourcen gebündelt werden. Darüber hinaus vernetzt Kulturland Brandenburg die Akteure und die Aktivitäten des Landes Brandenburg mit Projekten und Einrichtungen anderer Bundesländer, aber auch international. Schwerpunkte sind dabei das Bundesland Berlin und das europäische Nachbarland Polen. Kulturland Brandenburg profiliert, steuert, koordiniert und begleitet kontinuierlich und strategisch verschiedene Kooperationsprojekte. Hierzu zählen bspw. die „Tage des Offenen Ateliers“, das Kulturportal des Landes Brandenburg (vgl. www.kulturportal-brandenburg.de), der

Arbeitskreis der Kulturverwaltungen im Land Brandenburg und Gartenland Brandenburg e. V., ein Verein zur Förderung der Belange von Parks und Gärten in der Region, der aus dem Themenjahr „Landschaft und Gärten“ hervorgegangen ist. Kulturland Brandenburg hat ebenso die Initiative Freiwilliges Soziales Jahr in der Kultur im Land Brandenburg mit angestoßen (vgl. www.fsjkultur.de).

Darüber hinaus realisiert Kulturland Brandenburg temporäre Projekte und Tagungen, die sich thematisch aus der konkreten kulturellen Praxis der Netzwerke und der Themenjahre ergeben. So hat Kulturland Brandenburg in Kooperation mit der Lorenz Tourismusberatung GmbH im Rahmen des von der LASA (Landesagentur für Struktur und Arbeit) Brandenburg ausgeschriebenen INNOPUNKT 14-Projektes unter dem Motto „Allianzen zwischen Kultur und Wirtschaft“ ein Qualifizierungsprojekt an der Schnittstelle von Kultur und Tourismus durchgeführt, das mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg gefördert wurde. Das Projekt „Qualifizierungsoffensive und regionale Netzwerkbildung 'Kulturreisen im Land Brandenburg'“ hat in einer Laufzeit von zwei Jahren (September 2005 bis August 2007) durch gezielte Anregung, Initiierung und Moderation von Vernetzung in den Regionen sowie durch ein gezieltes, praxis- und bedarfsorientiertes Qualifizierungsprogramm für kulturelle und touristische Akteure die Entwicklung marktfähiger kulturtouristischer Angebote unterstützt und professionalisiert. Es bedarf oft eines Impulses und einer Moderation von Außen, um auf regionaler und lokaler Ebene Akteure füreinander zu sensibilisieren und zur Zusammenarbeit anzuregen.

Im Juni 2007 hat Kulturland Brandenburg im Auftrag des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur sowie des Ministeriums für Wirtschaft des Landes Brandenburg eine Tagung zum Thema „Kultur und Wirtschaft“ konzipiert und organisiert, in deren Rahmen der aktuelle Stand des Berichts zur Kulturwirtschaft des Landes vorgestellt wurde, aber insbesondere auch Akteure aus verschiedenen Praxis-, Beratungs- und Förderfeldern ihre Einschätzung zur Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft in Brandenburg vorstellen konnten.

2. Kulturland Brandenburg – Finanzierung und Förderung

Kulturland Brandenburg geht es insbesondere auch darum, Ressort übergreifende und interdisziplinäre Ansätze anzuregen und zu fördern sowie Ressourcen zu bündeln. So sollen explizit Verbundprojekte befördert und Vernetzungen in der Region entwickelt werden. Dabei sind die Schnittstellen zwischen Kultur und (kultureller) Bildung, Kultur und Wissenschaft, Kultur und Wirtschaft sowie Kultur und Tourismus von besonderer Bedeutung.

Kulturland Brandenburg stellt dabei sowohl ein kulturpolitisches Steuerungs- und Förderinstrument, als auch ein Marketinginstrument des Landes dar. Den Ressort übergreifenden und interdisziplinären strategischen Ansätzen des Vereins entspricht die mittlerweile Ressort übergreifende Förderung der Themenjahre. So ist neben dem Hauptzuwendungsgeber und strategisch-inhaltlichen Partner, dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur, das Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung ein kontinuierlicher sowohl konzeptioneller, als auch fördernder Partner der Kulturlandaktivitäten. Themenorientiert beteiligen sich darüber hinaus auch weitere Ministerien und Landes-einrichtungen auf unterschiedliche Weise an der Unterstützung der Kampagnen von Kulturland Brandenburg.

Der Ostdeutsche Sparkassenverband ist der Hauptsponsor-Partner für Kulturland Brandenburg, die Ostdeutsche Sparkassenstiftung und die lokalen Sparkassen engagieren sich gezielt für einzelne Projekte, die im Rahmen der Themenjahre realisiert werden.

Kulturland Brandenburg e. V. ist beliehen und kann zugewendete Mittel des Landes an Dritte weitergeben. In der Regel werden ca. vierzig Projekte aus den zahlreichen Projektanträgen, die bei Kulturland Brandenburg auf der Grundlage eines öffentlichen Aufrufs eingehen, mit fachlicher Unterstützung eines jährlich wechselnden Beirats ausgewählt und durch Kulturland Brandenburg gefördert sowie inhaltlich, organisatorisch, beratend, durch Marketingmaßnahmen und eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit begleitet.

Es gibt drei verschiedene Möglichkeiten, durch Kulturland Brandenburg gefördert zu werden und als Projekt ein Baustein der Themenjahre zu werden. Einerseits gibt es Schwerpunktprojekte, also „Leuchttürme“, wie zentrale Ausstellungen und Verbundprojekte, andererseits Einzelprojekte, die mit einer Summe in Höhe von 8.000 Euro – quasi als „Standardförderung“ – unterstützt werden.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, auch ohne finanzielle Förderung als „assoziiertes Projekt“ in die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings der Dachmarke einbezogen zu werden. Bei einer Auflage von jeweils 80.000 Exemplaren der halbjährig erscheinenden Veranstaltungskalender, die gezielt und strategisch vertrieben werden, einer gut frequentierten Website und einer gezielten Medienarbeit kein gering zu schätzender Effekt, insbesondere auch für Projekte, die primär durch bürgerschaftliches Engagement getragen werden.

3. Projekte, Partnerschaften, Nachhaltigkeit

Kulturland Brandenburg arbeitet zur Realisierung der Themenjahre mit unterschiedlichsten Partnern zusammen. Öffentliche Einrichtungen, Kommunen, wissenschaftliche Einrichtungen, Vereine, Arbeitsgemeinschaften, Künstlervereinigungen, kirchliche Einrichtungen, touristische Akteure, Landkreise und Gemeinden sowie ihre Einrichtungen stellen ein breites Spektrum für Kooperationen dar. Dabei sind unterschiedlichste Arbeitsfelder und künstlerische Genres involviert. Die Themenjahre und die bei Kulturland Brandenburg einbezogenen Netzwerke umfassen vielfältige Veranstaltungsformate, u. a. Ausstellungen, Konzerte, Lesungen und Literaturprojekte, Theater-, Tanz- und Filmprojekte ebenso wie Performances, Tagungen, Workshops, Streitgespräche, Rad- und Wandertouren sowie Stadtführungen und Markierungen im öffentlichen Raum.

Als besondere Verbündete haben sich in den letzten Jahren beispielsweise der Museumsverband des Landes Brandenburg, die Arbeitsgemeinschaft Städte mit historischen Stadtkernen und die Gemeinde Schwielowsee mit unterschiedlichen bürgerschaftlichen Initiativen und Akteuren erwiesen.

Die gezielte Unterstützung und Förderung bürgerschaftlichen Engagements stellt ein zentrales Anliegen von Kulturland Brandenburg dar, - das „Gütesiegel“, zu der Landeskampagne Kulturland Brandenburg zu gehören, kann dazu beitragen, Fördermittel zu akquirieren und Sponsoren zu gewinnen.

Immer wieder wird die – berechnete – Frage gestellt, inwieweit die Themenjahre von Kulturland Brandenburg tatsächlich nachhaltig, also mit Effekten über das Themenjahr und die damit verbundene Präsenz hinaus, wirken. Hierzu einige Beispiele, die belegen, dass es über die Themenjahre gelingt, nicht nur eine regionale Identität zu befördern und ein positives Image von Brandenburg als ›Kulturland‹ nach außen zu vermitteln, sondern ebenso Projekte und Strukturen anzuregen und zu unterstützen, die weit über das einzelne Kampagnenjahr hinaus wirksam sind.

Das Themenjahr 2004 „Landschaft und Gärten“ war nach der Phase der Umstrukturierung das erste Jahr, in dem der Verein bzw. die Geschäftsstelle das neue Profil und das neue Selbstverständnis als umfassende Plattform für Kooperation und Kommunikation umsetzen und zur Geltung bringen konnte. Dieses Themenjahr hat bewusst den Spannungsbogen zwischen dem historischen Erbe, den vielfältigen hochkarätigen Park- und Gartenanlagen sowie den unbekannteren Kleinodien im Land, und den aktuellen Herausforderungen, die mit Landschaft im Wandel und Regionalplanung, verdichtet in der Bergbaufolgelandschaft der

Lausitz, verbunden sind, hergestellt.

Aus dem Jahr hat sich zunächst eine informelle fachliche Plattform entwickelt, die schließlich 2006 in die Gründung des Vereins „Gartenland Brandenburg e. V.“ mündete. Dieser Verein wird durch die Geschäftsstelle von Kulturland Brandenburg koordiniert und betreut, die ebenfalls die Schnittstelle zu dem mittlerweile gegründeten bundesweit agierenden Netzwerk „Gartennetz Deutschland e. V.“ darstellt. Somit konnte das Thema Parks und Gärten im Land Brandenburg strategisch weiterentwickelt werden und es ist gelungen, projektorientiert zusätzliche Mittel aus unterschiedlichen Quellen für die Vorhaben des „Gartenland Brandenburg e. V.“ zu akquirieren, u. a. wurden Vorhaben durch die Deutsche Stiftung Denkmalschutz und das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg gefördert.

Ein wichtiger strategischer Meilenstein war die Realisierung eines dreitägigen internationalen Gartensymposiums anlässlich des Themenjahres der Deutschen Zentrale für Tourismus 2008, in dem Schlösser, Parks und Gärten im Zentrum des internationalen Marketings für Deutschland standen. Das Symposium „Parks und Gärten als Kunstwerk – Potenzial und Vielfalt unentdeckter Werte im Land Brandenburg“ war ein großer Erfolg und fand bei den rund 120 Teilnehmern aus ganz Deutschland, Frankreich, Schweden und den baltischen Staaten überaus positive Resonanz. Gefördert wurde das Projekt durch das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, das Ministerium für Wirtschaft sowie das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg.

Jedes Jahr werden insbesondere Verbund- und Kooperationsprojekte gefördert und damit Synergien und die Bündelung von Ressourcen erzielt. Beispiele dafür sind die Verbundprojekte des Museumsverbandes des Landes Brandenburg, in deren Rahmen gemeinsame Marketingstrategien entwickelt werden, oder die Kooperationsprojekte der Arbeitsgemeinschaft Städte mit historischen Stadtkernen.

Aus der Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg mit insgesamt 31 Mitgliedskommunen beteiligen sich zwischen sieben und zwölf Städten an den jeweiligen Kulturlandkampagnen. Es wird ein eigener thematischer Rahmen entwickelt und jede der Städte versucht, einen spezifischen Zugang zu diesem Thema aufzubereiten, der häufig durch Ausstellungen im öffentlichen Raum und ein umfangreiches Begleitprogramm (z.B. Stadtführungen) umgesetzt wird. Parallel wird ein gemeinsames Marketing, abgestimmt auf das Corporate Design und die Marketingmaßnahmen von Kulturland Brandenburg, konzipiert und realisiert.

Darüber hinaus greifen die Projekte der AG Städte mit historischen Stadtkernen auf die

Kompetenzen der Historischen Fakultät der Universität Potsdam sowie auf Tourismusberatungsunternehmen zurück, um ihre Vorhaben wissenschaftlich zu untersetzen und für eine nachhaltige touristische Vermarktung zu qualifizieren. Auch diese Qualifizierung der Akteure und der über die Themenjahre entwickelten Angebote und Produkte stellt einen wesentlichen Aspekt für die Wirksamkeit der Landeskampagnen dar.

In jedem Kulturland-Themenjahr entstehen aus zahlreichen Projekten vielfältige kultur-touristische Angebote und Produkte, die über die Themenjahre hinaus abrufbar sind: Stadtführungen und -führer, thematische Routen, Radtouren und Wanderführer, Markierungen und Ausstellungen im öffentlichen Raum.

Darüber hinaus werden zu den Themenjahren immer wieder Wanderausstellungen entwickelt, die z. T. über mehrere Jahre hinweg durch das Land, aber auch in andere Bundesländer oder sogar ins Ausland touren, - ein wirkungsvolles Beispiel für Nachhaltigkeit. Ebenso wie das Beispiel eines anderen strategischen Ansatzes, in dem zu den Kulturland-Jahren spezifische, profilierte Ausstellungen konzipiert werden, die dann, zumindest als Bausteine in die Dauerausstellung eines Museums einfließen, deren Gestaltung so mittelfristig erneuert werden kann.

Zusammenfassung und Ausblick

Das kulturpolitische Konzept von Kulturland Brandenburg ist darauf ausgerichtet, insbesondere auch in einem Flächenland wie Brandenburg, Netzwerke zu befördern, Kooperationen zu initiieren und zu stabilisieren sowie neue Allianzen zwischen unterschiedlichsten Partnern anzuregen. Die Orientierung auf ein jährlich wechselndes Thema ermöglicht es dabei immer wieder anderen Partnern, sich mit einem Projekt einzubringen und an der Jahreskampagne zu beteiligen. Außerdem werden dadurch immer wieder andere Aspekte des historischen Erbes und der kulturellen Vielfalt der Region beleuchtet und ins öffentliche Bewusstsein gehoben.

Die Themenjahre wirken nicht nur im Rahmen des Binnenmarketings identitätsstiftend für die Bewohner der Region, sondern auch werbend nach außen. Die Themenjahre stellen also auch ein Marketinginstrument des Landes dar.

Über die Realisierung der einzelnen Projekte hinaus wirken die Themenjahre für die Akteure im Land auch als Plattform für fachlichen Austausch und zur Vertiefung von Kooperationsbeziehungen. Dies stellt eine sinnvolle Ergänzung zu den kontinuierlich durch die Geschäftsstelle von Kulturland Brandenburg betreuten fachlichen Netzwerken, wie z. B.

die „Offenen Ateliers“ oder der Arbeitskreis der Kulturverwaltungen dar. Hier entstehen auch fruchtbare Wechselbeziehungen.

Zusammenfassend lassen sich folgende positive Effekte der Landeskampagne Kulturland Brandenburg anführen:

- Kulturelle Aktivitäten im Land Brandenburg werden zu einem jährlich wechselnden Thema gebündelt, gefördert, vermarktet und unter einer Dachmarke durchgeführt.
- Dadurch werden immer wieder neue Blickwinkel auf das kulturelle Erbe und das kulturelle Potenzial der Region ermöglicht sowie unbekannte Kleinode »wieder«entdeckt.
- Es werden gezielt Kooperationen angeregt und Ressort übergreifende und interdisziplinäre Ansätze befördert.
- Durch die Vernetzung werden Synergieeffekte unter den einzelnen Partnern erzielt sowie Ressourcen gebündelt.
- Aus temporären Projekten entstehen neue Netzwerke und Initiativen.
- Die Qualifizierung und die Kooperation kultureller und (kultur)touristischer Akteure werden befördert.
- Kulturland Brandenburg ist Koordinator, Berater, Moderator und Kommunikator.
- Durch die Aktivitäten wird das bürgerschaftliche Engagement gefördert.

Für Kooperationspartner ergibt sich daraus folgender Nutzen:

- Kulturland Brandenburg gibt konzeptionelle Impulse und begleitet Kooperationen inhaltlich und organisatorisch.
- Es werden Infrastruktur und Netzwerke als Plattformen für fachlichen Austausch und für Kooperationen angeboten.
- Die Projekte werden professionell unter einer Dachmarke beworben und durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit begleitet.
- Durch die vielfältigen Themen werden unterschiedlichste Anknüpfungspunkte für Förderer angeboten.
- Der Verein Kulturland Brandenburg e.V. kann zugewendete Mittel des Landes an Dritte weitergeben und damit zahlreiche Projekte im Land Brandenburg fördern.
- Als Gütesiegel kann Kulturland Brandenburg dazu beitragen, weitere Fördermittel zu akquirieren und Sponsoren zu gewinnen.

Für die Umsetzung eines solchen Konzepts, wie es Kulturland Brandenburg repräsentiert, ist es wichtig, dass dieses mit entsprechenden Ressourcen umgesetzt und ausgestattet wird sowie dass eine weitgehend unabhängige Einrichtung diese Aufgabe übernimmt, die in der Lage ist, möglichst viele Akteure, Verbände und Netzwerke zu bündeln und bei divergierenden Interessen ausgleichend zu moderieren.

Im Selbstverständnis dieser Einrichtung ist es bedeutsam, dass man die Akteure im Land als gleichberechtigte Partner betrachtet und selbst im einen oder anderen Fall als Dienstleister fungiert. Ebenso gehört es dazu, erst einmal Energie und Kompetenz in eine Idee oder eine Kooperation zu investieren, auch, wenn das Ergebnis noch nicht unmittelbar absehbar ist.

Die häufig genutzten Schlagworte „Netzwerk“, „Vernetzung“ und „Kooperation“ sind nur dann etwas wert und zukunftsfähig, wenn die Beteiligten durch eine gemeinsame Idee, eine gemeinsame Aufgabe und am besten durch eine gemeinsame Philosophie verbunden sind. Dies gelingt nur, indem man Prozesse zulässt und auf einen Dialog auf gleicher Augenhöhe setzt.

Kulturland Brandenburg sollte ein Seismograph für die gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklungen im Land sein und flexibel auf aktuelle Themen reagieren, um auch perspektivisch zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft die Potenziale der Region zu fördern und nach außen zu kommunizieren.

Mehr Informationen:

Brigitte Faber-Schmidt

Kulturland Brandenburg e.V.

Charlottenstraße 121

14467 Potsdam

info@kulturland-brandenburg.de

www.kulturland-brandenburg.de

Podiumsdiskussion und Fazit

Teilnehmer: Dr. Jörg Siewert, Dr. Karin Drda-Kühn, Katrin Rodrian, Brigitte Faber-Schmidt, Christine Schmidt, Dick Lubbersen, Moderation: Bernd Oeljeschläger

Verfasserin: Anika Kerstan



Unter der Moderation von Bernd Oeljeschläger beteiligen sich alle zuvor gehörten Redner an einer, im Anbetracht der Zeit, kurzen Abschlussrunde, um allgemeine, aber auch persönliche Zugewinne der Tagung zusammenzufassen. Dr. Jörg Siewert hebt noch einmal die besondere Form der ländlichen Kulturarbeit hervor, die einen Gegensatz zur „Durchreise-Kultur“ der Städte bildet, indem sie den oftmals einmaligen kulturellen Leuchttürmen als Highlights der städtischen Kulturarbeit Projekte mit Nachhaltigkeitscharakter entgegensetzt. Veranstaltungsreihen unter einem thematischen Überbau haben einen hohen Wiedererkennungswert und setzen auf Kontinuität. Ein wichtiger Aspekt, der auch in den Vorträgen der Referentinnen und Referenten immer wieder deutlich wird.

Darüber hinaus können den Kultureinrichtungen wichtige Gesellschaft bestimmende Funktionen zugeschrieben werden. So hat bspw. das Kulturnetzwerk Ostfriesland mit dem kulturtouristischen Themenjahr *Abenteuer Wirklichkeit 2010* die Identitätsfindung der Region sowie der Bewohner maßgeblich unterstützt, indem es Besonderheiten und Charakteristika Ostfrieslands herausgearbeitet und der Öffentlichkeit präsentiert hat. Damit wird ein weiterer wichtiger Punkt der ländlichen Kulturarbeit angesprochen, den vor allem Frau Schmidt in ihrem Vortrag betont. Zu den Erfolgsfaktoren zähle unter anderem die gezielte Ausrichtung der Angebote auf die heimische Bevölkerung, deren Interesse und tatkräftige Mitarbeit von großer Bedeutung für ein Projekt seien. Ein fester Mitarbeiterstab - bestehend aus Festangestellten und Ehrenamtlichen - zähle ebenfalls zu den wesentlichen Bestandteilen erfolgreicher Kulturarbeit. Frau Dr. Drda-Kühn unterstreicht die qualitativ hochwertige Arbeit von Mitarbeitern, die sowohl finanziell als auch durch intensive Betreuung und Förderung anerkannt werden müsse. Der Kompetenznachweis Kultur für Jugendliche sei bereits ein wichtiger Schritt bei der Ausbildung von zukünftigen Mitarbeitern, allerdings gäbe es im

Bereich der Mitarbeiterförderung und Anerkennung kultureller Arbeit noch Ausbaubedarf. Frau Dr. Drda-Kühn bezeichnet die Beiträge und Diskussionen als sehr aufschlussreich bezüglich des Funktionierens kultureller Netzwerke und der kulturwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Ökonomisch ausgerichtete Netzwerke im ländlichen Raum verdienen mehr Aufmerksamkeit, weil sie unter wesentlich anspruchsvolleren Voraussetzungen agieren müssten als solche im urbanen Raum. Insofern käme der Tagung ein besonderer Verdienst zu, diese Voraussetzungen heraus gestellt zu haben.

Frau Rodrian verweist auf eine beachtliche Anzahl vorhandener Netzwerke, allein für die Region Ostfriesland und betont damit die Wichtigkeit der Netzwerkarbeit im Rahmen der Kulturarbeit. Frau Faber-Schmidt merkt diesbezüglich aber kritisch an, Netzwerke seien nicht nur quantitativ, also an der Anzahl der Aktiven, mess- und bewertbar, vielmehr gehe es um die inhaltliche und kooperative Qualität der Netzwerke. Die Arbeit an den so genannten Schnittstellen zu anderen Bereichen, wie Bildung, Wirtschaft, Tourismus hebt sie als wichtig, aber auch als besonders mühsam hervor. Bezogen auf ihre Arbeit im Bundesland Brandenburg gestalte sich bspw. die Suche nach wirtschaftlichen Partnern und Förderern schwieriger als in einigen westlichen Bundesländern.

Netzwerke benötigen einen Zielgedanken, eine konkrete Ausrichtung, so Frau Schmidt. Es sei wichtig im Bezug auf die Netzwerkarbeit, Partner zu kennen und auf diese zuzugehen. Je nach Projekt oder Anliegen sollten spezielle Partner angesprochen werden. Alle Kontakte kontinuierlich zu pflegen sei unmöglich und funktioniere nicht bzw. sei wenig vorteilhaft. Frau Rodrian verweist in diesem Zusammenhang auf ein Zitat im Bezug auf die Kulturarbeit, die demnach aus 20% Inspiration und 80% Transpiration bestehe und somit die arbeitsintensiven Bemühungen für die Rahmenbedingungen eines Projektes beschreiben. Netzwerkkontakte sind vor allem im Bezug auf die finanzielle Förderung wichtig bzw. zwingend notwendig, da die Budgets im Bereich der ländlichen Kulturarbeit knapp bemessen sind. Es ist wichtig auch immer wieder die wirtschaftlichen Zugewinne für eine Region durch Kulturangebote herauszuarbeiten und hervorzuheben. Umwegrentabilität und Synergieeffekte sind in diesem Zusammenhang als wichtige Stichwörter zu nennen.

Fazit

Im Hinblick auf zukünftige Tagungen kann der Fokus auf die Netzwerkarbeit im ländlichen Kulturbereich noch stärker ins Auge gefasst werden. Sie bildet die Basis für erfolgreiche Projekte mit Nachhaltigkeitscharakter oder wie Dr. Jörg Siewert in seinem Vortrag betont, die „Netzwerkbildung [muss] als Voraussetzung für Kulturarbeit“ gesehen werden. Eine langfristig erfolgreiche Netzwerkarbeit ist, wie sich anhand der präsentierten Kulturprojekte gezeigt hat, arbeitsintensiv und führt nicht immer zum gewünschten Ziel. Allerdings können eine gezielte Kontaktaufnahme und eine konkrete Ausrichtung einzelner Projekte als

Erfolgsfaktoren im Bezug auf die ländliche Kulturarbeit gesehen werden. Es sind aber nicht nur die finanziellen Gründe, die Netzwerkpartner und Förderer so außerordentlich wichtig für das Gelingen eines Projektes erscheinen lassen. Die Vernetzung von Institutionen, Vereinen und Wirtschaftspartnern fördert den Zusammenhalt einer Region, arbeitet Stärken und Charakteristika heraus, führt zur Identifikation der Bewohner mit ihrer Region und kann auch aus kulturwirtschaftlichen Gesichtspunkten als positiv bewertet werden. Die vorgestellten Kulturnetzwerke bzw. Kulturprojekte können als erfolgreiche und weiterhin Erfolgsversprechende Modelle angesehen werden, deren Qualität mit Angeboten der städtischen Kulturarbeit auf einer Ebene steht. Als eine besonders hervorzuhebende Stärke der ländlichen Kulturarbeit im Gegensatz zur pulsierenden Stadtkultur ist das außerordentliche hohe Engagement von festen als auch ehrenamtlichen Mitarbeiter, deren Kreativität und tatkräftigem Arbeitseinsatz ein hoher Stellenwert zugeschrieben werden kann. Sie sind wesentliche Akteure im ländlichen Kulturbetrieb und sollten dementsprechend auch finanziell unterstützt, als auch ideell gefördert werden. Eine intensive Betreuung ehrenamtlicher Mitarbeiter setzt einen hohen Arbeitsaufwand voraus, führt aber zur unabdingbaren Anerkennung von Mitwirkenden.

Zusammenfassend kann das vierte Kulturforum in Meppen zum Thema Kultur im ländlichen Raum als eine große Bereicherung für Teilnehmer und Veranstalter gesehen werden. Es gibt eine gelungene Hinführung zum Thema und einen sehr guten allgemeinen Teil mit daran anschließenden spannenden Impulsreferaten. Der Austausch der Akteure auf der Veranstaltung inspiriert und motiviert für die weitere alltägliche Kulturarbeit.



Veranstalter & Veranstaltungsort

Kulturnetzwerk Koppelschleuse Meppen
Helter Damm 1, 49716 Meppen
T 05931/4099770, F 05931/4099773
www.koppelschleuse-meppen.de

Konzept & Organisation

Burkhard Sievers / Koppelschleuse Meppen

Fotos der Tagung

Anika Kerstan

Redaktion und Gestaltung

Anika Kerstan
Hedwigstraße 1
49716 Meppen
kerstan@koppelschleuse-meppen.de

Die Veranstaltung wurde gefördert durch die Stiftung Niedersachsen und die Emsländische Landschaft e.V. für die Landkreise Emsland und Grafschaft Bentheim



Gefördert durch die Emsländische
Landschaft e.V. für die Landkreise
Emsland und Grafschaft Bentheim
mit Mitteln des Landes Niedersachsen



STIFTUNG NIEDERSACHSEN