



O B E N
A N D E R
V O L M E



**Kulturentwicklungsplan
„Oben an der Volme“**

Ein interkommunales
Modellprojekt der Kommunen
Meinerzhagen
Kierspe
Halver
Schalksmühle



1. Kontext	6
1.1. REGIONALE 2013 - Südwestfalen.....	6
1.1.1. RIEHK und das OadV-Leitbild	6
1.1.2. Das Kulturfestival „Lampenfieber“	10
1.2. Die (Kultur)region Südwestfalen und der Märkische Kreis.....	12
1.2.1. Die regionale Kulturpolitik [RKP]	12
1.2.2. Tourismus.....	13
1.3. Kulturagenda Westfalen	16
2. Bestandsaufnahme OadV	18
2.1. Bevölkerung.....	18
2.2. Kulturlandschaft	26
2.2.1. Institutionen und private Kulturakteure.....	26
2.2.2. Entscheidungsträger der Kulturpolitik	28
2.2.3. Veranstaltungen	30
2.2.4. Infrastruktur: Räume, Technik und Material.....	32
2.2.5. Marketing & Tourismus.....	32
3. Ergebnisse der „SWOT-Analyse“ der Region OadV (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken)	34
3.1. Stärken OadV	34
3.2. Schwächen OadV.....	35
3.3. Chancen OadV	36
3.4. Risiken OadV	37
4. Strategische Ziele / Leitbild der kulturellen Entwicklung	39
5. Maßnahmenkatalog (s. auch Maßnahmentabelle)	41
5.1. Organisation und Finanzen	41
5.2. Ehrenamt und Vernetzungsarbeit.....	42
5.3. Infrastruktur.....	44
5.4. Kulturelle Bildung	45
5.5. Kooperationen.....	46
5.6. Marketing und Tourismus.....	47
5.7. Mobilität.....	49
5.8. Zielgruppenspezifische Angebote.....	50
5.9. Veranstaltungen.....	51
5.10. Weiterbildung.....	52
6. Priorisierungstabelle	53
ANHANG	56



Einleitung

Sowohl für Kulturverwaltungen als auch für Kulturpolitiker **im ländlichen Raum** wird es unter dem Druck sinkender Einwohnerzahlen und Budgets zwingend notwendig, unter Berücksichtigung des Entwicklungspotenzials der Kulturlandschaft **interkommunale** kulturpolitische Ziele zu formulieren, **gemeinsame** Ziele für die einzelnen Kultureinrichtungen zu definieren und **Ressourcen zur Realisierung von Maßnahmen zusammenzuführen**. Je weniger finanzielle Mittel zu verteilen sind, umso wichtiger ist die Verständigung über kulturpolitische **Prioritäten**.

Zur Erstellung eines solchen Kulturentwicklungsplans bedarf es einer detaillierten Bestandsaufnahme der Region „Oben an der Volme“ [OadV] ([Teil 2](#)). Auf dieser Grundlage wird das Portfolio analysiert, Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken werden identifiziert ([Teil 3](#)), um strategische Ziele definieren zu können ([Teil 4](#)). In einem nächsten Schritt werden konkrete Maßnahmen zur Kulturentwicklung,

-positionierung und -vermarktung vorgeschlagen und zum Schluss priorisiert ([Teil 5](#)).

Im Rahmen des Auftragsvolumens konnten nur gezielte Interviews und Umfragen mit Fachleuten stattfinden. Es wurden eine Milieu-Analyse und gesteuerte Interviews durchgeführt und die Umfrage des Büros Architektur Stadtplanung Stadtentwicklung [ASS] aus Düsseldorf ([s. Anlage 1: ASS-Umfrage](#)) sowie die bisherigen Kulturprogramme der vier Kommunen ausgewertet. Die Gespräche mit Fachleuten aus Kultur, Marketing, Wirtschaft und Tourismus ergaben wertvolle Informationen über die Eigenwahrnehmung. Die SWOT¹-Analyse des Pilotprozesses der Kulturagenda Westfalen ergänzte die gefundenen Ergebnisse.

Eine Besonderheit dieses Kulturentwicklungsplans besteht darin, dass Erstellung und Umsetzung teilweise parallel und in Interaktion miteinander verlaufen. Der dafür im April 2013 engagierte Kulturmanager hat somit eine

¹ Die SWOT-Analyse untersucht die Kulturlandschaft OadV anhand ihrer Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses) und zeigt Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) bei ihrer Entwicklung auf.

Doppelrolle: Einerseits untersucht er die kulturellen Entwicklungsmöglichkeiten in der Region und schlägt Maßnahmen für die Kulturpolitik vor, andererseits koordiniert er die interkommunale Kulturarbeit in der Region „Oben an der Volme“, d.h. er setzt erste Schritte auch selbst um. Die hierbei gemachten Erfahrungen fließen wiederum in den Kulturentwicklungsplan ein.

Folgende Maßnahmen haben sich bereits im Rahmen der Analyse als sinnvoll erwiesen und wurden, da sie außerdem die Grundlage für die weitere Kulturentwicklung bilden, bereits frühzeitig umgesetzt: Es wurde eine **Corporate Identity** entwickelt mit den Zielen, **die Region als Marke zu etablieren** und die **Identifikation** der Bevölkerung mit der **OadV-Region** zu erhöhen. Zu diesem Zweck wurden in Kooperation mit den Stadtmarketing-Vereinen ein **regionales Veranstaltungsprogramm** aufgelegt und eine **regionale Zeitung** (Hallo Volmetal) wieder ins Leben gerufen. Diese ergänzen die für das „Oben an der Volme“ Projekt entwickel-

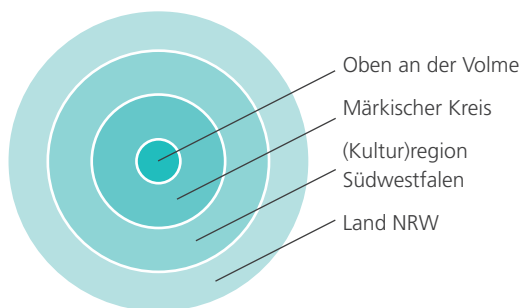
te **Webseite www.oben-an-der-volme.de** und den **Facebook-Auftritt**.

Um die **Kulturakteure miteinander zu vernetzen**, wurde außerdem eine **Kultur-AG** gegründet. Neben der Schaffung eines Forums, in dem sich erstmals die Kulturakteure der Region gemeinsam trafen, war deren Hauptaufgabe 2014 die Organisation **eines Kulturfestivals** („Lampenfieber“) unter Leitung des Kulturmanagers. Im Rahmen des Festivals haben Workshops stattgefunden, die eine Veranstaltungsreihe **zur Professionalisierung der Kulturszene** eingeleitet haben.

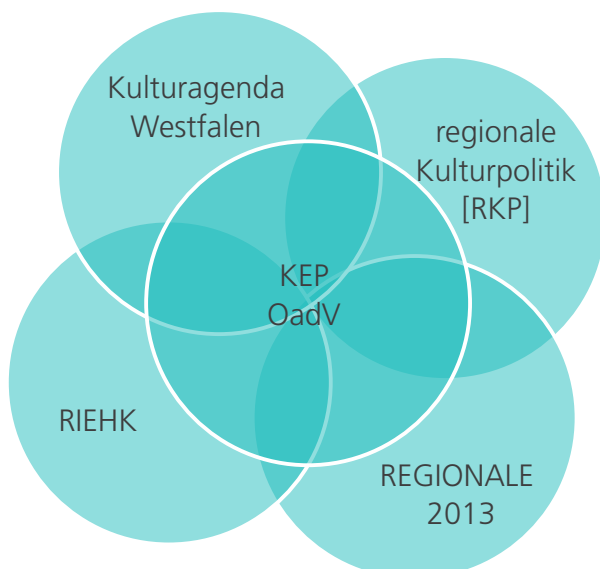
In der folgenden Kontextanalyse werden insbesondere die bisherige Kulturpolitik sowie die Marketingstrategien der Region Südwestfalen, des Märkischen Kreises und der Region OadV dargestellt. Ziel ist, Anknüpfungspunkte für eine Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen diesen Akteuren zu finden.

1. Kontext

Der Kulturentwicklungsplan [KEP] der Region „Oben an der Volme“ ist ein Modellprojekt der Kulturregion Südwestfalen und wird daher über die Regionale Kulturpolitik des Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW gefördert. Zudem ist der KEP eng verknüpft mit den kulturellen Aktivitäten des Märkischen Kreises.



Der Kulturentwicklungsplan interagiert mit den Prozessen der REGIONALE 2013 und der Kulturagenda Westfalen. Er ist Teil eines Regionalen Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzepts [RIEHK] und unterscheidet sich auch hierin von anderen Kulturentwicklungsplänen.



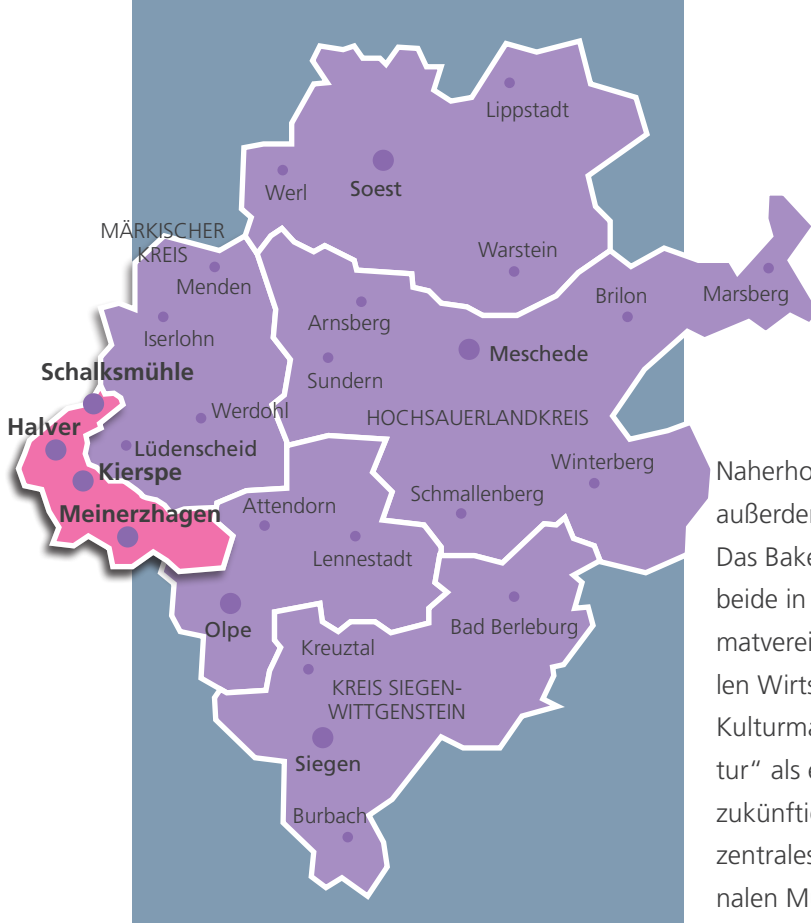
1.1. REGIONALE 2013 – Südwestfalen

Die REGIONALE ist ein Strukturförderprogramm des Landes Nordrhein-Westfalen. In einem dreijährigen Rhythmus bietet es einer Region in NRW die Möglichkeit, sich mit zukunftsweisenden Projekten zu präsentieren und so die strukturelle Entwicklung zu fördern. Im Jahr 2013 fand die REGIONALE in der Region Südwestfalen statt – die Umsetzung der Projekte läuft noch bis in das Jahr 2018 hinein. Sie nennt sich „die jüngste Region Deutschlands“. Im Jahr 2007 haben sich der Hochsauerlandkreis, der Märkische Kreis und die Kreise Olpe, Siegen-Wittgenstein und Soest zur Region Südwestfalen zusammengeschlossen. Damit dient die REGIONALE 2013 nicht (nur) dazu, bereits gewachsene Regionalstrukturen auszubauen und zu stärken, sondern vielmehr die Entwicklung und Etablierung einer neuen Region in NRW voranzubringen. Das gemeinsame Handeln aller Beteiligten aus Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Institutionen und der heimischen Wirtschaft spielt dabei eine zentrale Rolle für:

- die Innovationsregion,
- die Generationenregion,
- die Naturregion,
- die Erlebnisregion Südwestfalen.

1.1.1. RIEHK und das OadV-Leitbild

Im Rahmen der REGIONALE 2013 hat das obere Volmetal mit den Kommunen Meinerzhagen, Kierspe, Halver und Schalksmühle sich zum Ziel gesetzt, über ein Regionales Integriertes Ent-



Naherholung prädestinieren, sondern sie ist außerdem **eine Wiege der Eisenindustrie**. Das Bakelit-Museum und der Schleiper Hammer, beide in Kierspe und in Trägerschaft des Heimatvereins, sind wichtige Zeugen der regionalen Wirtschaftsgeschichte. Daher schlägt das Kulturmanagement das Thema „Industriekultur“ als einen Schwerpunkt bei der Organisation zukünftiger (musealer) Ausstellungen und als zentrales Thema bei der Konzeption eines regionalen Museums vor.

wicklungs- und Handlungskonzept [RIEHK] eine gemeinsame, nachhaltige Entwicklungsstrategie zu formulieren und in den kommenden zehn Jahren zu verfolgen. Das RIEHK für die Region OadV wurde vom Düsseldorfer Büro Architektur Stadtplanung Stadtentwicklung [ASS] entwickelt. **In diesem Konzept wird die Kultur als wichtiger Wirtschafts- und Ansiedlungsfaktor definiert.**

Das RIEHK beschreibt zutreffend folgende Ausgangslage:

Die Region OadV ist „nah dran – und trotzdem weit weg“. Das betrifft sowohl die Infrastruktur mit der Autobahn 45 und der Eisenbahn, die nur die Randgebiete (Schalksmühle und Meinerzhagen) erreicht, die Lage zu den Ballungsräumen Ruhrgebiet, Rheinschiene und Rhein-Main-Gebiet als auch das Bewusstsein der Bevölkerung. Ein besonders positives Image und einen zufriedenstellenden Bekanntheitsgrad kann die Region „Oben an der Volme“ nicht aufweisen.

Dabei besitzt die Region nicht nur eindrucksvolle Landschaftsräume, die sie besonders zur

»Die Themen Industrie und Natur sind wichtige Bausteine der Kulturentwicklung.«

Trotz des gewaltigen Strukturwandels sind in der Region auch heute noch viele innovative Betriebe der Metallindustrie, des Maschinenbaus und der Elektrotechnik tätig. Diese wirtschaftliche Situation bietet eine gute Ausgangslage für die Durchführung einer erfolgreichen Fundraising-Strategie sowie für die systematische Akquirierung von Sponsoren, die zusammen mittelfristig die sinkenden kommunalen Ressourcen für die Kulturentwicklung ausgleichen müssen. Das kann nur gelingen, wenn die Vorteilhaftigkeit für beide Seiten (Win-Win) herausgearbeitet und kommuniziert wird.

Der demografiische Strukturwandel ist in der Region spürbar: Die Bevölkerung nimmt (zum Teil) gravierend ab, sie wird erheblich älter, auch verzeichnet die Region deutlich mehr Fort- als Zuzüge. **In Anbetracht dieser Situation muss die Kultur als ein wichtiger Wirtschafts- und Ansiedlungsfaktor eine deutlich stärkere Beachtung erfahren.**

Die Personenzahl mit Migrationshintergrund nimmt anteilig zu. **Daher nehmen Themen wie Interkulturalität und Integration eine immer größere Bedeutung in der Kulturlandschaft ein.**

Die Kulturpolitik muss diese Situation berücksichtigen und sich als Ziel setzen, den neuen Bürgern einen Zugang zu Kultur zu verschaffen.

Anhand der RIEHK-Analyse wird deutlich, dass die isolierte Behandlung von Einzelsymptomen die umfassende Problemlage, in der sich die Region befindet, nicht löst. Notwendig ist vielmehr ein integrierter Ansatz, der möglichst viele Handlungsfelder parallel bearbeitet und miteinander verknüpft. Die Kulturentwicklung versteht sich als eines dieser Handlungsfelder und findet sich in den RIEHK-Leitprojekten unter dem Begriff „Art Volmetal“ an vier Kulturstätten und weiteren Kulturorten wieder (<http://oben-an-der-volme.de/projekte/>). Die Veranstaltungen in den Kulturstätten werden zentral aus den dafür eingerichteten „Häusern der Kultur“ in Halver von einem Kulturmanagement koordiniert.

»Im Zusammenhang mit der „Art Volmetal“, die ein über ein Kulturmanagement koordinierter und kooperierender Zusammenschluss von Kulturschaffenden der Region „Oben an der Volme“ werden soll, sollen insgesamt vier, u.a. architektonisch aussagestarke Gebäude in den vier Kommunen als Kulturstätten etabliert werden.«²

Rolle des Kulturmanagements im RIEHK:

- Interkommunales Management
- Interkommunale Planung der kulturellen Veranstaltungen
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit (Kultur, Tourismus, Kommunikation, Stadtentwicklung)
- Organisation von Veranstaltungen mit überregionaler Bedeutung an den speziellen, hierfür hergerichteten Orten (s. Tabelle Seite 10)
- Sponsoren-Akquirierung

Kernaufgaben des Kulturmanagements im RIEHK:

- Kommunikation / Koordination / Kooperation festigen
- Dauerhafte Vernetzung von Akteuren / Kommunen
- Qualifizierte Projekte festlegen
- Wirtschaftliche Effizienz erreichen

Die Erstellung des Kulturentwicklungsplans und das Kulturmanagement in der interkommunalen Kulturarbeit, die sich zunächst auf die Bereiche Vernetzung, Kooperation und Koordination der Kulturakteure konzentriert hat, verliefen parallel und stehen gleichrangig nebeneinander.

Zum interkommunalen Kulturmanagement gehören:

- die Abstimmung des Kulturangebotes in der Region sowie seine Vermarktung,
- die Planung und Durchführung von Kulturveranstaltungen mit Vernetzungs-

² Quelle: RIEHK „Oben an der Volme“, Januar 2011



Die „Häuser der Kultur“ in Halver

charakter oder mit dem Zweck der Professionalisierung der Kulturakteure, insbesondere der Ehrenamtler,

- die Unterstützung der Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Marketing, Tourismus und kulturelle Bildung,
- die Unterstützung der Zusammenarbeit zwischen den Kulturakteuren (städtische Verwaltungen, Kultureinrichtungen, (Kultur)vereine und Künstler),
- die Beratung der Kulturakteure bei der Beantragung von Fördermitteln,
- die Erweiterung der Kooperation zwischen den OadV-Kommunen, dem Märkischen Kreis und der Kulturregion Südwestfalen, insbesondere bei der Organisation von Events, z.B. „Autofreies Volmetal“.

Dank dieser Vernetzungsarbeit ist es dem Kulturmanager gelungen, eine enge Verbindung zu den diversen Kulturakteuren herzustellen. Aus den festgestellten Bedürfnissen der Kulturakteure folgten die ersten Maßnahmen, zum Beispiel der gemeinsame Veranstaltungskalender sowie die Gründung von interkommunalen und spartenübergreifenden Stammtischen. An der erstmaligen Organisation eines größeren

Festivals, das die Region auch überregional bekannter machen soll, haben sich Arbeitsgruppen der Kultur AG und der Kulturverwaltungen aktiv beteiligt (s. auch Punkt 1.1.2. Kulturfestival „Lampenfieber“). Daraus resultiert auch teilweise die Bestandsaufnahme des Kulturentwicklungsplans.

Nach erfolgreichem Aufbau eines Netzwerks zwischen den Kulturakteuren kann sich das Kulturmanagement jetzt auf die Gründung einer Organisation, die diese Vernetzung institutionalisiert, die dafür notwendige Fundraising-Strategie, die Professionalisierung der Kulturszene sowie die Belebung der folgenden Kulturorte konzentrieren:

- In Halver: Die „Häuser der Kultur“ mit den „Schieferhäusern“ (Sitz des Kulturmanagements, Fertigstellung voraussichtlich Ende April 2015) und dem Regionalmuseum in der Villa Wippermann (Eröffnung Ende 2016)
- In Kierspe: Das „Kreativzentrum“ (eröffnete im August 2014 mit der Ausstellung „Künstler im Dialog“)
- In Schalksmühle: Der Rathausplatz und der naheliegende Volme-Generationenpark (Eröffnung im März 2015)
- In Meinerzhagen: Die Villa im Park

Derzeit sind die folgenden Nutzungen vorgesehen:

Kommunen	Kulturstätte/ Kulturort	Nutzer (spartenübergreifend)	vorgesehene Nutzung
Meinerzhagen	Villa im Park	<ul style="list-style-type: none"> • Stadt / Kulturverwaltung • Stadtmarketing • Kulturmanager • Verein für Kommunikation und Kultur e.V. [KUK] und weitere Vereine • VHS • Bürgerradio 	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungen: Kleinkunst, Kammerkonzerte, Lesungen • Vorträge & Seminare • Ausstellungen • Puppentheater • Büros
Kierspe	Kreativzentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Stadt / Kulturverwaltung • Stadtmarketing • Kulturmanager • VHS • Kulturregion Südwestfalen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstellungshalle, Artothek & Kunstdepot • Lesungen • Konzerte • Kino • Workshops & Seminare
Halver soziokulturelles Zentrum „Häuser der Kultur“	Schieferhäuser	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturmanager • Verein Aktion Kunst Treff e.V. [VAKT] und weitere Vereine • Gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> • Sitz des Kulturmanagers • Kunstgalerie • Künstlerateliers • Café / Bistro
	Villa Wippermann	<ul style="list-style-type: none"> • Stadt / Kulturverwaltung • Kulturmanager • Heimatverein Halver und andere Heimatvereine OadV 	<ul style="list-style-type: none"> • Ständige Sammlung mit dem Schwerpunkt Industriekultur • Sonderausstellungen mit verschiedenen Schwerpunkten
Schalksmühle	Rathausplatz und Volme- Generationenpark	<ul style="list-style-type: none"> • Stadt / Kulturverwaltung • Stadtmarketing • Kulturmanager • externe Kulturveranstalter 	<ul style="list-style-type: none"> • Open-Air-Kino & -Theater (Platz) • Skulpturengarten & Open-Air-Konzert (Park)

1.1.2.

Das Kulturfestival „Lampenfieber“

Im Rahmen des Präsentationsjahrs der REGIONALE 2013 wurden das Rockfestival „Volme Rock“ (2013) und sein Folgeprojekt, das Kulturfestival „Lampenfieber“ (2014), organisiert.

„Lampenfieber“ wurde mit Fördermitteln des Ministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, Mitteln der REGIONALE 2013, städtischen Mitteln der OadV-Kommunen, Sponsorengeldern und Spenden finanziert und durch ehrenamtliches Engagement unterstützt.

Veranstalter waren die vier OadV-Kommunen, was nicht nur den Entscheidungsprozess, sondern auch das komplette Festival-Management (Vertragswesen, Buchhaltung, Controlling, Antragswesen) komplexer machte. Ein solches Vorhaben (12 Veranstaltungen, 12 Spielorte, verteilt auf vier Kommunen, 60.000 EUR Budget) könnte zentral effizienter organisiert werden. Die Erfahrung zeigt, dass das interkommunale Kulturmanagement eine Rechtsform braucht, die die Ressourcen (Finanzen & Personal) der vier Kommunen bündelt, um eigenständiges Arbeiten zu ermöglichen. Nur so kann die interkommunale Zusammenarbeit nachhaltig organisiert werden.

Teil des Festival-Organisations-Teams. Von links nach rechts: Annette Kozlowski (P.A.D. GmbH), Thomas Gehring (Stadt Halver), Gisela Weiland (Gemeinde Schalksmühle), Martin Witscher (Stadt Meinerzhagen), Claudia Ackermann (Künstlerin), Annette Gonserowski (Autorin), Teresa Schabo (Music Fever), David Babin (Kulturmanager), Dr. Bernd Eicker (Bürgermeister der Stadt Halver).



Angesichts der nötigen Vorbereitungszeit für das Festival und der beschränkten Ressourcen der städtischen Verwaltungen sowie des Kulturmanagements erscheint die Wiederholung des Festivals in einem 3-Jahres-Turnus realistisch.

Durch das Festival wurden mehrere Ziele erreicht:

- Die Zusammenarbeit mit der Kultur AG ermöglichte die Integration aller Kulturakteure in den Planungsprozess sowie deren Beteiligung an der Durchführung. Der Vernetzungszweck des Festivals wurde somit erreicht.
- Durch die Auswahl lokal oder touristisch interessanter Plätze als Spielorte konnte sich das obere Volmetal nach außen profilieren.
- Das anspruchsvolle Programm überzeugte das Publikum von der Qualität der lokalen Kulturszene. Neben ortsansässigen wurden auch Gastkünstler eingeladen, um das obere Volmetal nach außen zu öffnen, die Zusammenarbeit mit Künstlern von außerhalb der Region zu vertiefen und das OadV-Kulturprofil zu schärfen. Trotz einer auch überregional orientierten Marketingarbeit wurde vor allem ein Publikum aus den vier Kommunen erreicht. Die erhoffte überregionale Resonanz blieb hinter den Erwartungen zurück. Ein möglicher Grund hierfür kann die starke Konkurrenz der bereits etablierten Festivals und Veranstaltungen der Nachbarstädte Dortmund (Mikrofestival), Lüdenscheid (Stadtfest) und Schwerte (Welttheater der Straße) sein. Das neue Festival „Lampenfieber“ wird Zeit brauchen, um sich überregional zu etablieren.
- Die regionale Vermarktung des Festivals unter der Wort-Bild-Marke „Oben an der Volme“ führte zu einem höheren Bekanntheitsgrad der Region bei der Bevölkerung.

Die Wort-Bild-Marke „Oben an der Volme“



1.2. Die (Kultur)Region Südwestfalen und der Märkische Kreis

In den folgenden Abschnitten (1.2.1. und 1.2.2.) geht es darum, anhand der Ergebnisse der Interviews mit den Akteuren der Regionalen Kulturpolitik [RKP] einen Überblick über die kulturelle und touristische Situation zu gewinnen und Gemeinsamkeiten mit der OadV-Region festzustellen, um im nächsten Schritt gemeinsame Handlungsfelder zu definieren.

1.2.1. Die regionale Kulturpolitik [RKP]³

Ziele der regionalen Kulturpolitik

Mit dem Förderprogramm Regionale Kulturpolitik setzt die Landesregierung Signale für die kulturelle Strukturentwicklung **unter besonderer Berücksichtigung des demografischen Wandels**. Ziel ist es, die Kulturregionen des Landes nachhaltig dabei zu unterstützen, sich im zusammenwachsenden Europa zu profilieren und ihre Attraktivität und Identität nach innen und außen zu stärken. Dabei sollen auch **spartenübergreifende Kooperationen zwischen Kulturschaffenden, Kulturinstitutionen** und Kulturinitiativen eine verbesserte Grundlage schaffen, auf der sowohl die **inhaltliche Qualität** als auch **die nachhaltige Gestaltung** des regionalen Kulturangebots dauerhaft weiterentwickelt werden können.

Die regionale Kulturlandschaft

Zum besseren Verständnis der regionalen Kulturlandschaft wurden offene Interviews⁴ mit Akteuren der Kulturregion Südwestfalen

und des Märkischen Kreises durchgeführt.

Als Hindernisse für die Nutzung kultureller Angebote wurden ein teilweise stark unterschiedliches Bildungsniveau und kein flächendeckendes Angebot im Bereich kultureller Bildung identifiziert. Daraus resultieren mentale Barrieren, die den Zugang zur sogenannten „Hochkultur“ verhindern. Um diese Situation zu verbessern, können die kommunalen Kultureinrichtungen stärker eingebunden werden, die Bildungsprogramme des Landes NRW anzubieten, zum Beispiel „Leselust“, „JeKits“ (Jedem Kind Instrumente, Tanzen, Singen) oder „Südwestfalen macht Schule“. Parallel dazu muss ein kulturelles Angebot für Personen außerhalb des „klassischen“ Bildungssystems entwickelt werden. Junge Erwachsene, Touristen und Senioren sind hierbei als Zielgruppen besonders zu berücksichtigen. Zu diesem Zweck wurde z.B. 2014 eine Kooperationsvereinbarung mit dem Förderprojekt „create music“ abgeschlossen, um junge Musikbands bei ihrem Vorhaben, z.B. der Produktion einer Demo-CD oder der Organisation eines Konzerts, zu unterstützen.

Ein weiterer genannter Aspekt war das Fehlen eines gemeinsamen Kulturmanagements in den Teilregionen der Kulturregion Südwestfalen. Inzwischen wird durch die Einrichtung eines interkommunalen OadV-Kulturmanagements die bessere Abstimmung der Region mit dem Märkischen Kreis und der Kulturregion Südwestfalen, auch im Bereich der Projektförderung, sichergestellt.

³ www.regionalekulturpolitiknrw.de

⁴ Offenes (halbstrukturiertes) Interview mit Mitarbeitern der Abteilung „Kultur und Tourismus“ des Märkischen Kreises und des Servicebüros der Kulturregion Südwestfalen

Interview-Ergebnisse / Stellungnahmen⁵ des Märkischen Kreises und des Servicebüros der Kulturregion Südwestfalen über die Kulturregion Südwestfalen

- Auseinanderklaffendes Bildungsniveau und keine flächendeckende Angebote wurden als Barriere für die Nutzung kultureller Angebote identifiziert.
- Es gibt kein einheitliches interkommunales Kulturmanagement in den Teilregionen der Kulturregion Südwestfalen.
- Der Stellenwert von Kultur als Standort- und Bildungsfaktor wird in der Kulturregion noch nicht angemessen wahrgenommen.
- Es gibt keine gemeinsame Strategie für Kultur beim Regionalmarketing Südwestfalen.
- Die zur Verfügung stehenden Projektförderungen sind in der Region noch nicht ausgeschöpft worden.
- Mit Ausnahmen werden beim Kulturangebot in der Kulturregion Touristen, Arbeitslose und in geringerem Maße Senioren als Zielgruppe nicht genug berücksichtigt.
- Für eine funktionierende Kulturarbeit sollte Kultur zur Pflichtaufgabe erklärt werden.

1.2.2. Tourismus

Touristische Merkmale der Region⁶

Die Region Südwestfalen besteht aus dem

Zusammenschluss fünf benachbarter Kreise mit gemeinsamer Geschichte und kulturellem Erbe, der unter der Dachmarke „Kulturregion Südwestfalen⁷“ als Einheit vermarktet wird.

Die Kulturregion Südwestfalen hat mehrere Schwerpunkte für ihre Vermarktung festgelegt. Drei davon können auf OadV-Ebene umgesetzt werden:

- **Industriegeschichte**

Dieser Schwerpunkt wurde im laufenden Projekt der Kulturregion Südwestfalen „Wasser-Eisen-Land“ aufgegriffen und in der Ausstellung „Grenzbeziehungen“ didaktisch aufgearbeitet. Es besteht die Möglichkeit, diese Ausstellung kurzfristig im Kreativzentrum Kierspe aufzunehmen und sie hierfür thematisch auf Kierspe und die Region OadV zu erweitern.

- **Historische Kulturlandschaft:**

- **Sakralarchitektur – Romanische und neugotische Kirchen, Pilgerwege**

Für diesen Schwerpunkt sollte eine detaillierte Bestandsaufnahme durchgeführt werden, um eine gemeinsame Vermarktung auf regionaler Ebene zu ermöglichen.

- **Burgen und historische Stadtkerne**

Auf Grundlage der Fotosammlungen der einzelnen Heimatvereine kann eine Ausstellung zur architektonischen Entwicklung der Stadtkerne der vier OadV-Kommunen konzipiert werden. Das ursprüngliche historische Stadtbild ist aufgrund baulicher Veränderungen im Laufe der Zeit verlorengegangen. Im Rahmen

⁵ Offenes (halbstrukturiertes) Interview mit Mitarbeitern der Abteilung „Kultur und Tourismus“ des Märkischen Kreises und des Servicebüros der Kulturregion Südwestfalen
⁶ Quelle: Kultur- und Tourismuspotentialanalyse als Grundlage für eine kulturtouristische Marketingstrategie der Region Südwestfalen, durchgeführt von projekt2508, Kultur- und Tourismusmarketing GmbH, Bonn.

⁷ Die Kulturregion besteht aus dem Märkischen Kreis, dem Kreis Siegen-Wittgenstein, dem Ennepe-Ruhr-Kreis, dem Kreis Olpe und der kreisfreien Stadt Hagen.

der geplanten Fassadenumbauten sollen die historischen Stadtkerne teilweise wiedererkennbar werden. In der Ausstellung sollen diese Umbauten dokumentiert werden.

Das Interview mit der Geschäftsführung des Sauerland-Tourismus e.V. ergab Folgendes:

Einzugsgebiet

70 % der Touristen, die ins Sauerland kommen, wohnen in NRW. Der Schwerpunkt in der OadV-Region liegt auf dem Ausflugstourismus (Aufenthaltsdauer: 1 Tag, ohne Übernachtung). Das Einzugsgebiet beschränkt sich größtenteils auf die umliegenden Städte Dortmund, Hagen, Lüdenscheid und Wuppertal. Die neue Bahnverbindung Meinerzhagen-Köln kann das Einzugsgebiet mittelfristig erweitern⁸.

Folgende Gründe wurden für einen Ausflug identifiziert:

- Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen,
- landschaftliche Attraktivität,
- Sportangebote und Aktivitäten in der Natur,
- vorhandene Gastronomie und
- An- und Abreisemöglichkeiten zu Ausflugszielen

Kulturveranstaltungen sind somit eine gute Möglichkeit, Tagestouristen zu einem Besuch in der Region zu motivieren. Als Pilotprojekt hierfür diente auch hier das interkommunale Kulturfestival „Lampenfieber“. Dabei wurde

deutlich, dass es aufgrund der großen Konkurrenz der o.g. Städte bezüglich Kulturfestivals schwierig ist, eine (über-)regionale Resonanz auf das Angebot zu erreichen. Angesichts der eingeschränkten Ressourcen der vier Kommunen im Bereich Organisation erscheint es empfehlenswerter, einzelne Open-Air-Veranstaltungen durchzuführen, die von externen Veranstaltern organisiert werden, zum Beispiel Open-Air-Kino, -Theater oder -Konzerte.

Interview-Ergebnisse / Stellungnahmen⁹ des Sauerland-Tourismus e.V.

- 70 % der Touristen kommen aus NRW (Ausflugstourismus).
- Der Anlass bestimmt das Ausflugsziel.
- Entscheidungskriterien (Anlässe) sind:
 - Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen
 - landschaftliche Attraktivität
 - Sportangebote und Aktivitäten in der Natur
 - vorhandene Gastronomie und An- und Abreisemöglichkeiten zu Ausflugszielen
- Schwerpunkte des Sauerland-Tourismus e.V. für die Vermarktung der Region sind:
 - Sport (Fahrrad, Wanderung, Wintersport)
 - Gesundheit
 - Familie
 - Industriekultur

⁸ Der Märkische Kreis unterscheidet sich von den anderen Kreisen im Sauerland durch den großen Anteil Geschäfts-, Montage- und Tagungstourismus. Diese besonderen Zielgruppen sollten in der Tourismusstrategie der OadV-Region berücksichtigt werden. Der Sauerlandtourismus erarbeitet derzeit ein Tourismuskonzept für Business-Tourismus. Daher ist eine Kooperation empfehlenswert.

⁹ Offenes (halbstrukturiertes) Interview mit dem Geschäftsführer von Sauerland-Tourismus e.V.

- Sauerland-Tourismus e.V. stellt in den folgenden Bereichen Defizite in der Region OadV fest:
 - Serviceorientierung
 - Kooperation mit Kulturträgern
 - Unzureichende Anpassung an die Kulturbedürfnisse neuer Zielgruppen

»Im Rahmen der bereits bestehenden Marketingstrategie des Sauerland-Tourismus e.V. und des Märkischen Kreises kann sich die Region OadV insbesondere in den Bereichen „Industriekultur“ und „Kunst und Natur“ einbringen.«

Darüber hinaus besteht ein allgemeines Interesse an Kooperationen und gemeinsamen Projekten, beispielsweise sieht der Sauerland-Tourismus e.V. Vermarktungspotenzial für die vielen Kleinode (z.B. Talsperren, Bakelit-Museum, Schleiper Hammer, Heesfelder Mühle) in der Region OadV.

Zusammenarbeit mit dem Märkischen Kreis

Die Interviews mit den Mitarbeitern der Abteilung „Kultur und Tourismus“ des Märkischen Kreises ergaben Folgendes:

Um die Stärken der Region OadV regional einbringen zu können, wird eine stärkere Kooperation mit dem Märkischen Kreis gewünscht.

Im Bereich Tourismusmanagement wurde weiterer Qualifizierungsbedarf festgestellt.

Aus Sicht des Kulturmanagements erscheint die Einrichtung einer interkommunalen Koordinierungsstelle für Kultur und Tourismus zur Verbesserung der Kooperation mit dem Märkischen Kreis sinnvoll, insbesondere vor dem Hintergrund der während der Organisation der Kreisheimattage (2014) und von „Autofreies Volmetal“ (2015) gesammelten Erfahrungen.

Interview-Ergebnisse / Stellungnahmen¹⁰ des Märkischen Kreises

- Effektive Kooperation zwischen dem Märkischen Kreis und der Kulturregion Südwestfalen
- Ausbaufähige Vernetzung zwischen dem Märkischen Kreis und den OadV-Kommunen. Die Vernetzung zwischen den Städten und Verbänden des Märkischen Kreises sind nur in Ansätzen vorhanden.
- Qualifizierungsbedarf im Bereich Tourismusmanagement in der OadV-Region
- Touristisches Potenzial nutzen durch eine bessere gemeinsame Vernetzung der vielfältigen kleinen Angebote, kombiniert mit einer Fokussierung auf Veranstaltungen mit Außenwirkung

¹⁰ Offenes (halbstrukturiertes) Interview mit Mitarbeitern der Abteilung „Kultur und Tourismus“ des Märkischen Kreises

1.3. Kulturagenda Westfalen



Fachtagung „Kulturagenda Westfalen“ am 07.02.2014 in Hagen

Die „Kulturagenda Westfalen“ ist ein Kommunikationsprozess, in dem möglichst viele Kulturakteure (Künstler, Kulturschaffende und Kulturanbieter, Vereine, Verbände und Netzwerke, Verantwortliche in Politik und Verwaltung) und Kulturinteressierte in Westfalen-Lippe gemeinsam konkrete Ziele für die Entwicklung der Kulturlandschaft in Westfalen-Lippe erarbeiten. Im Rahmen dieser strategischen Kulturarbeit wurden neun Planungsprozesse durch den Landschaftsverband Westfalen-Lippe [LWL] unterstützt und mit Hilfe des Kulturberaters Reinhart Richter (Richter Beratung, Osnabrück) durchgeführt.

„Oben an der Volme“ mit den Schwerpunkten „Kulturentwicklung im ländlichen Raum“ und „interkommunale Kulturarbeit“ war eines dieser neun Pilotprojekte. Die Bewerbung der OadV-Kommunen als Pilotprojekt erfolgte auch im Hinblick auf die Weiterverwendung der Ergebnisse des Planungsprozesses, bei dem eine hohe Bürgerbeteiligung erwartet wurde, im Kulturentwicklungsplan. Ziel war, die Bevölkerung und die Kulturakteure aktiv an der Kulturentwicklungsplanung und dem Kulturmanagement zu beteiligen.

Während des OadV-Planungsprozesses haben

sich Mitglieder der städtischen Kulturausschüsse und viele Kulturakteure und Kulturinteressierte aus dem oberen Volmetal eingebracht. Im Anschluss an die Auftaktveranstaltung beschäftigten sich die Beteiligten bei verschiedenen offenen Workshops mit der **Bestandsaufnahme** sowie einer Stärken- und Schwächenanalyse der Kulturlandschaft OadV und erarbeiteten daraus eine **Vision**, auf deren Grundlage konkrete **Ziele** für die Kulturentwicklung im oberen Volmetal formuliert wurden (s. [Anlage 2: Abschlussdokumentation](#)). Diese Ziele wurden im Rahmen eines gemeinsamen OadV-Kulturausschusses zustimmend zur Kenntnis genommen.

Die Ergebnisse dieses Prozesses wurden im Kulturentwicklungsplan integriert und bearbeitet (s. [Teil 3: SWOT-Analyse](#)).

Ablauf des OadV-Planungsprozesses

Für die vier offenen Workshops (Bestandsaufnahme, SWOT-Analyse, Visionskonferenz und Zielkonferenz) wurden Kulturinteressierte, Kulturschaffende, KünstlerInnen, VertreterInnen von Kulturinstitutionen und Schulen, TouristikerInnen und UnternehmerInnen der OadV-Region von den städtischen Verwaltungen schriftlich eingeladen. Zusätzlich wurden die Veranstaltungen über die lokale Presse und die vier städtischen Webseiten bekannt gemacht.

Arbeitsthemen wurden vor jedem Workshop festgelegt und vor Ort in einzelnen Arbeitsgruppen innerhalb einer begrenzten Zeit (2-3 Stunden) diskutiert. Das Publikum konnte sich frei für eine der parallel stattfindenden Arbeitsgruppen entscheiden.

Die Gruppen wurden von Mitarbeitern der städtischen Verwaltungen, dem Kulturmanager oder lokalen Politikern moderiert.

Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen wurden



direkt im Anschluss im Plenum vorgestellt und von einem vorher gewählten Redaktionsteam schriftlich festgehalten.

Die schriftlichen Endergebnisse der Workshops erhielten die Teilnehmer per E-Mail, außerdem wurden sie auf den jeweiligen städtischen Webseiten veröffentlicht.

Chronologische Entwicklung

Die Auftaktveranstaltung in Form einer gemeinsamen offenen Sitzung der vier kommunalen Kulturausschüsse fand am 03.12.2012 in Kierspe statt. Im zweiten Schritt ging es um eine SWOT-Analyse (Strengths/Stärken, Weaknesses/Schwächen, Opportunities/Chancen und Threats/Risiken) der Ausgangslage in der OadV-Region. Gemeinsam wurden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken herausgearbeitet. Der nächste Schritt der gemeinsamen Kulturentwicklungsplanung war die Visionskonferenz am 04.05.2013 in Meinerzhagen. Diese Veranstaltung zielte darauf ab, Wünsche und Ideen abzufragen und zu bündeln und daraus eine gemeinsame Vision für die kulturelle Entwicklung unserer Region zu entwerfen und zu formulieren. Die Zielkonferenz fand am 04.06.2013 in Schalksmühle statt. Dabei ging es darum, die strategischen Ziele (was wollen wir erreichen?) und die operativen Ziele (wie

wollen wir es erreichen?) zu erarbeiten. In vier Arbeitsgruppen wurden Zielvorschläge zu den einzelnen Themenbereichen erarbeitet:

Arbeitsgruppe 1: Politik und Wirtschaft, Künstlerinnen und Künstler, Kultur regional und überregional

Arbeitsgruppe 2: Zugang zum Kulturleben, Ehrenamt, Identität

Arbeitsgruppe 3: Bildung und Bildungsangebote, Jugend

Arbeitsgruppe 4: Koordination / Vernetzung, Marketing, Kommunikation, Mobilität

Der Abschluss des Pilotplanungsprozesses für die Region „Oben an der Volme“ fand im Rahmen einer gemeinsamen offenen Sitzung der vier kommunalen Kulturausschüsse am Dienstag, 08.10.2014, in der Gesamtschule Kierspe statt.

SWOT-Konferenz am 30.01.2013
Foto: Allgemeiner Anzeiger



Visionskonferenz am 04.05.2013
Foto: Luitgard Müller



Zielkonferenz am 04.06.2013
Foto: Luitgard Müller





2. Bestandsaufnahme „Oben an der Volme“

Bei der Bestandsaufnahme geht es in erster Linie um die Analyse sowohl der Bevölkerungsstruktur als auch der Kulturlandschaft (Infrastruktur und Akteure) und deren Entwicklungspotenzial. Im Vordergrund stehen die Fragen, ob das bestehende kulturelle Angebot den Bedürfnissen der Bevölkerung entspricht und ob bestimmte Zielgruppen von diesem Angebot ausgeschlossen sind.

Die Bestandsaufnahme ist die Grundlage für die Gestaltung der interkommunalen Kulturentwicklung. Diese Planung orientiert sich an den Bedürfnissen der Bevölkerung, die während der im Rahmen der Kulturagenda Westfalen organisierten öffentlichen Workshops zum

Ausdruck gekommen sind, und an den Erwartungen der Kulturakteure, die in einer Umfrage unter den Mitgliedern der Kultur AG untersucht wurden.

2.1. Bevölkerung

Da die Kulturpolitik sich an die Bevölkerung richten soll, ist zunächst eine quantitative und qualitative Analyse der Bevölkerungsstruktur erforderlich.

Die Bertelsmann Stiftung hat im „Wegweiser Kommune“ eine Typisierung vorgenommen. Ziel war, Kommunen mit mehr als 5.000 Einwohnern so zu gruppieren, dass die Unterschiede

Quantitative Analyse

Indikatoren	Halver	Schalksmühle	Kierspe	Meinerzhagen
Bevölkerungszahl 2011	16582	10991	17103	20706
Demografietyp 2011	Typ 5	Typ 4	Typ 5	Typ 5
Bevölkerungsentwicklung vergangene 7 Jahre (%)	-5,7	-7,2	-6,4	-5,6
Bevölkerungsentwicklung 2009 bis 2030 (%)	-13	-16	-16,9	-15,4
Fertilitätsindex (%)	20,2	-6,1	30,4	17,1
Ausländeranteil (%)	9,4	7,3	11	9,1
Familienwanderung (Pers. je 1000 Ew.)	-3,8	-3,1	-5,9	-4,7
Bildungswanderung (Pers. je 1000 Ew.)	-41,6	-55,3	-31	-38,9
Wanderung zu Beginn der 2. Lebenshälfte (Pers. je 1000 Ew.)	-4,6	-9,7	-6,1	-2,5
Alterswanderung (Pers. je 1000 Ew.)	0,9	0,8	-7,5	-5,1
Durchschnittsalter (Jahre)	44	44,5	42,2	42,7
Durchschnittsalter 2030 (Jahre)	48,2	49,6	46,4	47,4
Medianalter (Jahre)	46	46,2	43,7	44,1
Medianalter 2030 (Jahre)	50,7	52,5	48,2	49,1
Jugendquotient (unter 20-Jährige je 100 Pers. der AG 20-64)	34,5	31,4	37,5	38,1
Jugendquotient 2030 (unter 20-Jährige je 100 Pers. der AG 20-64)	33,9	29,5	36,2	33,3
Altenquotient (ab 65-Jährige je 100 Pers. der AG 20-64)	35,4	35,1	31,5	35,1
Altenquotient 2030 (ab 65-Jährige je 100 Pers. der AG 20-64)	58,9	61,2	53,1	53,9
Anteil unter 18-Jährige (%)	17,7	16,5	19,5	19,1
Anteil unter 18-Jährige 2030 (%)	15,7	13,8	17,1	15,9
Anteil 65- bis 79-Jährige (%)	15	15,9	13,9	15,2
Anteil 65- bis 79-Jährige 2030 (%)	21,4	22,4	20,4	20,6
Anteil ab 80-Jährige (%)	5,8	5,2	4,7	5
Anteil ab 80-Jährige 2030 (%)	9,2	9,7	7,7	8,2

Quelle: Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune

zwischen den Kommunen eines Typs möglichst gering sind. Bundesweit wurden 2.915 Kommunen den insgesamt 9 Demografietypen zugeordnet. Halver, Kierspe und Meinerzhagen gehören zum Typ 5, Schalksmühle zum Typ 4.

Merkmale Typ 5 (Halver, Kierspe, Meinerzhagen):

- Kleinere Städte und Gemeinden im strukturschwachen ländlichen Raum
- Weit entfernt von großen Zentren
- Zunehmende Einwohnerverluste

Weitgehend solide Einkommenssituation der Bewohner

Merkmale Typ 4 (Schalksmühle):

- Kleine Städte und Gemeinden im weiteren Umland großer und mittelgroßer Städte
- Hohe Kaufkraft und geringe Einkommensarmut
- Gute finanzielle Lage der öffentlichen Haushalte

Bei der Analyse der oben genannten Zahlen (Indikatoren) fallen folgende Gemeinsamkeiten in der OadV-Region auf:

- Rückgang der Bevölkerungszahl
- Bestandserhaltungsniveau von 2,1 Geburten wird nicht erreicht
- Ausländeranteil <11 %
- Niedrige Attraktivität der Kommunen für Familien
- Niedrige Attraktivität der Kommunen für Studierende und Auszubildende
- Niedrige Attraktivität der Kommunen als Lebens- und Arbeitsort
- Alterung der Bevölkerung
- Sinkender Anteil von Kindern und Jugendlichen an der Gesamtbevölkerung
- Steigender Anteil der 65- bis 79-Jährigen an der Gesamtbevölkerung
- Steigender Anteil der über 80-Jährigen an der Gesamtbevölkerung

Seit dem Jahr 2001 sinkt die Bevölkerungszahl in der Region OadV. 2001 hatten 70.000 Personen ihren Hauptwohnsitz in den vier Kommunen, 2011 waren es noch 65.000 Personen. Die Einwohnerverluste konnten nicht durch eine höhere Geburtenrate oder Zuzüge ausgeglichen werden. Dies führt einerseits dazu, dass der Anteil der Kinder und Jugendlichen an der Gesamtbevölkerung sinkt und der Anteil der über 65-Jährigen steigt. Andererseits zeigt dies die mangelnde Attraktivität der Region für Studierende, Auszubildende sowie Berufstätige und deren Familien.

»Die Altersstruktur der Bevölkerung spiegelt sich in der Mitgliederstruktur der Heimat- und Kulturvereine wider.«

Das steigende Durchschnittsalter könnte die Arbeit dieser Vereine mittelfristig beeinträchtigen.

Ein OadV-Dachverein könnte unter Wahrung der Eigenständigkeit der einzelnen

Vereine logistische Unterstützung anbieten.

Die als niedrig wahrgenommene Attraktivität der Region behindert die überregionale Vermarktung auch im Bereich Kultur. Diese Vermarktung muss zukünftig unter der Marke „Oben an der Volme“ interdisziplinär (Kultur, Tourismus, Sport und Wirtschaft) erfolgen. Zur Steigerung der Effektivität sollte die Marketingstrategie der Region OadV enger mit dem Märkischen Kreis und dem Sauerland-Tourismus e.V. abgestimmt werden. Das Kulturmanagement empfiehlt daher eine interkommunale Anlaufstelle für die Bereiche Kultur, Tourismus, Sport und Wirtschaft.

Zielgruppenanalyse

Für die qualitative Analyse der Bevölkerung wird auf die Daten und Milieu-Zuordnungen des Unternehmens Sinus® zurückgegriffen. Die Sinus-Milieus verbinden demografische Faktoren wie Bildung, Beruf oder Einkommen mit den realen Lebenswelten der Menschen, d.h. mit ihrer Alltagswelt, ihren unterschiedlichen Lebensauffassungen und Lebensweisen. Dadurch wird der Mensch ganzheitlich wahrgenommen, im Bezugssystem all dessen, was für sein Leben Bedeutung hat.

»Um Menschen zu erreichen, muss man ihre Lebenswelten verstehen. Nur dann bekommt man ein wirklichkeitsgetreues Bild davon, was die Menschen bewegt und wie sie bewegt werden können.«

Die Milieu-Analyse soll dabei helfen, die Hauptzielgruppen des OadV-Kulturangebots zu identifizieren und zu überprüfen, ob das bestehende Angebot sie erreicht (Vermarktungsstrategie).

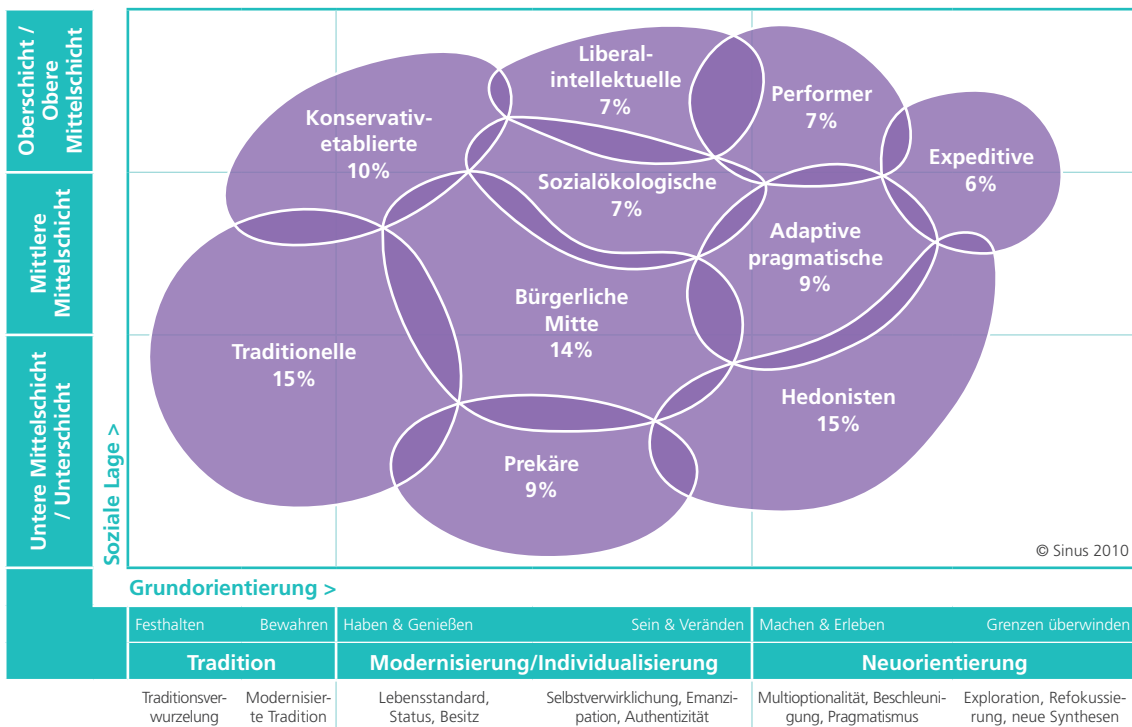
Die Zielgruppen-Unterscheidung erfolgt anhand zweier Kriterien: „Soziale Lage“ (Unter-, Mittel- oder Oberschicht) und „Grundorientierung“ (grundlegende Wertorientierungen wie „Tradition“, „Modernisierung/Individualisierung“ bzw. „Neuorientierung“). Auf diese Weise werden Milieus gebildet, die sich auch in ihrer Lebensweise und ihren Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit, Geld und Konsum ähneln. Man unterscheidet zehn Hauptmilieus:

- die Bürgerliche Mitte [BÜM],
- die Expeditiven [EPE],
- die Hedonisten [HED],
- die Konservativetablierten [KET],
- die Liberalintellektuellen [LIB],

- die Performer [PER],
- die Adaptivpragmatischen [PRA],
- die Prekären [PRE],
- die Sozialökologischen [SÖK],
- die Traditionellen [TRA].

Die folgende Übersicht zeigt die Sinus-Milieus in Deutschland. Die Definition der einzelnen Milieus ist in der Anlage (s. Anlage 3: Milieus) zu finden. Nachfolgend wird nur auf die für die Region OadV relevanten Milieus näher eingegangen.

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2010 – Soziale Lage und Grundorientierung



Für die Region OadV liegen folgende Sinus-Daten vor:

Milieu	Schalksmühle	Halver	Meinerzhagen	Kierspe	Durchschnitt OadV	Durchschnitt Deutschland
BÜM	13,3	13,1	13,6	13,4	13,4	14,0
EPE	5,0	5,6	5,3	5,1	5,3	6,0
HED	16,0	15,3	14,7	15,8	15,5	15,0
KET	8,8	9,1	9,6	9,4	9,2	10,0
LIB	6,5	6,7	6,4	5,9	6,4	7,0
PER	6,3	6,1	6,5	5,8	6,2	7,0
PRA	10,2	10,6	9,6	9,6	10,0	9,0
PRE	9,1	8,8	9,4	9,8	9,3	9,0
SÖK	7,5	7,3	7,0	6,7	7,1	7,0
TRA	17,3	17,3	17,9	18,6	17,8	15,0

BÜM: Bürgerliche Mitte, EPE: Expositive, HED: Hedonisten, KET: Konservativetablierte, LIB: Liberalintellektuelle, PER: Performer, PRA: Adaptivpragmatische, PRE: Prekäre, SÖK: Sozialökologische, TRA: Traditionelle / Traditionsverwurzelte

Um einen Vergleich mit den gesamtdeutschen Durchschnittswerten herstellen zu können, wurde der Durchschnitt der Daten OadV eigenständig kalkuliert. Der Vergleich ergibt, dass die Milieudaten der Region OadV nur geringfügig von den gesamtdeutschen Durchschnittswerten abweichen. Auch die Unterschiede zwischen den vier Kommunen OadV sind zu vernachlässigen. **Dies ist eine gute Voraussetzung für eine einheitliche interkommunale Kulturpolitik.**

»Die Milieudaten der Region OadV weichen nur gering vom deutschen Durchschnitt ab. Auch zwischen den vier Kommunen gibt es nur minimale Unterschiede.«

Nach Auswertung der Daten sind in der Region OadV vor allem drei Milieus vertreten: Die bürgerliche Mitte, die Traditionellen und die Hedonisten. Diese Milieus werden im Folgenden näher definiert.

Bürgerliche Mitte (BÜM)

Interesse an Hochkultur und Familienprogramm

Definition:

- Der statusorientierte moderne Mainstream
- Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung
- Leben in gesicherten und harmonischen Verhältnissen

Soziale Lage:

- Oft Mehr-Personen-Haushalte, kinderfreundliches Milieu; Altersschwerpunkt: 30 bis 50 Jahre
- Qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse
- Einfache/mittlere Angestellte und Beamte; Facharbeiter
- Mittlere Einkommensschichten

Grundorientierung:

- Durch Leistung und Zielstrebigkeit einen angemessenen Status in der Gesellschaft erreichen und aufrechterhalten; latente Ängste vor sozialem Abstieg
- Zur Erfüllung im Leben gehört beruflicher

Erfolg, privates Glück und die Etablierung in der wohlhabenden Mittelschicht

- Wunsch nach Harmonie im Privaten (glückliche Familie) und Ausgleich in der Gesellschaft (Rücksicht, Fairness, Toleranz)
- Das Leben so angenehm wie möglich gestalten, sich leisten können, was einem gefällt – aber flexibel und realistisch bleiben

Lebensstil:

- Vernunftbetontes Streben nach Balance von Arbeit und Freizeit, von persönlichen Interessen und familiären Ansprüchen
- Wunsch nach Lebensqualität, Komfort, Genuss; ausgeprägte Konvenienz-Orientierung
- Selbstbewusstsein als kritischer Verbraucher (Smart Shopper)
- Mainstream: Bevorzugung konventionell-moderner Ästhetik, von freundlich gediegen bis repräsentativ
- Erfüllung der Rollenerwartungen im Beruf und im sozialen Leben, Anpassungsbereitschaft und Sicherheitsstreben

Interesse:

- Mainstream: Konventionell, unterhaltend, „schön“

Aufenthaltsqualität:

- Wohlfühlfaktor
- Schön & harmonisch
- Besonders, aber nicht extravagant
- Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis

Marketing / Vertrieb / Service:

- Gelegenheitspublikum
- Begleitpublikum (Kinder, Enkel)
- Print: Lokal- und Werbezeitungen, Plakate, Flyer
- Arbeitgeber (Incentives)

Traditionelle / Traditionsverwurzelte (TRA)

Definition:

- Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration
- Verwurzelte in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur
- Geprägt durch traditionelle Normen

Soziale Lage:

- Altersschwerpunkt in der Kriegsgeneration (65 Jahre und älter); entsprechend hoher Frauenanteil
- Überwiegend Hauptschule mit abgeschlossener Berufsausbildung
- Hoher Anteil von Rentnern und Pensionären; früher: kleine Angestellte und Beamte, Arbeiter, Facharbeiter und Bauern
- Meist kleine bis mittlere Einkommen

Grundorientierung:

- Sich zufrieden geben als Lebensprinzip, Bescheidenheit und Anpassung an die Notwendigkeiten, keine hochgesteckten Ziele
- Status-quo-Orientierung: geordnete Verhältnisse haben und den hart erarbeiteten Lebensstandard bewahren
- Festhalten an traditionellen Werten, wie Pflichterfüllung, Sparsamkeit, Ordnung und Disziplin; Kritik an Sittenverfall und Überfremdung
- Soziale Integration und Anpassung: anerkannt sein bei Freunden, Kollegen und Nachbarn
- Geborgenheit im traditionellen Familienverband

Lebensstil:

- Konformismus und Sicherheitsstreben, Ori-

entierung an gängigen Konventionen und traditionellen Moralvorstellungen

- Hilfslosigkeit und Skepsis gegenüber dem gesellschaftlichen Wandel; wenig Bereitschaft, sich auf Neues, Fremdes einzulassen
- Ordnung und Sauberkeit als wichtigstes Stilprinzip; Ästhetik des Praktischen und Nützlichen
- Heile-Welt-Inszenierungen; Tendenz zu Rückzug und Resignation (Schutzwall aus Gardinen, Hecken, Zäunen), starke Zukunftsängste

Interesse:

- Unterhaltsames & Schönes
- Vertrautes
- Folklore & heile Welt

Aufenthaltsqualität:

- Schön
- Festlich
- Nicht abgehoben
- Gesellig

Marketing / Vertrieb / Service:

- Nicht-Publikum
- Keyworker: Seniorengruppen und -einrichtungen
- Lokale Printmedien

Ehrenamt:

- Offen für kontinuierliche Tätigkeiten in Vereinen. Motiv: gebraucht werden, Anerkennung, Hilfsbereitschaft

Nicht
möglich, als
Ehrenamtler
einzubinden

**Hedonisten
(HED)**

Definition:

- Die Spaß-orientierte moderne Unterschicht/ untere Mittelschicht
- Verweigerung von Konventionen und Erwartungen der Leistungsgesellschaft
- Leben im Hier und Jetzt

Soziale Lage:

- Jüngere und mittlere Altersgruppen bis 50 Jahre; Schwerpunkt: unter 30 Jahre
- Einfache bis mittlere Formalbildung – relativ oft ohne abgeschlossene Berufsausbildung
- Einfache Angestellte und Arbeiter; viele Schüler und Auszubildende
- Keine erkennbaren Schwerpunkte beim Haushaltseinkommen; relativ großer Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen

Grundorientierung:

- Suche nach Kommunikation, „Fun und Action“, „On the road-Sein“; Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags (frei sein, unabhängig sein, anders sein als „die Spießer“)
- Gleichzeitig oft Träume von einem heilen, geordneten Leben (intakte Familie, geregeltes Einkommen, schönes Auto/Motorrad)
- Oft regelrechtes Doppelleben: im Berufsalltag angepasst – in der Freizeit Eintauchen in subkulturelle Gegenwelten
- Häufig auch Underdog-Bewusstsein (Loser-Gefühle); aggressive Abgrenzung nach

oben („Bonzen“) und nach unten (Ausländer, „Sozialschmarotzer“)

Lebensstil:

- Leben im Hier und Jetzt, kaum Lebensplanung: sich treiben lassen, sehen was kommt, was sich einem bietet
- Spontaner Konsumstil, unkontrollierter Umgang mit Geld; hohe Konsumneigung bei Unterhaltungselektronik, Kleidung, Musik, Multimedia
- Lust auf gutes Leben, auf Luxus, Komfort und Konvenienz; aber auch die Erfahrung von Grenzen, Beschränkungen und beruflichem Wettbewerbsdruck (immer seltener Chancen auf Jobs)
- Spaß an Tabuverletzungen und Provokation, Suche nach starken Reizen, demonstrative Unangepasstheit; Identifikation mit anti-bürgerlichen Gruppen/Szenen (Fankulturen, Hardrockbands, Motorradklubs)

Interesse:

- Spaß
- Spannung
- Extremes
- Emotional
- Jugend-/subkulturell
- Körperlichkeit

Aufenthaltsqualität:

- Unkonventionell
- Inspirierend
- Von Trash bis Spacy

- Jung
- Fast- oder Ethnofood, nur nicht gutbürgerlich

Marketing / Vertrieb / Service:

- Nicht-Publikum
- Online + Print (Regionale Tagespresse)
- Szenepresse
- Szenelocations, -shops (Plakate, Flyer, Tickets), z.T. Schulen, Unis

Ehrenamt:

- Schwach ausgeprägte Bereitschaft zu freiwilligem Engagement
- Angst vor Überforderung, Fremdbestimmung und Verpflichtung. Motiv: persönliche Interessen, Spaß, Gemeinschaft

Trotz ihres hohen Bevölkerungsanteils von 15,5 % wurden die Hedonisten bisher in der Kommunikationsstrategie der OadV-Region, die hauptsächlich mit Plakaten und Lokalpresse arbeitet, nicht berücksichtigt. Auch die neuen Web- und Facebookseiten sprechen vor allen anderen die bürgerliche Mitte an. Beim Versuch, junge Erwachsene in das Ehrenamt einzubinden, ist zu berücksichtigen, dass die meisten Hedonisten unter 30 Jahre alt sind und kein Interesse an ehrenamtlicher Tätigkeit haben.

»Bei der Planung neuer Vorhaben ist der hohe Anteil von 17,8% Traditionalisten zu berücksichtigen, die Veränderungen grundsätzlich kritisch gegenüberstehen.«

Wie das Kulturangebot die einzelnen Hauptmilieus anspricht, wird in [Punkt 2.2.3](#). Veranstaltungen behandelt.

2.2. Kulturlandschaft

Im Folgenden werden die wichtigsten Akteure bei der Gestaltung des kulturellen Angebotes in der Region präsentiert (städtische Institutionen, private Veranstalter, Entscheidungsträger).

2.2.1. Institutionen und private Kulturakteure

Institutionen	Mitglieder / Besucher pro Jahr	Alter (Durchschnitt)
VHS Volmetal	7.400 Besucher (in allen beteiligten Kommunen)	keine Angaben möglich
Musikschule Volmetal	865 Schüler davon:	Überwiegend Kinder, Jugendliche
Musikschule Meinerzhagen	430 Schüler	
Musikschule Halver	205 Schüler	
Musikschule Schalksmühle	230 Schüler	
Musikschule Kierspe	65 Schüler	42 Personen im Chor (Altersdurchschnitt: 60 Jahre), 23 Schüler (Instrumente, Altersdurchschnitt: 12 Jahre)
Musikgemeinschaft Kierspe	95 Mitglieder / ca. 1.400 Besucher (eigener Veranstaltungen)	Altersdurchschnitt: 36 Jahre
Stadtbüchereien		
Stadtbücherei Meinerzhagen	1.028 Leser	keine Angaben möglich
Stadtbücherei Kierspe	950 Leser	65 % Kinder und Jugendliche, 35 % Erwachsene
Stadtbücherei Halver	903 Leser	324 Personen unter 13 Jahre, 97 Personen über 60 Jahre
Bücherei Schalksmühle Katholische öffentliche Bücherei (KöB) Schalksmühle	578 Leser	keine Angaben möglich
(Heimat-)Museen		
Bakelit-Museum Kierspe	400 Besucher	70 % über 55 Jahre, 30 % im Durchschnitt 12 Jahre
Fritz-Linde-Museum Kierspe	1.000 Besucher	Mehrheitlich über 50 Jahre, 20 Kinder
Schleiper Hammer Kierspe	1.200 Besucher	70 % über 55 Jahre, 30 % im Durchschnitt 12 Jahre
Heimatmuseum Halver	2.051 Besucher	nicht bekannt
Bauernhaus Wippekühl Schalksmühle	1.226 Besucher	Altersdurchschnitt: 55 Jahre
Jagdmuseum des Hegerings Schalksmühle	200 Besucher	4 – 70 Jahre
Heimatvereine		
Heimatverein Meinerzhagen	keine Angaben möglich	keine Angaben möglich
Heimatverein Kierspe	210 Mitglieder	Altersdurchschnitt: 60 Jahre
Heimatverein Halver	251 Mitglieder	keine Angaben möglich
Heimatverein Schalksmühle	160 Mitglieder	Altersdurchschnitt: 70 Jahre
Kulturvereine		
VAKT	40 Mitglieder	keine Angaben möglich
KUK	> 150 Mitglieder	> 50 Jahre
Kultur AG	80 Mitglieder	nicht bekannt

Anhand einer systematischen Sammlung und Aufbereitung dieser sowie weiterer, noch festzulegender (Vergleichs-)Daten soll die Entwicklung der Kultureinrichtungen OadV genauer untersucht werden.

- Die (Heimat-)Museen zeigen ausschließlich heimische Kunst. Sie werden von den Heimatvereinen betrieben und arbeiten unabhängig voneinander. Die Touristiker bemängeln:
 - Unterschiedliche / unregelmäßige Öffnungszeiten
 - Unzureichende Dokumentation des Inhalts der Sammlungen
 - Keine professionelle Ausstellung der Exponate
 - Keine gemeinsame Vermarktung
 - **Keine regionale Außenwirkung**
- Um regionale Wirkung zu entfalten, soll eine Auswahl der unterschiedlichen Sammlungen unter dem Dach der Villa Wippermann in einem Regionalmuseum zusammengeführt werden. Hierfür müssen die Exponate professionell dokumentiert und präsentiert werden.
- Um die Zusammenarbeit zwischen den städtischen Büchereien zu vertiefen, sollte geprüft werden, ob eine Teilnahme der OadV-Büchereien am Programm „Leselust“ im Rahmen einer Kooperation möglich ist.
- Die Musikschule Volmetal, aufgeteilt in 3 Bezirke (Meinerzhagen (Hauptsitz), Halver, Schalksmühle), stellt in öffentlicher Trägerschaft die musikalische Bildung für Kinder, Jugendliche und Erwachsene sicher. Sie umfasst somit fast das gesamte Gebiet OadV und arbeitet bereits seit 50 Jahren interkommunal.

Die Stadt Kierspe verfügt über ihre eigene Musikschule.

- Die VHS ist ein Zweckverband. Mitglieder: Stadt Halver, Gemeinde Herscheid, Stadt Kierspe, Stadt Meinerzhagen, Gemeinde Schalksmühle. Sie ist bisher die einzige Institution, die bereits auf OadV-Ebene organisiert ist, und ist Kooperationspartner bei der Organisation der geplanten Workshopreihe zur Professionalisierung der Kulturszene.
- Die Vereine VAKT (Halver) und KUK (Meinerzhagen und Kierspe) bieten ein kulturelles Programm an, das unter dem [Punkt 2.2.3.](#) vorgestellt wird. Das Angebotsspektrum des VAKT beschränkt sich auf den Bereich bildende Kunst.
- Weitere private kommerzielle Akteure:
 - Inge und Werner Turck-Stiftung, Cora und Markus Turck Foundation
 - Die Malschulen in Kierspe (Palette, Hin'zur Kunst, Beste Kunst) und Schalksmühle (Ute Ludwigsen-Kaiser, Julia Schmidtke) sind klein und sprechen ein kommunales Publikum an.
 - Musikschule Roman Tkachov (Meinerzhagen), MIB Musikschule (Kierspe), Musikschule Eicker (Halver)
 - Die Galerien Langenohl (Meinerzhagen) und Halverscheid (Schalksmühle) sowie die TANKE in Halver haben hauptsächlich eine lokale Relevanz und dienen regionalen Künstlern als Ausstellungsort.
 - In Meinerzhagen bietet das Kino City-Lichtspiele seit 2015 vorübergehend ein eingeschränktes Programm an.
 - Kantoreien, Gesangsvereine, Schulen, ...

Die Kultur AG

Die Kultur AG wurde im Rahmen des RIEHK gegründet. Sie fungiert als beratendes Organ für die Kulturentwicklung der Region OadV. Bei einer Befragung der OadV-Kulturakteure (s. Anlage 1: ASS-Umfrage) hatten diese eine kontinuierliche Zusammenarbeit von freischaffenden Künstlern, Vereinen, Gemeinden, Schulen und Wirtschaft als Voraussetzung für eine erfolgreiche interkommunale Kulturarbeit angegeben. Daher erfolgte die Gründung der Kultur AG. Derzeit vereint die Kultur AG Vertreter der vier Stadtverwaltungen, der Kunst- und Kulturvereine, der VHS, der Stadtmarketing-Vereine sowie Künstler und Künstlerinnen. Für 2015 ist eine stärkere Einbindung von Wirtschaft und Schulen geplant.

Als weitere wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche interkommunale Kulturarbeit wurden in der Umfrage eine zentrale Koordinationsstelle und die Schaffung professioneller Veranstaltungsräume genannt. Daher wurden der Kulturmanager engagiert, das Kreativzentrum Kierspe eröffnet und die Häuser der Kultur in Halver geplant.

Während der Befragung wurden für das Kulturmanagement folgende Handlungsfelder als Hauptaufgabengebiete definiert: Akquirierung von Sponsoren, überregionale Marketing- und Pressearbeit, Koordination der kulturellen Angebote in der Region, Netzwerkarbeit und Professionalisierung der Kulturszene.

Diese Handlungsfelder wurden in den Auftrag des Kulturmanagers übernommen.

Unter der Leitung des Kulturmanagers übernahm die Kultur AG zusätzlich eine operative Funktion und entwickelte in thematischen

Arbeitsgruppen das Programm des Festivals „Lampenfieber“. Das Programm enthielt Veranstaltungen aus verschiedenen Sparten und berücksichtigte insbesondere Kinder und Jugendliche. Außerdem wurde eine Workshopreihe für Schüler und Musiker angeboten.

Zusammenfassung: Die Kultur AG

Die Kultur AG wurde im Rahmen des RIEHK gegründet. Sie fungiert als beratendes Organ für die Kulturentwicklung der Region OadV.

Sie vereint die Kulturakteure der Region OadV: Künstler und Künstlerinnen, Kunst- und Kulturvereine, VHS, Stadtmarketing und Stadtverwaltung.

Unter der Leitung des Kulturmanagers übernimmt sie operative Funktionen für Vernetzungsprojekte und entwickelt im Rahmen von thematischen Arbeitsgruppen Veranstaltungskonzepte.

2.2.2.

Entscheidungsträger der Kulturpolitik

Die folgende Tabelle zeigt die Hauptkulturakteure in der Region, die jeweils zuständigen Entscheidungsträger und die jeweiligen Arten der Finanzierung. Eine städtische Kulturpolitik kann nur dann erfolgreich umgesetzt werden, wenn die Städte auch Entscheidungsträger für die operative Umsetzung der gewünschten Maßnahmen sind. Voraussetzung ist in jedem Fall eine gesicherte Finanzierung.

Stadt	Hauptakteure (operative Durchführung)	Entscheidungsträger	Finanzierung
HAL	Kulturbeauftragte (ehrenamtlich)	Kommune	Kommune, Sponsoren, Kartenverkauf
	Heimatverein	Heimatverein	Mitgliedsbeiträge, Spenden
	Heimatmuseum	Heimatverein	Kommune (Räume), Heimatverein, Kartenverkauf, Spenden
	VAKT	VAKT	VAKT
	Stadtbücherei	Kommune	Stadt, Förderverein
SCH	Bis zum 01.01.2015: Kulturbeauftragte (ehrenamtlich); seitdem: Kulturverwaltung	Kommune	Kommune, Sponsoren, Kartenverkauf
	Heimatverein	Heimatverein	Mitgliedsbeiträge, Spenden
	Städtische Bücherei Schalksmühle - KöB	Kirche	Kirche, Kommune
KIE	KUK	KUK	Sponsoren, Kartenverkauf
	Kulturverwaltung	Kommune	Kommune
	Musikgemeinschaft Kierspe	Musikgemeinschaft Kierspe	Mitgliedsbeiträge, Sponsoren, Kartenverkauf
	Heimatverein	Heimatverein	Mitgliedsbeiträge, Sponsoren, Kartenverkauf
	Musikschule	Kommune	Kommune, Kursgebühren
	Stadtbücherei	Kommune	Kommune, Förderverein, Mitgliedsbeiträge, Sponsoren
MEI	KUK	KUK	Mitgliedsbeiträge, Sponsoren, Kartenverkauf
	Stadtverwaltung	Kommune	Kommune
	Heimatverein	Heimatverein	Mitgliedsbeiträge
	Stadtbücherei	Kommune	Kommune
OadV	VHS	Kommune	Kommune, Kursgebühren, Fördermittel
	Musikschule (ohne Kierspe)	Kommune	Kommune, Kursgebühren, Sponsoren

VAKT: Verein Aktion Kunst Treff e.V., KUK: Verein für Kommunikation und Kultur in Kierspe und Meinerzhagen

Die **Entscheidungsträger** für die Kulturpolitik sind die zuständigen Ausschüsse und Räte in den jeweiligen Kommunen. Operativ wird das Programm von **privaten Vereinen** und **Kulturbeauftragten** (Veranstaltungen) sowie von **(inter-)kommunalen Kultureinrichtungen** (kulturelle Bildung, VHS, Musikschule, Stadtbüchereien) gestaltet. Seit 01.01.2015 ist

die Kulturverwaltung der Gemeinde Schalksmühle allein für die Programmgestaltung in der Gemeinde zuständig. Die **Kulturbeauftragte in Halver** (Freiwillige) arbeitet mit Unterstützung der städtischen Verwaltung und ist bei der Programmgestaltung weitgehend unabhängig (auch wenn die Kosten von der Kommune getragen werden).

Dies gilt auch für die städtischen **Kultureinrichtungen** (Stadtbüchereien, Musikschule Volmetal, VHS). Die **Kulturvereine** arbeiten eigenständig. Sie finanzieren sich selbst über Eintrittsgelder, Sponsoring und Mitgliedsbeiträge. VAKT in Halver hat als Ziel, das kreative Schaffen der Bürgerinnen und Bürger im Bereich der bildenden Kunst anzuregen. KUK bietet in Kierspe und Meinerzhagen ein hochwertiges Kulturprogramm an. Kultur Pur ist eine Künstlergruppe aus Kierspe, die spartenübergreifend arbeitet und bildende Kunst, Lyrik und Musik in ihren Veranstaltungen vereint. Die Musikgemeinschaft Kierspe vereint mehrere (Nachwuchs-)Orchester und veranstaltet seit mehr als 20 Jahren (regionale) Konzerte.

»Auf OadV-Ebene existiert kein offizielles Entscheidungsorgan. Dies erschwert eine strukturierte (inter-)kommunale Kulturpolitik.«

2.2.3. Veranstaltungen

Die obige Milieuanalyse und der folgende Überblick über das Kulturangebot der Region „Oben an der Volme“ bilden die Grundlage für die Analyse, welche Bevölkerungsgruppen durch das derzeitige Kulturangebot angesprochen werden.

Veranstalter / Sparten	Bildende Kunst	Musik	Literatur / Lesungen	Theater	Kindertheater	Studienreisen	Kabarett	Kulturelle Bildung	Kino	Events
Vereine										
VAKT (Halver)	•••							•		
KUK (Meinerzhagen / Kierspe)		•••	••		•	•	•••		•	
Kultur Pur (Kierspe) ¹¹	••	••	••							
Naturbühne „Alter Markt“ (Halver)										•••
Musikgemeinschaft Kierspe		•••								
Städtisch										
VHS Volmetal			•	••		•		•••		
Musikschule Volmetal		•••						•••		
Musikschule Kierspe		•••						•••		
Kulturbeauftragte Halver		•	•	•	•		•••			
Kulturverwaltung Kierspe		•		•			••			
Kulturverwaltung Schalksmühle ¹²	•	••	•	•••	•		•••			•
Privat										
Inge und Werner Turck-Stiftung		•								
City-Lichtspiele (Meinerzhagen)									•••	

Je höher die Anzahl der Punkte in der Tabelle, desto mehr Veranstaltungen werden im jeweiligen Bereich angeboten bzw. desto mehr Personen werden erreicht.

¹¹ Künstlergruppe

¹² Die Gemeinde Schalksmühle hat seit dem 01.01.2015 keinen Kulturbeauftragten mehr. Das gesamte Kulturprogramm wird von der Kulturverwaltung organisiert.

- Das aus Gastspielen und Gastauftritten etablierter Künstlerinnen und Künstler bestehende Veranstaltungsprogramm wird in den Kommunen durch ehrenamtlich tätige Kulturbeauftragte (Halver), die Kulturverwaltungen (Schalksmühle und Kierspe) bzw. den Verein KUK (Meinerzhagen und Kierspe) geplant und organisiert.
- Die Veranstaltungen wenden sich meistens an ein erwachsenes, lokales, bürgerliches Publikum.
- Kinder als spezifische Zielgruppe werden mit einzelnen Kindertheaterstücken angesprochen.
- Jugendliche werden nicht ausdrücklich als Zielgruppe berücksichtigt.
- Im Bereich der bildenden Kunst sind bei Ausstellungen ausschließlich regionale Künstlerinnen und Künstlern vertreten. Die Ausstellungen finden vorwiegend in Halver statt und beschränken sich auf Malerei, Fotografie und, deutlich seltener, Bildhauerei.
- Das Musikangebot ist vielfältig und hat einen Schwerpunkt auf Klassik und Jazzmusik.
- Es gibt zwei Kategorien von Theateraufführungen: Auftritte heimischer Gruppen (Zeus & Consorten, Senioritas, Theaterwerkstatt Schalksmühle) und eingekaufte Kabarettstücke.
- Kulturelle Ausflüge außerhalb der Region OadV: Der Verein KUK organisiert in

größeren Abständen Kulturausflüge wie Stadt- oder Ausstellungsbesichtigungen. Die Gemeinde Schalksmühle bietet dreibis viermal pro Jahr Theater- und Opernbesuche in Dortmund an. Einmal pro Jahr organisiert die VHS eine Studienreise.

- Es gibt häufig inhaltliche Überschneidungen bei der Programmgestaltung auf OadV-Ebene.
- Nur die Stadt Meinerzhagen bietet in der Stadthalle größere Produktionen externer Anbieter an.

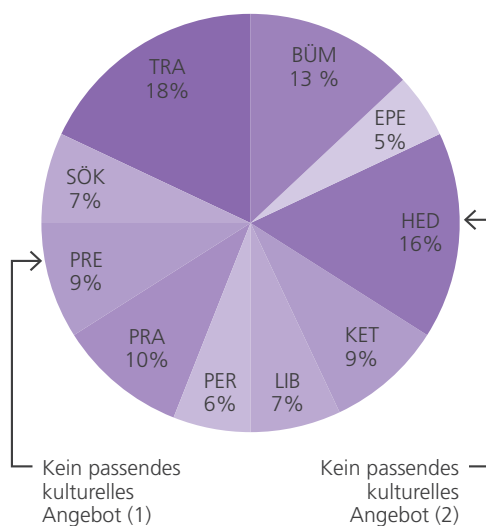
Angesprochene Milieus:

Die nachfolgende Tabelle zeigt die verschiedenen Sinus-Milieus mit ihren jeweiligen Anteilen an der OadV-Bevölkerung und inwieweit ein ausreichendes kulturelles Angebot für die jeweilige Zielgruppe aktuell vorhanden ist.

Milieus	Kulturelles Angebot	Milieu in % der OadV-Bevölkerung
Traditionelle	++	17,8
Hedonisten	--	15,5
Bürgerliche Mitte	++	13,4
Adaptiv-pragmatische	- / +	10,0
Prekäre	--	9,3
Konservativ-etablierte	-	9,2
Sozialökologische	--	7,1
Liberal-intellektuelle	-	6,4
Performer	-	6,2
Expeditive	--	5,3

Wie beschrieben (s. Punkt 2.1.) haben die Traditionellen, die bürgerliche Mitte und die Hedonisten in der Region OadV hohe Bevölkerungsanteile. Von diesen drei Hauptgruppen werden vor allem die bürgerliche Mitte und die Traditionellen durch das kulturelle Angebot angesprochen. Die Interessen der größeren Gruppen der Hedonisten und der Prekären werden beim Angebot derzeit nicht berücksichtigt. Eine Erweiterung des Angebots auf die Bedürfnisse der Hedonisten könnte auch das Interesse der Touristen wecken („Spaßveranstaltungen“, z.B. Open-Air-Kino). Eine Erweiterung des Angebots auf die Bedürfnisse der Prekären würde dazu führen, dass die Kultur in der Region eine integrative Rolle erfüllt. Dies bleibt eine politische Entscheidung.

Milieudaten OadV



2.2.4.

Infrastruktur: Räume, Technik und Material

Die Region OadV verfügt über:

- eine professionelle Bühne (Ton, Licht, Kulissen), die für große Veranstaltungen geeignet ist (670 Sitzplätze): Stadthalle Meinerzhagen,
- in jeder Stadt wenigstens eine semi-professionelle multifunktionale Bühne (Ton & Licht), in der Regel in Schulen (Aula oder pädagogisches Zentrum),
- mehrere kleinere Bühnen (Licht): Kulturbahnhof Halver
- historische Räume (ohne Infrastruktur): Brennerei Rösahl in Kierspe, Bauernhaus Wippekühl in Schalksmühle.

2.2.5.

Marketing & Tourismus

- Die kommunale Vermarktung erfolgt über die Marketingvereine und / oder die städtischen Verwaltungen. Bei den Kommunen gibt es keine Mitarbeiter, die ausschließlich für Marketing oder Tourismus zuständig sind. Anlaufstelle für Bürger und Touristen sind die Bürgerbüros.
- Zwischen den vier Marketingvereinen gibt es keine institutionalisierte Zusammenarbeit.

- Die Marketingvereine konzentrieren sich auf die Organisation lokaler Events (Kirmes, Nacht der langen Tische, Schalksmühle... köstlich, Halveraner Herbst). Deren Reichweite bleibt, trotz großen Erfolges bei der lokalen Bevölkerung, auf die Region beschränkt.
- Die Vermarktung durch die Kommunen erreicht in der Regel nur das lokale Publikum.
- Es gibt wenige Medien (Ausnahme: Radio MK), die das gesamte Gebiet der Region OadV abdecken (z. B. keine gemeinsame Zeitung, stattdessen separate Zeitungen für Meinerzhagen und Kierspe einerseits und Halver und Schalksmühle andererseits).
- Die Region OadV hat kein definiertes touristisches Profil.
- Es gibt nur wenige Kooperationen mit dem Märkischen Kreis oder der Region Südwestfalen (Ausnahmen: Autofreies Volmetal, Kreisheimattage).

»Die für das Kultur-Projekt entwickelte OadV-Corporate Identity war der erste Baustein für die gemeinsame Vermarktung der vier Kommunen.«

Auf Anregung des Kulturmanagements folgte noch im Jahr 2013 die Gründung eines Stammes für die Marketingvereine der Region OadV. Dort entstanden die Ideen für einen gemeinsamen Veranstaltungskalender und die Wiederauflage der Zeitung „Hallo Volmetal“. Beide werden durch Anzeigen finanziert.

Darüber hinaus ist die Erstellung eines gemeinsamen Kultur- und Tourismusprospekts zu empfehlen. Zusätzlich zum kulturellen Angebot sollte dieser Prospekt die Stärken der Region präsentieren. Die identifizierten Stärken und Schwächen werden in der folgenden Übersicht dargestellt. Grundlage dieser Übersicht sind die Interviews mit Mitarbeitern der Abteilung „Kultur und Tourismus“ des Märkischen Kreises und dem Verein Sauerland-Tourismus e.V. sowie die Ergebnisse der OadV-Arbeitsgruppe „Tourismus“.

Touristische Schwerpunkte der Region OadV

- + Zentrale Lage. Das potenzielle Einzugsgebiet erstreckt sich bis zu den Ballungsräumen an Rhein und Ruhr.
- + Naherholungsgebiet für Tagesausflüge
- + Hervorragendes Autobahn- und Landstraßennetz
- + Besondere Beschaffenheit der Region (Mittelgebirge, Talsperren, weitläufige Wälder)
- + Portfolio: Wandern, Schwimmen, Skifahren, Rodeln
- + Vielzahl von Geschichtsdenkmälern

- Unzureichende Gastronomie & Hotels
- Unzureichende ÖPNV-Verbindungen zum Ausgangspunkt bei Wanderungen / Fahrradtouren (schlecht ausgebautes ÖPNV-Netz)
- Konkurrenz mit anderen Kreisen
- Kein Publikums-Magnet mit (über)regionaler Reichweite
- Geringe Öffnungszeiten
- Uneinheitliche Öffnungszeiten der touristischen Ziele



3. Ergebnisse der „SWOT-Analyse“ der Region OadV (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken)

3.1. Stärken

Ehrenamt

- In den vier Städten gibt es eine starke Teilhabe von Bürgerinnen und Bürgern am Kulturleben. Es existieren zahlreiche Künstlergruppen, die sich aus der Bürgerschaft heraus gebildet haben.
- Unabhängig von der kommunalen Verwaltung entwickeln Bürgerinnen und Bürger ein hochkarätiges Kulturveranstaltungsprogramm. Insgesamt gibt es eine Vielzahl von Kulturveranstaltungen mit einer großen Bandbreite.
- Das starke freiwillige Engagement der Bürgerinnen und Bürger der vier Kommunen führt zu einem regen Kulturleben mit einer Vielzahl von Aktivitäten.

Finanzen und Wirtschaft

- Heimische Unternehmen, Banken und Sparkassen sind engagierte Sponsoren. Sie sind für Sponsoring ansprechbar.

Kulturangebot

- Die Kommunen Halver und Schalksmühle, der Verein KUK für Meinerzhagen und Kierspe und der Verein VAKT für Halver bieten ein breites Spektrum an Kulturveranstaltungen an.
- Die zahlreichen professionellen einzelnen Kulturschaffenden in den vier Städten schaffen eine vielfältige Kulturlandschaft.
- Es existiert eine vielfältige Landschaft von Kulturdenkmälern, die auch punktuell als Veranstaltungsort genutzt werden.

Steuerung und Koordination

- Kulturgruppen finden in der Kommunalverwaltung „offene Türen“ und Unterstützung.

3.2. Schwächen

Finanzen und Wirtschaft

- Es gibt nur wenige Plattformen für die Präsentation und den Verkauf regionaler Kunst.

Identität

- Es gibt bisher in den vier Kommunen noch keine besonders ausgeprägte OadV-Identität.

Infrastruktur und Mobilität

- Die Veranstaltungsorte sind für weniger mobile Personengruppen schlecht erreichbar.

Kulturangebot

- Die Angebotsstruktur ist insgesamt nicht ausreichend, um den Tourismus nachhaltig anzukurbeln. Außerdem fehlen niedrigschwellige Angebote für Prekäre sowie Angebote für Performer (Casting, Preisverleihung) und Hedonisten.
- Weiterführende und ergänzende Angebote und Kooperationen mit Kultureinrichtungen außerhalb der Region sind nur vereinzelt vorhanden.
- Es fehlen Elemente einer Willkommens-Kultur für Zugewanderte und neue Bürger.

- Es gibt keine kontinuierliche Kooperation zwischen Kulturträgern und Bildungsinstitutionen.

- Der Besuch von Kulturveranstaltungen in Halver und Schalksmühle ist über Abonnements kostengünstiger. Das Abo-System entspricht nicht den Bedürfnissen aller existierenden Gruppen, zum Beispiel der Jugendlichen, der Hedonisten und der Prekären, und trägt nicht zur Ankurbelung des Tourismus bei.

Marketing und Kommunikation

- Die Werbung für die Kulturveranstaltungen ist zu schwach:
 - nicht zielgruppengerecht
 - nicht interkommunal abgesprochen und organisiert
 - neue Medien werden zu selten berücksichtigt
 - unkonventionelle, kostenlose Formen der Werbung werden nicht genutzt
 - nicht überregional ausgerichtet
- Es fehlt sowohl die Verknüpfung zwischen Kultur und Tourismus auf OadV-Ebene als auch eine Zusammenarbeit mit dem Märkischen Kreis und der Region Südwestfalen.

Steuerung und Koordination

- Es fehlt eine an (messbaren) Zielen orientierte Kulturpolitik, sowohl auf kommunaler Ebene als auch auf OadV-Ebene.

- Zeiten, Inhalte und Orte von Kulturveranstaltungen werden zwischen den Kommunen nicht abgestimmt. Außerdem gibt es kein gemeinsames Budget und keine gemeinsame Programmgestaltung.
- Zwischen den Kulturschaffenden gibt es kein funktionierendes interkommunales Netzwerk. Die Kulturschaffenden identifizieren sich zwar stark mit ihrer Gemeinde, allerdings nur gering mit der Region OadV.

3.3. Chancen

Die von der REGIONALE 2013 initiierten Prozesse haben nachhaltige Auswirkungen auf die Kulturlandschaft und eröffnen in den folgenden Bereichen der Kulturentwicklungsplanung neue Möglichkeiten:

Finanzen und Wirtschaft

- Gemeinsame Nutzung kommunaler Ressourcen, um finanzielle Synergien und damit Entlastung zu schaffen
- Anerkennung von Kultur als wichtiger Wirtschafts- und Ansiedlungsfaktor
- Intensive und koordinierte Anwerbung von Sponsoren

Infrastruktur und Mobilität

- Weiterer Ausbau der Infrastruktur in der Region (auch für die Kulturszene):
 - Anschaffung von Equipment aus Mitteln des Beschaffungsfonds

- Schaffung neuer Kulturorte
- Reaktivierung von Bahnhöfen

Kulturelle Bildung

- Die Region „Oben an der Volme“ verfügt über eine vielfältige Schullandschaft, in der alle Schultypen vertreten sind: Grundschule, Hauptschule, Förderschule, Freie Schule, Realschule, Sekundarschule, Primusschule, Gesamtschule, Gymnasium, Berufskolleg, außerdem die Volkshochschule Volmetal als Zweckverband der vier Kommunen OadV und die Musikschule Volmetal, für die es eine öffentlich-rechtliche Vereinbarung von drei der vier Kommunen gibt. Allen Schulen wird ein hoher Standard attestiert.
- Durch die vielfältige Schullandschaft ergeben sich gute Kooperationsmöglichkeiten von Kulturträgern und Bildungsinstitutionen.

Marketing und Kommunikation

- (Bessere) Außenwirkung des oberen Volmetals
- Möglichkeit, das obere Volmetal (über)regional zu vermarkten
- Gemeinsame Vermarktung des vielfältigen OadV-Kulturangebots

Publikum

- Erreichen eines größeren Publikums durch OadV-Vermarktung

Steuerung und Koordination

- Bündelung der Stärken der OadV-Kommunen dank des RIEHKs
- Vernetzung der Kulturakteure und der Kulturangebote auch im Bereich der kulturellen Bildung und des Tourismus über das RIEHK und die Kultur AG

3.4. Risiken

Ehrenamt

- Das Ehrenamt ist kommunal und nicht interkommunal orientiert.
- Die Übertragung der Verantwortung und der Durchführung auf private Akteure (Kulturbeauftragte & Vereine) verhindert eine öffentlich kontrollierte Kulturpolitik.

Finanzen und Wirtschaft

- Die öffentlichen Haushaltsmittel für Kultur gehen zurück.
- Es gibt keine Planungssicherheit für die Zukunft (Fördermittel sind zeitlich begrenzt, noch keine verbindliche Kulturplanung).

- Die interkommunale Zusammenarbeit endet mit der Regionale / den Fördergeldern.

Identität

- Die starken kommunalen Identitäten behindern eine Steuerung auf OadV-Ebene.
- Das obere Volmetal bleibt in der regionalen Vermarktung unberücksichtigt.

Publikum

- Konkurrenz: Großstädte (Köln, Dortmund, Hagen) und Lüdenscheid bieten ein breiteres Angebot im Bereich der „Hochkultur“.
- Kenntnisse über Milieugewohnheiten, Lebensstile und Lebensziele einzelner Zielgruppen fehlen.
- Die Bevölkerung geht weiter zurück und „vergreist“.

Steuerung und Koordination

- Die Vielzahl von Akteuren und Angeboten sowie eine prädominante kommunale Identität behindern bisher eine gemeinsame Steuerung und Vermarktung.

	Stärken	Schwächen	Risiken	Chancen
Ehrenamt	<ul style="list-style-type: none"> Starke Teilhabe von Bürgern am Kulturleben Vielzahl von Kulturveranstaltungen und -aktivitäten 		<ul style="list-style-type: none"> Kommunal orientiert Erschwert die Umsetzung einer zielorientierten Kulturpolitik 	
Finanzen und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Heimische Unternehmen als mögliche Sponsoren 		<ul style="list-style-type: none"> Öffentliche Haushaltsmittel gehen zurück Die interkommunale Zusammenarbeit endet mit der Regionale 	<ul style="list-style-type: none"> RIEHK fördert die interkommunale Kulturarbeit RIEHK erkennt Kultur als Wirtschaftsfaktor an
Identität		<ul style="list-style-type: none"> Keine OadV-Identität oder -Struktur 	<ul style="list-style-type: none"> Eine starke kommunale Identität kollidiert mit einer interkommunalen Zielsetzung 	
Kulturangebot	<ul style="list-style-type: none"> Vielfältige Kulturlandschaft mit zahlreichen professionellen Kulturschaffenden 	<ul style="list-style-type: none"> Nicht ausreichend, um den Tourismus anzukurbeln Bestimmte Milieus / Zielgruppen werden nicht angesprochen 		
Kulturelle Bildung		<ul style="list-style-type: none"> Keine interkommunale Vernetzung 		<ul style="list-style-type: none"> Vielfältige Schullandschaft
Marketing und Kommunikation		<ul style="list-style-type: none"> Werbung für die Kulturveranstaltungen ist zu schwach und nicht überregional ausgerichtet Keine Verknüpfung zwischen Kultur und Tourismus auf OadV-Ebene Keine effektive Zusammenarbeit mit dem Märktischen Kreis und der Region Südwestfalen 	<ul style="list-style-type: none"> OadV bleibt bei der regionalen Vermarktung unberücksichtigt 	
Publiikum		<ul style="list-style-type: none"> Fehlende Kenntnisse über Milieugewohnheiten Bevölkerung geht weiter zurück und „vergreist“ 	<ul style="list-style-type: none"> Konkurrenz der benachbarten Großstädte Dortmund, Hagen, Lüdenscheid und Düsseldorf Aussteigen bestimmter Milieus (Prekäre) 	<ul style="list-style-type: none"> Größeres Potenzial durch interkommunale und überregionale Vermarktung
Steuerung und Koordination		<ul style="list-style-type: none"> Keine an (messbaren) Zielen orientierte Kulturpolitik Keine politische Abstimmung auf OadV-Ebene 		



4. Strategische Ziele / Leitbild der kulturellen Entwicklung

Die Kommunen Meinerzhagen, Kierspe, Halver und Schalksmühle bekennen sich im Rahmen ihrer interkommunalen Zusammenarbeit zu einer gemeinsamen Kulturachse „Oben an der Volme“. Diese soll das kulturelle Profil der Region nach Innen und Außen weiterentwickeln und als Marke positionieren.

Dabei kommt

- der Vielfalt der kulturellen Angebote und der Verbesserung des Zugang weiterer Bevölkerungsgruppen zur Kultur,
- der Qualität der Angebote im regionalen und überregionalen Wettbewerb,
- der kulturellen Bildung für Kinder und Jugendliche,
- der Attraktivität der Spielstätten (bisherigen wie neuen),
- der Kooperation zwischen Kulturakteuren und Bildungsträgern und
- den Rahmenbedingungen und der Einbindung von Freiwilligen

zur Schaffung einer vielfältigen, attraktiven

(auch gewinnorientierten) Kulturlandschaft eine besondere Bedeutung zu.

Damit soll in der Summe eine Professionalisierung der Kulturlandschaft und eine bessere interdisziplinäre Vernetzung zwischen Kultur, Tourismus und Marketing einerseits und den Kulturakteuren andererseits erreicht werden. Als Voraussetzung für eine nachhaltige Zusammenarbeit steht die Gründung einer Institution (Art Volmetal) mit einem professionellen Kulturmanagement und einem gesicherten Etat, der sich aus den eigenen erwirtschafteten Mitteln, Beiträgen der Kommunen und der Beteiligten Dritter, wie Wirtschaft, Stiftungen und Privater, zusammensetzen soll. In dieser Organisation sollen alle Kulturakteure eingebunden werden.

Zur Umsetzung dieses Leitbildes werden die folgenden strategischen Ziele (s. [Tabelle](#)) und Maßnahmen (s. [Teil 5](#)) vorgeschlagen:

Strategische Ziele

Politik	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung einer gemeinsamen Kulturpolitik • Anerkennung der Kulturpolitik als eine gemeinsame „Pflichtaufgabe“ der vier Kommunen • Interkommunale und interdisziplinäre Vernetzung (Sport, Marketing, Wirtschaft, Tourismus, Kultur) • Entwicklung eines regionalen Kulturbewusstseins / einer gemeinsamen Identität • Vermittlung der Bedeutung des Kulturlebens für die Attraktivität der Region
Organisation und Finanzen	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsames Management der Bereiche Kultur und Tourismus auf interkommunaler Ebene • Nachhaltige finanzielle Sicherung der gemeinsamen Kulturarbeit • Zusammenführung der kommunalen Ressourcen in den Bereichen <ul style="list-style-type: none"> - Personal (Mitarbeiter, die im Kulturbereich arbeiten) - Finanzen (Veranstaltungen, Institutionen, Werbung) - Infrastruktur (Gebäude, Technik, Transport) • Entwicklung einer Gewinn erzielenden Kulturwirtschaft
Ehrenamt und Vernetzungsarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung und strukturelle Sicherung des ehrenamtlichen Engagements
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Professionalisierung der Veranstaltungsorte (z. B. Bühnentechnik) • Verbesserung der Rahmenbedingungen für Künstlerinnen und Künstler <ul style="list-style-type: none"> - Präsentationsplattformen - Vermarktung
Kulturelle Bildung	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des Stellenwerts kultureller Bildung in Kindertagesstätten und Schulen • Verbesserung der kulturellen Bildung durch Kooperationen zwischen Bildungsträgern (z. B. Schulen, VHS, Jugendzentren, kirchliche Vereinigungen) und Kulturanbietern • Einbeziehung der kulturellen Akteure in das Bildungssystem
Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltiger Aufbau der Zusammenarbeit mit dem Märkischen Kreis und der Region Südwestfalen in den Bereichen Kultur und Tourismus, um eine überregionale Vermarktung der Region zu erreichen • Entwicklung einer institutionalisierten Kooperation zwischen Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zur Weiterentwicklung des Kulturlebens
Marketing und Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung einer kulturellen Identität, die von außen als starke Marke „Oben an der Volme“ wahrgenommen wird • Entwicklung des Kulturangebots zu einem touristischen Magneten
Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> • Bessere Erreichbarkeit von Veranstaltungsorten durch die Entwicklung eines bezahlbaren Mobilitätssystems
Zielgruppenspezifische Angebote	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Kulturangeboten für hedonistische und prekäre Milieus (besonders Jugendliche) unter Beachtung der o.a. Lebensstile und Interessen dieser Milieus • Schaffung der Rahmenbedingungen für selbstorganisierte und selbstbestimmte Beiträge junger Menschen • Aktive Teilnahme aller Menschen am Kulturleben – unabhängig von Alter, sozialer und ethnischer Herkunft und wirtschaftlichen Lebensbedingungen
Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation von vernetzenden Kulturveranstaltungen zur Stärkung des Kulturprofils der Region • Professionell organisierte Veranstaltungen als Standard
Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Professionalisierung der Kulturschaffenden



5. Maßnahmenkatalog (s. auch Maßnahmentabelle)

5.1. Organisation und Finanzen

Das professionelle Kulturmanagement soll in einer noch zu gründenden Organisationsstruktur institutionalisiert werden.

Diese Organisation soll die aktuellen Kernaufgaben des Kulturmanagements unter der Leitung eines Kulturmanagers / einer Kulturmanagerin übernehmen.

Dazu gehören:

- das interkommunale Kulturmanagement – auch in den Bereichen Kommunikation und Kooperation mit überregionalen Partnern wie dem Land NRW und dem Märkischen Kreis,
- die Unterstützung der interdisziplinären Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Kultur, Tourismus und Stadtentwicklung,
- die Integration der lokalen Kulturakteure sowie die dauerhafte Einbindung von Wirtschaft und Kommunen in die Kulturentwicklung,

- die Beratung von Kulturveranstaltern über Fördermöglichkeiten und Unterstützung bei der Antragstellung für Fördermittel,
- die Planung und Umsetzung von interkommunalen qualifizierten Projekten, insbesondere für die „neuen Kulturorte“: Villa im Park (Meinerzhagen), Kreativzentrum (Kierspe), Schieferhäuser & Villa Wippermann (Halver) und Rathausplatz (Schalksmühle).

Übergeordnetes Ziel:

Die Umsetzung einer zentral organisierten interkommunalen Kulturpolitik

Organisatorische Voraussetzungen

An dieser Institution sollten alle vier Kommunen sowie Vertreter aus Wirtschaft und Kultur beteiligt sein. Das Leitungsorgan sollte sich aus jeweils einem Vertreter dieser drei Gruppen zusammensetzen und so effiziente Entscheidungsprozesse gewährleisten.

Rückblickend auf die beim Festival „Lampenfieber“ gesammelten Erfahrungen sollte diese Institution aufgrund ihrer Rechtsform:

- selbst Träger/Veranstalter sein können,
- Fördermittel beantragen und erhalten können,
- Spenden erhalten können,
- Mitarbeiter einstellen können.

Vor der Entscheidung über die Rechtsform müssen Umsatzsteuerpflicht, Abzugsfähigkeit und Gemeinnützigkeit geklärt werden.

Finanzen und Ressourcen

Zur langfristigen Absicherung der interkommunalen Arbeit wird die Vereinbarung eines Kulturrahmenabkommens der OadV-Kommunen angestrebt. Darin sollen auch die Beiträge der vier Kommunen zur Finanzierung der neuen Organisation festgelegt werden (gemeinsames Kulturbudget).

Zusätzlich soll mittelfristig der Anteil fremder Einnahmequellen (EU, Bund, Land, Sponsoring, Kostenübernahme durch Unternehmen, Spenden, Crowd-Funding¹³ etc.) erhöht werden.

Eine Strategie zur Sponsoren- und Spendenakquirierung soll durch eine Arbeitsgruppe der Kultur AG entwickelt werden. Unterstützt wird diese Arbeit durch eine Workshopreihe, die zusammen mit dem Servicebüro der Kulturregion Südwestfalen organisiert wird. Der erste Workshop am 7. Februar 2015 in Kierspe hat gezeigt, dass dieser Ansatz auf große Resonanz stößt.

Außerdem soll der Anteil der Eigeneinnahmen durch gewinnorientierte Programmgestaltung erhöht werden. Zu diesem Zweck soll die Programmgestaltung unter Rentabilitätsaspekten analysiert werden.

¹³ Das Crowd-Funding ist eine Art der Finanzierung. Mit dieser Methode lassen sich Projekte mit Eigenkapital versorgen. Eine so finanzierte Unternehmung und ihr Ablauf werden auch als Aktion bezeichnet. Kapitalgeber sind eine Vielzahl von Personen – in aller Regel Internetnutzer, da zum Crowd-Funding meist im Internet aufgerufen wird.

5.2. Ehrenamt und Vernetzungsarbeit

Die Erarbeitung des Kulturentwicklungsplans und viele Einzelaktionen waren nur aufgrund des Engagements vieler Freiwilliger möglich. Um dies zu würdigen und die Motivation für die weitere Zusammenarbeit zu erhalten, sollte eine feierliche Veranstaltung organisiert werden, zum Beispiel in Form eines gemeinsamen Abends in einer der neuen Locations, zum Beispiel den Schieferhäusern in Halver.

Die Erweiterung der Kultur AG soll die Gründung weiterer interkommunaler Arbeitsgruppen ermöglichen, die das Kulturmanagement bei der Umsetzung der im Kulturentwicklungsplan empfohlenen Maßnahmen unterstützen sollen.

Diese neuen Arbeitsgruppen sollen am Ende der Festveranstaltung gegründet werden und nach drei Monaten ihre ersten Ergebnisse in der Kultur AG vorstellen.

Das Kulturmanagement schlägt die Gründung neuer Arbeitsgruppen mit folgenden thematischen Schwerpunkten vor:

- **Schwerpunkt „Indoor-Veranstaltungen“**
Mögliche Teilnehmer: Künstlerinnen und Künstler, Stadtmarketingvereine und städtische Verwaltungen
 - Programmgestaltung für die Villa im Park (Meinerzhagen) und
 - das Kreativzentrum (Kierspe)

- **Schwerpunkt „Outdoor-Veranstaltungen“**

- Mögliche Teilnehmer: Künstlerinnen und Künstler, Stadtmarketingvereine, städtische Verwaltungen und Touristiker
- Programmgestaltung für den Rathausplatz und den Generationenpark in Schalksmühle sowie für die in Meinerzhagen, Kierspe und Halver geplanten Parks
 - Organisation des Festivals „Lampenfieber 2017“

- **Schwerpunkt „Mobilität“**

- Mögliche Teilnehmer: Bürger- und Citybusvereine
- Entwicklung eines interkommunalen Mobilitätssystems, das bei größeren Kulturveranstaltungen zum Einsatz kommen soll

- **Schwerpunkt „Einbeziehung von Hedonisten & Jugendlichen“**

- Mögliche Teilnehmer: Jugendzentren
- Vorbereitung eines kulturellen Angebots mit „Spaßfaktor“
 - Entwicklung eines Konzepts für die Einbindung junger Menschen in das Ehrenamt, z. B. durch Unterstützung bei der Umsetzung eigener Projekte

- **Schwerpunkt „Kulturelle Bildung“**

- Mögliche Teilnehmer: Schulen
- Erstellung eines interkommunalen Unterstützungsprogramms für die schulischen Kultur-AGs

- **Schwerpunkt „Weiterbildung“**

- Mögliche Teilnehmer: Kulturvereine und Kulturakteure
- Feststellung des Fortbildungsbedarfs der Ehrenamtler. Darauf aufbauend sollen entsprechende Angebote bzw. ein Unterstützungskonzept für die Kulturakteure erstellt werden (s. Punkt 5.10. Weiterbildung)

- **Schwerpunkt „Finanzierung“**

- Mögliche Teilnehmer: Vertreter der Wirtschaft und städtische Verwaltungen
- Entwicklung eines Akquirierungskonzepts für Spenden und Sponsoring (Die kostenlose Benutzung einer Artothek könnte Unternehmen als Gegenleistung für Sponsoring angeboten werden.)

- **Schwerpunkt „Artothek“**

- Mögliche Teilnehmer: Künstlerinnen und Künstler, Stadt Kierspe
- Eröffnung einer Artothek im Kreativzentrum Kierspe

- **Schwerpunkt „Industriekultur und Regionalmuseum“**

- Mögliche Teilnehmer: Heimatvereine
- Erstellung eines Ausstellungskonzepts für die permanente Sammlung des Regionalmuseums in der Villa Wippermann
 - Erstellung von Konzepten für die Sonderausstellungen im Regionalmuseum
 - Gewinnung des Bakelitmuseums, des Schleiper Hammers und des zukünftigen Regionalmuseums für das Programm „Südwestfalen macht Schule“
 - Thematische Erweiterung der Ausstellung „Grenzbeziehungen“ auf die Region OadV

Außerdem soll ein Kulturbeirat aus Vertretern der Kultur AG gegründet werden, um den Kulturakteuren ein Mitspracherecht in der unter dem [Punkt 5.1](#) genannten Organisation einzuräumen.

»Der Kulturbeirat ist ein wichtiger Baustein zur Beteiligung der Freiwilligen an den Entscheidungsprozessen«

Die schon existierenden virtuellen Ehrenamtbörsen auf den kommunalen Webseiten sollen genutzt werden, um Freiwillige für den Kulturbereich zu rekrutieren.

Statt des Begriffs „Ehrenamtler“ sollte zukünftig der Begriff „Freiwillige“ verwendet werden.

5.3. Infrastruktur

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden die Bedürfnisse von Kulturakteuren ermittelt und Defizite im Bereich der Infrastruktur festgestellt. Diese sollen, wie nachfolgend im Einzelnen dargestellt, durch die Einrichtung von Kulturorten und -stätten behoben werden.

Festgestelltes Defizit:

Fehlende Räumlichkeiten für professionelle Sonderausstellungen

Maßnahme:

Das Kreativzentrum in Kierspe wurde schon 2014 eröffnet und bietet großzügige Räumlichkeiten für Sonderausstellungen und die Lagerung von Kunstwerken sowie für die Organisation von Workshops und Seminaren. Dort organisiert das Kulturmanagement mit

Unterstützung der Stadt Kierspe und dem Marketingverein Ausstellungen und Workshops zur Professionalisierung der Kulturszene.

Das Kreativzentrum bietet eine hervorragende Infrastruktur für die Einrichtung einer Artothek. Sie sollte von regionalen Künstlern betreut werden, die ehrenamtlich den laufenden Betrieb sicherstellen. Der Artothek-Bestand käme aus Künstlersammlungen und kann im Kreativzentrum selbst gelagert und in Wechselausstellungen präsentiert werden. Die Kunstwerke würden gegen einen Mitgliedsbeitrag und eine Ausleihgebühr an Privatpersonen und Unternehmen vermittelt. Die Mitgliedsbeiträge sollen mindestens die laufenden Betriebskosten finanzieren. Die Ausleihgebühren sollen die jeweiligen Künstler erhalten. Die Artothek soll dazu beitragen, einen Kunstmarkt in der Region zu etablieren.

Freischaffende Künstler und Vereine wurden ermutigt, im Kreativzentrum Veranstaltungen in eigener Regie zu organisieren. Die Anfragen erfolgen an das Kulturmanagement, das die Benutzung des Kreativzentrums in Abstimmung mit der Stadt Kierspe plant. Das Rahmenprogramm sowie die Betreuung der Veranstaltungen während der Öffnungszeiten werden vom Veranstalter organisiert.

Beispiele sind die Fotoausstellung „art casual“ (Februar 2015) und die zukünftige Reihe von „Begegnungskonzerten“, die einen Begegnungsort für die Bewohner der Kölner Straße schaffen sollen.

Festgestelltes Defizit:

Fehlende Ausstellungsräume für heimatkundliche Sammlungen

Maßnahme:

In einem der Häuser der Kultur in Halver (Villa

Wippermann) wird ein Museum mit dem Schwerpunkt Industriekultur „Oben an der Volme“ eingerichtet. Dieses Museum wird eine Auswahl der Exponate der vier Heimatvereine professionell präsentieren, um so eine überregionale Resonanz zu erreichen. Die Voraussetzungen für die Aufnahme im Programm „Südwestfalen macht Schule“ sollten bei der Ausstellungskonzeption des zukünftigen Museums berücksichtigt werden.

Neben der permanenten Ausstellung sind im Regionalmuseum Sonderausstellungen vorgesehen. Die Sonderausstellungen stellen einzelne Aspekte der Wirtschaft und/oder der Geschichte der Region dar.

Als Eröffnungsveranstaltung ist eine Ausstellung über die wirtschaftliche Entwicklung der Region OadV (historische Entwicklung, Produkte, Zukunftsvision) geplant. Danach sollen zum Beispiel auch Designer und Unternehmen der Region OadV eine Plattform für ihre Arbeiten erhalten.

Festgestelltes Defizit:

Fehlender Begegnungsort für die Kulturakteure und das Kulturmanagement

Maßnahme:

Die Steuerung der Aktivitäten aller Kulturschaffenden in der Region soll zentral von Halver aus erfolgen. Die „Schieferhäuser“ bilden zukünftig die „Schaltzentrale“ zur Organisation von Kunst und Kultur in der Region und bieten multifunktionale Räume, die das Zusammenkommen der Kulturakteure ermöglichen.

Festgestelltes Defizit:

Ungeeignete Orte für Openair-Veranstaltungen

Maßnahme:

Der neue Rathausplatz und der dazugehörige

Generationenpark in Schalksmühle sowie der zukünftige Volme-Freizeitpark in Kierspe bieten künftig die Möglichkeit, Openair-Veranstaltungen anzubieten. Da die Kommunen nicht über das nötige Equipment verfügen, wird empfohlen, mit externen Anbietern zusammenzuarbeiten. Das „Westfälische Landestheater“ bietet eine Reihe von Openair-Theaterstücken an und verfügt über die nötige mobile Bühnentechnik, um Außenaufführungen durchführen zu können, wie auch das „Mobile Kino Südwestfalen“ für Filmaufführungen. In Zusammenarbeit mit diesen beiden Kulturanbietern könnte die Gemeinde Schalksmühle im Sommer eine professionelle Openair-Film- und Theaterreihe anbieten. Die Finanzierung dieser Veranstaltungen könnte zu einem großen Teil über die Eintrittsgelder erfolgen.

Außerdem wird in Meinerzhagen die Villa im Park zum Haus der Kunst umgebaut. Zusammen mit dem Volkspark ergeben sich somit neue Ausstellungs- und Veranstaltungsflächen.

Darüber hinaus hat das Kulturmanagement eine Datenbank für Veranstaltungsorte und Equipment erstellt, um die vorhandenen infrastrukturellen Ressourcen zu inventarisieren und im Hinblick auf eine gemeinsame Nutzung zentral einsehbar zu machen. Langfristig ist die Bereitstellung eines Technikpools für Veranstaltungen wünschenswert.

5.4. Kulturelle Bildung

Als Pilotprojekt wurde am 13.09.2014 vom Kulturmanagement im Rahmen des Festivals „Lampenfieber“ ein Improvisationsworkshop für die Mitwirkenden der Theater-AGs der

OadV-Schulen in Kooperation mit dem Westfälischen Landestheater, der Gesamtschule Kierspe und dem Anne-Frank-Gymnasium in Halver angeboten. Dabei wurde deutlich, dass alle Theater-AG-Leiter vor ähnlichen Fragen stehen: Welche Theaterstücke sich für Schulaufführungen eignen, wie man Originaltexte für Schulaufführungen kürzen, Stücke inszenieren oder Schauspieler professionell anleiten kann?

Daraus ist die Idee entstanden, eine Workshopreihe auf OadV-Ebene anzubieten, um den schulischen Theater-AGs konkrete Hilfestellungen für ihre Arbeit zu geben. Diese Workshopreihe soll vom Kulturmanagement organisiert und von den Schulen finanziert werden. Die Workshops sollen am Anne-Frank-Gymnasium stattfinden, wo es eine besonders aktive Theater-AG gibt. Wenn diese Kooperation erfolgreich verläuft, könnte sie auch auf andere schulische Kultur-AGs ausgeweitet werden. Um Kooperationen und Beteiligungen anderer Schulen zu ermöglichen, soll eine Informationsbörse für Kulturaktivitäten an Schulen entwickelt werden. Schulen, an denen es in bestimmten Sparten besonders aktive AGs gibt, sollen Gastgeber für die Workshops der jeweiligen Sparte werden. Auf diesem Wege kann das kulturelle Profil der einzelnen Schulen entwickelt bzw. geschärft werden.

Übergeordnete Ziele sind hierbei die Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen den Schulen und die Schaffung einer Austauschplattform, auf der Schulen und Kulturträger gemeinsam ein Angebot zur kulturellen Bildung, insbesondere für Ganztagschulen, entwickeln können. Auf dieser Gesprächsplattform „Schule und Kultur“ könnten u.a. folgende Themen diskutiert werden:

- Konzepte für nachhaltige Kooperationen zwischen Schulen, Wirtschaft und Kultur
- Einbeziehung außerschulischer Lernorte (z. B. Kunstunterricht in Malschulen, Geschichtsunterricht in Industriedenkmälern)
- Entwicklung von Kulturprofilen für die einzelnen Schulen
- Vorteile für die einzelnen Beteiligten¹⁴ (gegenseitiger Nutzen)

Auf Grundlage dieser Gespräche sollen die Kulturschaffenden ein Workshop-Angebot für die Bildungsträger konzipieren. Die Workshops sollen sowohl in den Schulen selbst als auch an anderen Orten stattfinden.

Kommunale Einrichtungen sollen bei der Implementierung von durch das Land NRW geförderten Bildungsprogrammen oder Sprachförderprogrammen unterstützt werden.

5.5. Kooperationen

Um Synergien innerhalb der Region Südwestfalen zu entwickeln und um die Zusammenarbeit innerhalb der Region OadV zu unterstützen, soll verstärkt mit auswärtigen Kooperationspartnern zusammengearbeitet werden. Insbesondere muss die Teilnahme an Projekten in Betracht gezogen werden, die von der regionalen Kulturpolitik unterstützt werden.

Folgende Projekte wurden vom Kulturmanagement gezielt für ihre Relevanz in der Region OadV ausgewählt. Das Kulturmanagement ist dabei, die Einstiegsvoraussetzungen zu prüfen bzw. die Kooperationen zu entwickeln.

¹⁴ Schulen, Kommunen, Kulturanbieter, Kulturschaffende und Unternehmen

create music

Seit Januar 2015 ist das Kulturmanagement Vertreter des Projektes „create music“ für die Region OadV. Dieses Projekt verfolgt das Ziel, die Musikszene in Westfalen-Lippe zu vernetzen und weiterzubilden und stellt für diese Zwecke Fördermittel zur Verfügung.

Dank dieser Kooperation bietet das Kulturmanagement in der Region eine Workshopreihe zur Professionalisierung der Musikszene an. Der erste Workshop fand am 28.09.2014 mit dem Thema „Band-Vermarktung“ statt. Der nächste ist für April-Mai 2015 geplant und soll das Thema „Band-Buchung / Auftrittsverträge“ behandeln. Im Sommer soll ein Vernetzungskonzert mit einem „Bühnen und Technik“-Workshop in Halver stattfinden. Die Workshop-Kosten übernimmt create music. Der Antrag auf Förderung des Konzertes durch create music ist in Vorbereitung.

Jedem Kind Instrumente, Tanzen, Singen (JeKits)

Bei einem Treffen mit der Musikschule Volmetal soll die mögliche Teilnahme am Projekt JeKits diskutiert werden. Eine große Rolle spielt hierbei die Frage der Finanzierung.

Leselust

Bei einem Treffen mit den vier städtischen Büchereien OadV soll die mögliche Teilnahme am Projekt Leselust diskutiert werden. Eine große Rolle spielt auch hierbei die Frage der Finanzierung.

Südwestfalen macht Schule

Der Heimatverein Kierspe hat schon Kontakt mit der Projektleitung (Kreis Olpe) aufgenommen und möchte das Bakelitmuseum und den Schleiper Hammer für das Programm gewinnen.

Das Kulturmanagement und die Stadt Kierspe unterstützen dieses Vorhaben.

Außerdem muss die mögliche Aufnahme des Regionalmuseums OadV in das Programm „Südwestfalen macht Schule“ schon in der Planungsphase berücksichtigt werden.

Eisenstraße – Ausstellung „Grenzbeziehungen“ (ein Projekt der REGIONALE 2013)

Diese Ausstellung gibt einen Überblick über den einstigen Handel mit Eisen und Stahl zwischen dem Fürstentum Nassau-Siegen und seinen Nachbarn im Bergischen Land und der Grafschaft Mark. Sie kann thematisch auf die OadV-Region (Schwerpunkt Kierspe) erweitert und 2015 im Kreativzentrum gezeigt werden. Hiermit kann die Bedeutung der Industriekultur in der Region OadV hervorgehoben werden. Erste Gespräche im Hinblick auf eine Kooperation haben bereits stattgefunden.

5.6. Marketing und Tourismus

Um das Kulturprofil der Region nach außen zu schärfen, soll „Oben an der Volme“ als „regionale Marke“ etabliert werden. Dazu gehören eine regionale Corporate Identity, gemeinsame Kommunikationsstrategien und Pressearbeit sowie die Entwicklung überregional relevanter Veranstaltungen. Um dieses Ziel zu erreichen, ist eine Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Tourismus und Kultur sowie zwischen den OadV-Kommunen unverzichtbar.

2012 wurde im Rahmen eines öffentlichen, durch das MFKJKS geförderten Wettbewerbes ein Logo ausgewählt, das auch die Bildung einer Corporate Identity unterstützen soll.

Die OadV-Webseite

Die OadV-Webseite wurde hauptsächlich erstellt, um der Bevölkerung die einzelnen Etappen der REGIONALE 2013 vorzustellen und zur Mitarbeit anzuregen. Außerdem können über den Veranstaltungskalender auf der Website einzelne Veranstaltungen angekündigt werden. Aufgrund ihrer fest definierten, eingeschränkten Struktur ist die Webseite allerdings nicht für die Vermarktung größerer Festivals geeignet. Bei der Organisation des Festivals „Lampenfieber“ wurde trotzdem bewusst auf die Erstellung einer eigenen Festivalwebseite verzichtet, um die Webseite bekannter zu machen und darüber hinaus Kosten zu sparen. **Um die Region künftig im Netz effektiver und zentraler vermarkten zu können, sollte die OadV-Webseite allerdings umstrukturiert und erweitert werden.** Dies soll zukünftig auch die Zersplitterung von Informationen auf viele unterschiedliche Webseiten verringern. Außerdem soll ein zentraler Webauftritt das Profil der Region OadV nach außen schärfen und das schnelle Auffinden von Informationen ermöglichen.

Die OadV-Facebookseite

Ebenfalls 2013 wurde die OadV-Facebookseite angelegt, die vor allem jüngere Menschen ansprechen soll. Derzeit werden dort von verschiedenen Stellen Informationen zu Veranstaltungen veröffentlicht, was vor allem die jeweiligen Fans erreicht. Eine Moderation der Facebookseite findet nicht statt. Um gerade jüngere Personen stärker anzusprechen, sollten eine stärkere Interaktion mit den Nutzern sowie eine inhaltliche und redaktionelle Anpassung an die Zielgruppe erfolgen. Durch die Regelung der Moderation und eine stärkere Steuerung könnten so weitere Nut-

zer für den OadV-Facebookauftritt gewonnen werden, was auch eine höhere Verbreitung von Veranstaltungsinformationen nach sich ziehen würde.

Die OadV-Printmedien

Bei der SWOT-Analyse¹⁵ (s. Punkt 3) und den Umfragen unter den Kulturakteuren wurden Defizite bei der Vermarktung von Kulturveranstaltungen festgestellt und der Wunsch nach einer professionellen, interkommunalen Vermarktung der Veranstaltungen geäußert.

Daher wurden von den vier lokalen Marketingvereinen und dem Kulturmanagement im Jahr 2014 ein Veranstaltungskalender für die Region OadV entwickelt und die Zeitung „Hallo Volmetal“ wieder eingeführt, die beide vom Märkischen Zeitungsverlag herausgegeben werden und sich komplett durch Anzeigen finanzieren. Der Märkische Zeitungsverlag übernimmt einerseits die Anzeigenannahme und -verwaltung und andererseits die Verteilung des Veranstaltungskalenders an die Haushalte in der Region.

Nachdem bisher eine Aufteilung der Zeitungslandschaft mit getrennten Zeitungen und Lokalteilen für die Kommunen bestand, wird mit „Hallo Volmetal“ erstmals, ergänzend zum bestehenden Angebot, eine Zeitung für die OadV-Kommunen herausgegeben.

Der gedruckte interkommunale Veranstaltungskalender ist eine Erweiterung des OadV-Webkalenders. Neben dem Marketingzweck soll durch den gedruckten Veranstaltungskalender eine bessere Wahrnehmung des kulturellen Angebots auf OadV-Ebene durch Bevölkerung, Kulturakteure und Politik sowie eine stärkere inhaltliche und terminliche Abstimmung erreicht

¹⁵ Die SWOT-Analyse untersucht die Kulturlandschaft OadV anhand ihrer Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses) und zeigt Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) bei ihrer Entwicklung auf.

werden, was zur vom Marketingmanagement gewünschten interkommunalen Programmgestaltung führen soll.

Organisation

Der Entstehungsprozess des Veranstaltungskalenders macht deutlich, dass eine starke Koordination von Kultur, Marketing und Tourismus dringend erforderlich ist, um die OadV-Region als Einheit, auch nach außen, zu vermarkten.

Aus diesem Grund sollen die „Häuser der Kultur“ in Halver nicht nur die „Schaltzentrale“ zu Kunst und Kultur, sondern auch Anlaufstelle für Tourismus und Marketing werden. Außerdem sollen dort weitere Kulturveranstaltungen mit überregionaler Wirkung („touristische Magnete“), wie beispielsweise das Festival „Lampenfieber 2017“, organisiert und unter dem OadV-Label vermarktet werden. Solange es keine interkommunale Marketingstelle gibt, wird die Vermarktung der Kulturveranstaltungen weiterhin unter der Verantwortung des Kulturmanagements laufen müssen.

Die Vermarktung kultureller Veranstaltungen erfordert seitens des Kulturmanagements:

- die Betreuung der Veranstaltungskalender (Web- und Printversionen)
- die Moderation der Facebookseite
- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Flankierende Maßnahme

Auf Vorschlag eines Innenstadtforums soll in Kooperation zwischen den Bereichen Kultur, Stadtmarketing und Tourismus eine OadV-Imagebroschüre für Touristen erstellt werden. Diese könnte auch als Grundlage für die Erweiterung der OadV-Webseite dienen.

5.7.

Mobilität

Die Organisation der An- und Abreise zu den Veranstaltungsorten ist Teil der Veranstaltungsorganisation. Bei großen Veranstaltungen müssen Transportmöglichkeiten für die Region angeboten werden.

Linien- und Reisebusse

Nach Rücksprache mit der Märkischen Verkehrsgesellschaft ist eine Wiedereinführung des eingestellten Rufbussystems für größere Gruppen in der OadV-Region derzeit nicht geplant.

Recherchen für die Openair-Veranstaltung „Music Fever“ haben ergeben, dass der Einsatz von Sonderbussen die üblichen Veranstaltungsbudgets überschreitet. Erfahrungen im Rahmen der Kreisheimattage zeigen, dass, auch wenn ein ausgeklügeltes Busnetz für einzelne Veranstaltungen in der OadV-Region angeboten wird, dieses kaum vom Publikum in Anspruch genommen wird.

Bürgerbusse

Eine Alternative, um die An- und Abreise zu den Veranstaltungsorten innerhalb der Region sicherzustellen, stellen die Bürgerbusse dar, die bei großen Kulturveranstaltungen als „Kulturbusse“ eingesetzt werden könnten. Die OadV-Bürgerbusvereine sollen parallel zum Einsatz kommen. Die Auswahl der Veranstaltungen, bei denen Bürgerbusse eingesetzt werden sollen, treffen das Kulturmanagement und die vier Stadtmarketingvereine gemeinsam mit den Bürgerbusvereinen. Die Auswahl muss rechtzeitig vor Redaktionsschluss des Veranstaltungsprogramms erfolgen, damit die Veranstaltungen dort entsprechend gekennzeichnet werden können.

Vorteil dieser Alternative im Vergleich zu Mitfahrzentrale und Sammeltaxi ist, dass auf bereits existierende Strukturen und Vereine zurückgegriffen werden kann.

Folgende Punkte sind im Vorfeld mit den Bürgerbusvereinen zu klären:

- (Rechtliche) Möglichkeit, auf dem Stadtgebiet der anderen OadV-Kommunen zu operieren
- Personelle Ressourcen für zusätzliche Fahrten, auch abends (Notwendigkeit, weitere Fahrer zu gewinnen?)
- Koordination der Reservierungen und des Fahrplans
- Ab 2017 ist die Volmetalbahn in die Überlegungen einzubeziehen

5.8. Zielgruppenspezifische Angebote

Damit junge Menschen ihr künstlerisches Schaffen entwickeln und präsentieren können, müssen geeignete Plattformen und Spielräume geschaffen werden. Eine professionelle Beratung muss sie dabei unterstützen. Dafür soll ein Event-Management-Team gegründet werden. Dieses informiert, vernetzt und hilft dabei, Räume und Technik zu finden. Zu diesem Zweck soll ein Informationssystem geschaffen werden, das auch die Kommunikations- und Informationsgewohnheiten junger Menschen berücksichtigt.

In Zusammenarbeit mit einer Hochschule sollen zusätzlich die kulturellen Bedürfnisse und die tatsächliche Nutzung des bestehenden Kulturangebots durch die unterschiedlichen Altersgruppen und Milieus systematisch ermittelt

werden. Auf Basis dieser Untersuchungen sollen weitere Kulturangebote geschaffen werden, die sowohl die unterschiedlichen Altersgruppen als auch insbesondere die hedonistischen und prekären Milieus erreichen.

Ergänzend zu den Unterstützungsmaßnahmen für die schulischen Kultur-AGs (s. [Punkt 5.4. Kulturelle Bildung](#)) schlägt das Kulturmanagement in Kooperation mit den OadV-Jugendzentren das Pilotprojekt „Jeder kann was – Ein Programm mit Spaßfaktor“ vor. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem Jugendzentrum Halver entwickelt.

Ziel des Projektes ist, Jugendliche und Heranwachsende an Kultur heranzuführen, die man nicht über das Schulsystem erreichen kann, also Personen, die keine Schule mehr besuchen oder die an keiner schulischen AG teilnehmen. Daher ist eine enge Kooperation mit den Jugendzentren geplant, wo die Workshops auch stattfinden sollen.

Das Projekt gliedert sich in vier in sich abgeschlossene Phasen, die im Hinblick auf das zu erreichende Ziel (Heranführung an die eigenständige organisatorische und künstlerische Vorbereitung eigener Auftritte und Veranstaltungen) eine Einheit bilden.

1. Phase: Kontaktaufnahme und informelle Gruppenbildung

In der ersten Phase sollen in zwangloser Atmosphäre Workshops zu Themen wie Schreiben, Spielen, Bühnentechnik, Kostüme und Make-Up angeboten werden. Diese Workshops sollen von Kunstpädagogen betreut werden.

Für die Teilnehmer stehen schnelle Erfolgserlebnisse und ein hoher Spaßfaktor im Vordergrund. Die Pädagogen sollen zusätzlich das Ziel verfolgen, durch Schaffung eines Gruppengefühls und von Verbindlichkeit eine gemeinsame Aufführung mit den Teilnehmern der anderen Workshops vorzubereiten.

2. Phase: Bildung eines Teamgefühls mittels Durchführung eines gemeinsamen Projektes

In der zweiten Phase haben alle Workshopteilnehmer die Möglichkeit, in einem dreitägigen Kulturcamp gemeinsam einen Bühnenauftritt vorzubereiten und probenhalber vor Freunden und Familie aufzuführen.

3. Phase: Öffentliche Aufführung

In der dritten Phase soll ein öffentlicher Auftritt der Teilnehmer auf einer professionellen Bühne erfolgen. Dieser soll als Startveranstaltung das Offene-Bühne-Programm¹⁶ in der Villa im Park in Meinerzhagen eröffnen.

4. Phase: Verstetigung durch eigenständige Auftritte auf einer offenen Bühne

In der vierten Phase soll künftig mehrmals im Jahr eine offene Bühne in der Villa im Park in Meinerzhagen stattfinden, auf der sich Musiker und Schauspieler frei präsentieren können. Auch Künstler von außerhalb der Region können die offene Bühne nutzen.

¹⁶ wird noch entwickelt

5.9. Veranstaltungen

Die Organisation des Festivals „Lampenfieber“ hat die Grenzen ehrenamtlicher Arbeit klar aufgezeigt. Trotz insgesamt starken Engagements der OadV-Kulturakteure wurde Folgendes deutlich:

- Da die freischaffenden Künstler nachvollziehbarerweise vor allem ihre eigenen Arbeiten vermarkten möchten, zeigen sie oft nur wenig Interesse, auswärtige Künstler in die Region zu holen.
- Die Kulturvereine sind laut ihrer Satzungen zum Teil lokal verankert und verfügen daher nicht über geeignete Strukturen für interkommunale Arbeit. Die Vereinsmitglieder, die sich trotzdem bei der Festivalorganisation engagierten, taten dies entweder um ihre eigenen oder die Interessen anderer Vereinsmitglieder zu vertreten.
- Uneigennütziges Engagement allein aufgrund eines allgemeinen Interesses für Kunst und Kultur stellt die Ausnahme dar. Bei diesen Freiwilligen kann es aufgrund der geringeren Verbindlichkeit bei Vorliegen privater Verpflichtungen zu Personalengpässen kommen. Dies kann bei größeren Veranstaltungen die Planung erschweren.
- Die Kulturinstitutionen verfügen neben der Erfüllung ihrer eigenen Aufgaben nur über begrenzte Ressourcen für die Entwicklung weiterer Projekte.

- Das Festival wurde größtenteils vom Kulturmanagement und der Stadt Halver, als Vertreterin der OadV-Kommunen in Verwaltungsangelegenheiten, organisiert. Die jeweiligen städtischen Kulturverwaltungen unterstützten die Organisation derjenigen Veranstaltungen, die in ihrer Kommune stattfanden. Hierbei wurde deutlich, dass die Organisationsprozesse vereinfacht und die städtischen Ressourcen besser gebündelt werden könnten, wenn die Organisation durch eine zentrale Institution erfolgen würde.

Aufgrund der begrenzten Ressourcen wird empfohlen, bei der Organisation von Kulturveranstaltungen mit überregionaler Wirkung zukünftig stärker auf professionelle Kulturanbieter zurückzugreifen, die Komplettpakete für Organisation und Logistik anbieten. Die Finanzierung dieser externen Angebote soll über die Eintrittsgelder erfolgen. Die Programmgestaltung sollte zwischen den vier städtischen Kulturverwaltungen, der Kulturbeauftragten der Stadt Halver und dem Kulturmanagement abgestimmt werden. Ziel ist ein kostendeckendes, interkommunal abgestimmtes Veranstaltungsprogramm.

Die stärkere Verlagerung der Organisation von Veranstaltungen auf externe Anbieter soll es dem Kulturmanagement zukünftig ermöglichen, sich stärker auf die Organisation qualifizierter Maßnahmen zur Professionalisierung der Kulturszene und auf die Entwicklung milieuspezifischer Angebote zu konzentrieren. Die Koordinierungsfunktion als interkommunale Schnittstelle zwischen den Kulturakteuren und den städtischen Kulturverwaltungen einerseits, und zwischen den Kulturakteuren und der Kul-

turregion Südwestfalen bzw. dem Märkischen Kreis andererseits, soll erhalten bleiben.

5.10. Weiterbildung

Ein breites, auf die Kulturakteure zugeschnittenes Weiterbildungsangebot soll dazu führen, professionelle Standards in der Region zu etablieren. Dazu gehören beispielsweise:

- Seminare zum Thema Veranstaltungsorganisation (Versicherungen, Gema, Vermarktung, rechtliche Verpflichtungen etc.) in Kooperation mit der VHS
- Fachworkshops für Lehrer, die an den Schulen AGs zu kulturellen Themen leiten
- Informations- und Diskussionsveranstaltungen zu den Ergebnissen der regionalen Milieuforschung

Um diesen Zweck zu erfüllen, wurden bereits konkrete Maßnahmen umgesetzt bzw. sind geplant:

Musikszene (s. Punkt 5.5. „create music“)

Theater

2013 und 2014 haben unter professioneller Leitung zwei Improvisationsworkshops stattgefunden. Diese hatten das Ziel, die Bühnenpräsenz der Teilnehmer der schulischen Theater-AGs mittels praktischer Übungen zu verbessern. In der Folge haben sich bereits mehrere Teilnehmer als Nachwuchsschauspieler einer in der Region etablierten Theatergruppe angeschlossen.

Organisation

In Kooperation mit dem Servicebüro der Kulturregion Südwestfalen hat im Februar 2015 im Kreativzentrum Kierspe ein Workshop zum

Thema „Fundraising“ für ehrenamtlich tätige Kulturakteure stattgefunden. Auf vielfachen Wunsch der Teilnehmer ist ein Anschlussworkshop zur Vertiefung der Inhalte geplant.

6. Priorisierungstabelle

Maßnahmen	Zeit- raum	Pri- orität	Stand	Ort	Zustän- digkeit / Träger der Maßnahme	(Mögliche) Koopera- tionspartner	(Mögliche) Finanzierung	Kosten	Handlungs- felder
Ehrenamt									
Erweiterung der Kultur AG und Aufteilung der Mitglieder auf thematische Arbeitsgruppen für die Umsetzung der Maßnahmen	Q2 2015	I	in Vorbe- reitung	Schiefer- häuser Halver					Vernetzung
Die Akteure der Kultur AG müssen in der noch zu gründenden Institution in Form eines Beirats vertreten sein	2015	I a	in Vorbe- reitung						Organisation / Vernetzung
Finanzen und Controlling									
Die Kulturprogramme und Kultureinrichtungen der vier Kommunen müssen unter Rentabilitäts- und Besucheraspekten analysiert werden. Kurzfristiges Ziel ist die Harmonisierung der Programmgestaltung auf OadV-Ebene. Langfristig soll es eine gemeinsame Programmgestaltung geben.									
Rentabilitätsanalyse (Einnahmen, Ausgaben, Besucherzahlen) für Veranstaltungen und Kultureinrichtungen	2015	Ia			Kommunen, Vereine, Kultur- institutionen				Management
Besucheranalyse (Zahlen, Altersstruktur, Herkunft)	2015	Ia			Kommunen, Vereine, Kultur- institutionen				Management
Infrastruktur									
Verlegung des Kulturmanagement-Büros in die Häuser der Kultur	2015	I		Schiefer- häuser Halver	Halver				Management
Schaffung einer Anlaufstelle für Kultur (und Tourismus)	2016	II		Schiefer- häuser Halver	OadV-Kommunen		OadV-Kommunen & Sponsoring		Vernetzung
Gründung einer Artothek, um regionale Kunstwerke an Privatpersonen und Unternehmen zu vermitteln	2016	II a		Kreativ- zentrum Kierspe	Kierspe / Kultur AG (Künstler)		Ehrenamt (Personal) + Kierspe (Kosten Kreativzentrum)	Kosten Kreativzen- trum	Professionalisi- erung / Marketing
Kooperations- und Vernetzungsprojekte									
OadV wird Stützpunkt von „create music“	2015	I	umge- setzt	Schiefer- häuser Halver		Kultur AG (Sparte Musik)			Vernetzung
Organisation einer Workshopreihe zur Professionalisierung der Musikszene	ab 2015	Ia	umge- setzt	Kreativ- zentrum Kierspe + Häuser der Kultur Halver		create music	create music		Professionalisi- erung + milieuspezifisches Angebot
und eines Konzerts mit jungen OadV-Bands als Abschluss- veranstaltung	2015	Ib	in Vorbe- reitung	Rathausplatz Schalksmüh- le oder Heesfelder Mühle		create music / Fa. TG Events / Kultur AG (Sparte Musik)	create music (50%) + OadV (25%) + Ehrenamt (25%)	8.000 EUR	Professionalisi- erung + milieuspezi- fisches Angebot + Tourismus
Kulturelle Bildung									
Gewinnung des Bakelit-Museums und des Schleiper Hammers für das Programm „Südwestfalen macht Schule“	2015	Ia	in Bear- beitung		Heimatverein Kierspe	Programm „Südwestfalen macht Schule“ (Kreis Olpe, Ulrike Beckmann, Bärbel Haustein)	Kierspe / Ehrenamt	1.000 EUR	Vernetzung + zielgruppenspezi- fisches Angebot (Kinder)

Maßnahmen	Zeit- raum	Pri- orität	Stand	Ort	Zustän- digkeit / Träger der Maßnahme	(Mögliche) Koopera- tionspartner	(Mögliche) Finanzierung	Kosten	Handlungs- felder
Weiterführung der Schauspiel-Workshops für Jugendliche	ab Q3 2015	II	erledigt	Kreativzen- trum Kierspe	VHS		VHS Volmetal		Vernetzung + zielgruppenspezi- fisches Angebot (Schüler)
Pilotprojekt für die schulischen Theater-AGs: Informationsveranstaltung mit den Lehrern, ein pädagogischer Workshop für die Lehrer, vier Workshops mit den Schülern	ab Sept. 2016	II a		Kreativzen- trum Kierspe / Schiefer- häuser Halver / OadV- Schulen		Karsten Thiesbrummel (Leiter der Theater-AG des Anne-Frank-Gym- nasiums) / Westfälisches Landestheater / VHS Volmetal	Schulen + „Kultur- rucksack“ + Landesprogramm „Kultur und Schule“	1.500 EUR	Vernetzung + zielgruppenspezi- fisches Angebot (Kinder)
Unterstützung kommunaler Einrichtungen bei der Implementierung von durch das Land NRW geförderten Bildungsprogrammen wie JeKits (Jedem Kind Instrumente, Tanzen, Singen)	2015 / 2016	Ia				Musikschulen und Schulen (ab 2. Klasse) in der Region OadV	JeKits-Stiftung, Schulen, Spenden und Sponsoring		Vernetzung + zielgruppenspezi- fisches Angebot (Kinder)
oder „Leselust“		Ia	in Vorbe- reitung	OadV-Stadt- büchereien	Stadtbüchereien in der Region OadV	„Leselust“ Kulturzentrum Pelme (Jürgen Breue)	OadV-Kommunen & Sponsoring	Mitglieds- beitrag + 50% der Veranstal- tungskosten	Vernetzung + zielgruppenspezi- fisches Angebot (Kinder)
Abitur-Theaterprogramm	ab 2017	III	in Bear- beitung	Stadhalle Meinerzha- gen		Westfälisches Landestheater	Ticket-Verkauf	angefragt	Zielgruppenspezi- fisches Angebot (Schüler)

Marketing und Kommunikation

Schaffung eines gemeinsamen OadV-Veranstaltungskalenders (Print und Web) & einer OadV-Facebookseite	2013		umge- setzt		Verlag „Märki- sche Zeitungen“	Stadtmarke- ting-Vereine	Anzeigen		Management, Tourismus
Umstrukturierung der OadV-Webseite	2016	II			Kommunen OadV / AG Tourismus		Fördermittel (Kom- munikation)		Management, Tourismus
Wiederauflage der OadV-Zeitung „Hallo Volmetal“	2013		erledigt		Verlag „Märki- sche Zeitungen“	Stadtmarke- ting-Vereine	Anzeigen		Tourismus
Gründung des Stammtischs „Kultur und Marketing“	2013		erledigt						Management
Entwicklung einer Corporate Identity für OadV	2013		erledigt						
Beschaffung von Litfaßsäulen für die Bewerbung kultureller Veranstaltungen (4 Säulen, eine pro Stadt, Aufstellung jeweils in den Innenstädten)	2016	III		Innenstädte OadV	Kommunen OadV / Stadtmarketing		Verfügungsfonds / Stadtmarketing	12.000 EUR	Tourismus
Produktion eines Kultur- und Tourismusprospektes für OadV mit Öffnungszeiten, öffentlichen Führungen und Freizeitaktivitäten. Zwecks überregionaler OadV-Vermarktung. Erstellung des Pros- pektes in Abstimmung mit dem Märkischen Kreis und der Region Südwestfalen.	2016	III			Kommunen OadV / Stadtmarketing / Tourismus AG	Märkischer Kreis (Kultur und Tourismus)	Fördermittel (Kom- munikation)		Tourismus

Mobilität

Einsatz aller OadV-Bürgerbusse bei ausgewählten Kulturveranstal- tungen (max. 9 Veranstaltungen pro Quartal)	Q4 2015	Ib	in Vorbe- reitung			Bürgerbusvereine OadV / Stadtmar- keting-Vereine	Busticket-Verkauf		Vernetzung
---	------------	----	----------------------	--	--	--	-------------------	--	------------

Programmgestaltung für die neuen Kulturorte

Organisation von wechselnden professionellen Ausstellungen	ab 2014	I c	gestartet	Kreativzen- trum Kierspe		Kultur AG (Sparte bildende Kunst)	Kierspe / Ehrenamt	3.000 EUR (1.500 EUR x 2)	Tourismus
Partizipative Ausstellungs- und Konzertreihe unter Mitwirkung der Bevölkerung (neue u. alte Bürger)	ab Q4 2015	I a	gestartet	Kreativzen- trum Kierspe	Menschen helfen e.V.	Kultur AG (Sparte bildende Kunst / Musik)	Regionale Kulturpolitik / OadV-Kommunen	500 EUR	Milieuspezifisches Angebot (neue Bürger)
Organisation von Wechselausstellungen mit Kunstwerken aus dem Bestand der Artothek	ab 2017	III		Kreativzen- trum Kierspe	Kultur AG	Kultur AG	Ehrenamt / OadV-Kommunen	1.500 EUR (500 EUR x 3)	Professio- nalisierung
Übernahme der REGIONALE-Ausstellung „Grenzbeziehungen“ und thematische Erweiterung auf Kierspe (Bakelit-Museum)	Q4 2015	I	in Vorbe- reitung	Kreativzen- trum Kierspe	Kierspe	Heimatverein Kierspe (Hans Ludwig Knau), Projekt „Was- ser-Eisen-Land“ (Stephan Sensen, Susanne Thomas)	OadV-Kommunen	angefragt	Industriekultur + Vernetzung

Maßnahmen	Zeitraum	Priorität	Stand	Ort	Zuständigkeit / Träger der Maßnahme	(Mögliche) Kooperationspartner	(Mögliche) Finanzierung	Kosten	Handlungsfelder
Bakelit-Ausstellung Exponate: Bakelit-Museum, Schleiper Hammer Kierspe, Sammlung Flier, Privat-Exponate	2017	III a		Villa Wippermann Halver		Sammlung Flier, NRW Stiftung, Bakelit-Museum	Landschaftsverband Westfalen-Lippe/ OadV-Kommune	3.500 EUR	Industriekultur + Vernetzung
Eröffnungsveranstaltung: Ausstellung über die wirtschaftliche Entwicklung der Region OadV (historische Entwicklung, Produkte, Zukunftsvision)	2017	III		Villa Wippermann Halver		Heimatvereine OadV, ASS	Landschaftsverband Westfalen-Lippe/ OadV-Kommune	3.500 EUR	Industriekultur + Vernetzung
Objektdesign-Ausstellung: Eine Gruppenausstellung der Graphikdesigner aus der Region OadV (auch Industriedesign)	2017	III b		Villa Wippermann Halver		Stadtmarketing-Vereine	OadV-Kommunen		Industriekultur
Openair-Kino (Filmreihe)	ab Q3 2015	I	in Vorbereitung	Rathausplatz Schalksmühle	Schalksmühle	Mobiles Kino Südwestfalen: http://www.filmriss.de/projekt-kino/open_air	Schalksmühle		Tourismus
Openair-Theater, -Musical	ab Q3 2016	I	in Vorbereitung	Rathausplatz Schalksmühle	Schalksmühle	Westfälisches Landestheater	Schalksmühle	abhängig vom Theaterstück	Tourismus
Steuerung und Koordination									
Gründung einer OadV-Trägerstruktur / einer OadV-Institution mit eigener Rechtspersönlichkeit und Ressourcen	2016	Ia	in Vorbereitung	Häuser der Kultur Halver	OadV-Kommunen		OadV-Kommunen + Privatwirtschaft		Management
Tourismus und Kultur									
Akustik- und Kunststrecke	2017	III			AG Tourismus	Stadtmarketing-Vereine			
Fortsetzung des Kulturfestivals „Lampenfieber“	2017	I		OadV	OadV-Kommunen / Kultur AG		Ticketverkauf / OadV-Kommunen / Regionale Kulturpolitik	30.000 EUR f. die OadV-Kommunen	
öffentliche Führung „Besichtigung von Künstler-Ateliers“ (einmal pro Monat)	2016	II		Künstler-Ateliers	Kultur AG	Bürgerbus-Vereine	Ehrenamt		
Weiter- und Fortbildung									
Organisation von Workshops zur Professionalisierung der Kulturszene	ab 2015	II	gestartet	Kreativzentrum Kierspe / Schieferhäuser / OadV-Schulen		Kulturregion Südwestfalen / VHS Volmetal / create music	Regionale Kulturpolitik / OadV-Kommunen	1.000 EUR	Professionalisierung
Zielgruppenspezifische Angebote									
Kulturprojekt „Jeder kann was“	2016					OadV-Jugendzentren	Regionale Kulturpolitik oder „Kulturrucksack“ + Crowdfunding + Patenschaft + Sponsoring + OadV-Kommunen		
In jedem Jugendzentrum werden thematische Workshops angeboten (Schreiben, Spielen, Kostüme & Make-Up, Bühnentechnik). Die Workshops werden von Pädagogen geleitet. Dabei fließen auch die unterschiedlichen kulturellen Hintergründe der Teilnehmer ein.	Q1-Q3 2017	III	in Vorbereitung	OadV-Jugendzentren		OadV-Jugendzentren		angefragt	Vernetzung + milieuspezifisches Angebot + kulturelle Bildung
Kulturcamp: Die Workshop-Teilnehmer kommen zusammen, um innerhalb von 3 Tagen eine gemeinsame Performance zu inszenieren. Das Ergebnis wird am Ende des Camps vor Publikum aufgeführt.	Q4 2017	III	in Vorbereitung	OadV-Jugendzentren		OadV-Jugendzentren		angefragt	Vernetzung + milieuspezifisches Angebot + kulturelle Bildung

Anhang

1.

ASS Umfrage

Regionales Integriertes Entwicklungs- und Handlungskonzept

Oben an der Volme

Meinerzhagen I Kierspe I Halver I Schalksmühle

Kultur Arbeitsgemeinschaft 04.07.2011, 17 h, Halver

Art Volmetal

Bestandsaufnahme und zukünftiges Profil der kulturellen Angebote in der Region
Ergebnisse

Teilnehmerinnen

Stadt Halver
Stadt Kierspe
Gemeinde Schalksmühle

Kultur pur
Kult
KuK
VAKT

Martina Schnerr-Bille, Theatergruppe vhs Volmetal

Ulrich Kett, Künstler

1. Bitte nennen Sie Kulturschaffende, Vereine, Einrichtungen, die sich mit Kunst, Musik, Theater befassen

siehe Anlage

2. Bitte stellen Sie Ihre Prämissen einer regionalen Kulturarbeit dar

Nennungen

Häufigkeit der Nennungen

Inhaltlich

Koordination über Kulturbüro

•••

Kontinuierliche Interaktion von Freischaffenden,
Vereinen I Städten I Gemeinden I Schulen I Wirtschaft

•••

Exklusivität von Veranstaltungen
-Lesungen
-Ausstellungen

•

Abwechslungsreiche Veranstaltungen
Regionalen Bezug herstellen

•••

•

Finanziell

Einwerben von Sponsorengeld
Etat in/im Investitionshaushalt einstellen und sichern
Räumlich
Unterschiedliche, qualifizierte Veranstaltungsräume
Kirchen
Plätze
Hallen
Schulen

•

••

••••

Häuser der Kultur etablieren

•

3. Nennen Sie Nachfrage und Zielgruppen, unter besonderer Berücksichtigung von Kindern und Jugendlichen

Nachfrage

Kleinkunst

•

Kunst-, Theater-, Musikangebote für Kinder und Jugendliche

•

Probeorte/Selbstorganisation von Jugendlichen

•••

Lesungen

•

Kleinkonzerte	••
klassische Musik	
Ferienangebote	•
Fotoausstellung	•
Public viewing	•
Märkte	•
Zielgruppen Kinder Jugendliche Ältere Menschen	
Kinder	•••
Jugendliche	•••
Ältere Menschen	•
Junge Erwachsene	•
Junge Familien	•
Alle Altersgruppen	•••

**4. Bitte stellen Sie Synergien
a) vorhandene und b) gewünschte dar, die für Sie wichtig sind**

Kultur und Bildung	
Kooperation mit allen Schulformen und Jugendzentren etablieren und/oder steigern	••
Kinderkulturtage etablieren	•
Kultur und Wirtschaft Kreditinstitute	
intensives (professionelles) Sponsoring nötig	•••
Stadtmarketing und	•
Werbegemeinschaften /Einzelhändler einbeziehen	•
Kultur und Image	
Sicherung und Steigerung durch	
- hochwertige Veranstaltungen in der Region wie	••
- qualitätvolle, überregionale Pressearbeit, Zusammenarbeit mit Regionalsender	•
- Homepage qualifizieren	
- Zusammenarbeit mit Heimat- und Geschichtsvereinen pflegen und steigern	•
Haus der Kultur realisieren	•
Kultur und Tourismus	
Benennung und Ausbau touristischer Felder nötig	•
Vernetzung tourismusrelevanter Vereine	•
Kultur und Lebensqualität	
Bürgernahe Veranstaltungen für breite Mehrheit zugänglich machen	••
erschwingliche Eintrittspreise	•
kurze Wege zu Veranstaltungsorten, z. B. über Sammeltaxen	••

5. Wie sieht die kulturpolitische Entwicklung | das zukünftige Profil der Region aus Ihrer Sicht aus?

Sicherung und Steigerung des Profils	
-durch Stärkung des (Grund-)Angebots für Kinder und Jugendliche und ältere Menschen (demografischen Wandel einbeziehen)	•••
- Koordination von Angeboten in der Region (schafft Transparenz und Strahlkraft)	•••
- Häuser der Kultur schaffen	••
- Kontinuierliche Zusammenarbeit mit der Wirtschaft etablieren	••
- Kontinuierliches Marketing einrichten	•••
- Tourismus fördern	•

- Wanderwege ausbauen •
- Übernachtungsmöglichkeiten schaffen •
- Mobilität schaffen
 - durch Sammeltaxen •
 - Reaktivierung der Bahnlinie •
- Qualitätsvolle Rastmöglichkeiten (Gastronomie) schaffen •
- Mehr kommunale Unterstützung, finanziell und durch Politikerinnen ••

6. Sicherung des Kulturangebots durch regionale Kooperation; bitte nennen Sie Veranstaltungen, Aktionen und Projekte, die Ihnen besonders wichtig sind, und stellen Sie Kooperationsmöglichkeiten dar

- Netzwerke/Koordination von Profis durch Profis ••••
- Kooperation von Künstlern, inhaltliche Programmerweiterung •••
- Mehr Unterstützung durch Kommunen (besonders bei Großveranstaltungen) •••
- Vernetzung von Aktionen mit themenbezogenen Angeboten der Gastronomie •
- Überregionale Vermarktung = größere Projekte möglich •

Aktionen /Projekte

- Musical (Theatergruppe, vhs und Musikgruppen) •
- Regionale Aktionen •
- Gartenkunst im Volmetal - offene Gärten •
- Tag des Denkmals •
- Mühlentag •

7. Nennen Sie besondere Orte, in denen besondere Veranstaltungen stattfinden sollen

- Moderne, technisch gut ausgestattete Veranstaltungsstätte nötig für Großveranstaltungen •
- Häuser der Kultur realisieren (für intime Aktionen) •
- Bakelitmuseum •
- Kirchen •
- Plätze •
- Rathäuser •
- Schulen •
- Gut Haarbecke •
- Geeignete Denkmäler (Brennerei Rösahl Schleiper Hammer) ••
- Industriegebäude •
- Gebäude für Jugendliche und junge Erwachsene bereit stellen (keine Schule!) •
- ZOB •
- Leerstehende Ladenlokale für Ausstellungen, Aktionen nutzen •

8. Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit - wie stellen Sie sich diese vor?

- Eigenes Engagement •
- Qualifizierte, interkommunale Pressearbeit •••••
- Gemeinsame, regionale Internetseite mit professioneller Pflege ••••
- Über alle Veranstaltungen kontinuierliche, zielgruppenorientierte Werbung •
- Gutscheine, Gewinnspiele •

9. Welche kulturellen Aktivitäten/Aktionen haben eine touristische Relevanz?

- Größere gemeinsame Konzerte mit bekannten Künstlern •
- Ausstellungen •

- Kabarett •
- Kulturwanderroute •
- Kulturradroute •
- Vernetzung mit Aktivitäten rund um die Glörtalsperre •

10. Welche kulturellen Aktivitäten/Aktionen haben eine regionale Relevanz?

- Bürgernahe, identitätsstiftende Veranstaltungen •
- Jährlich wiederkehrende Aktionen, Motoball z. B. ••
- Gehobene Kleinkunst •

11. Welche Projekte haben eine besondere Nachhaltigkeit?

- Breit gefächertes Angebot für unterschiedliche Alters- und Nutzergruppen •
- Außerschulische Lernorte (Hämmer z. B.) •
- Beteiligung der Menschen an Projekten •
- Eigeninitiative (s. Alter Markt) •
- Kulturarbeit als solche •
- Einzelnenungen
- Kindertheater •
- Kulturwanderroute •
- Bündelung von Vereinsaktivitäten •
- Attraktive Räume | Atmosphäre •

Art Volmetal

Handlungsfelder

1. Kontinuierliche Interaktion/Kooperation von Freischaffenden, Vereinen, Gemeinden, Schulen, Wirtschaft im Bereich der Kultur
2. Professionelle Koordination von Veranstaltungen, Aktionen, sonstigen Angeboten über ein Kulturbüro
 - zur Schärfung des regionalen Profils
 - um Transparenz zu schaffen
 - um Sponsoring zu betreiben
 - zur Erstellung eines regionalen Veranstaltungskalenders
 - durch Bündelung von Vereinsaktivitäten
3. Qualitätsvolle Angebote für alle Alters- und Nutzergruppen (demografischer Wandel) - besonders Kinder und Jugendliche über Kultur an die Kommune binden
 - Probe- und Aufführungsorte (Selbstorganisation) für Jugendliche zur Verfügung stellen
4. Stetiges Prüfen der Nachfrage (über Kulturbüro)
 - dadurch auch finanzielle Effizienz stabilisieren
5. Sicherung des finanziellen Engagements der öffentlichen Hand
6. Stärkung des privaten Engagements durch mehr politische und gesellschaftliche Anerkennung
7. Steigerung des Angebots von exklusiven, abwechslungsreichen Veranstaltungen und Aktionen
8. Sicherung besonderer Orte für besondere kulturelle Angebote
 - Atmosphäre schaffen, Kirchen für kleine Konzerte
 - Parks
 - Plätze
 - Industriehallen für Rockkonzerte z. B.
 - kostenlos zur Verfügung stellen
9. Schaffung anerkannter, neuer Orte für Kultur
 - Häuser der Kultur in den vier Kommunen aus- und umbauen
10. Bildung durch Kultur – Kultur durch Bildung
 - Schulen, Kindergärten, Jugendzentren, Jugendparlamente, Jugendamt, Kulturstadtamt in die Interaktion und Koordination grundsätzlich integrieren
 - Außerschulische Lernorte (Naturgärten, Hämmer etc.) einrichten
 - Beteiligung von privaten Akteuren
11. Stärkung und Förderung (des Zusammenspiels) von Kultur und Tourismus

- Heimat- und Geschichtsvereine der Region einbinden und vernetzen
 - Touristische (Arbeits-)Felder benennen
 - Mobilität über Bahn, Bus, Rad schaffen
 - Qualitätsvolle Gastronomie etablieren
 - innerhalb der Kommunen
 - an Rastorten
 - gute Übernachtungsmöglichkeiten einrichten
 - Vernetzung von kulturellen Aktionen mit themenbezogenen Angeboten der Gastronomie und von Einzelhändlern
12. Steigerung des kulturellen Images der Region und ihrer Kommunen durch
- hochwertige gemeinsame Veranstaltungen
 - jährlich wiederkehrende Aktionen
 - Kommunikation über jour fixe
 - Stadtmarketing, Werbegemeinschaften, Einzelhändler einbeziehen
 - Erhöhung der Lebens- und Aufenthaltsqualität = alltagskulturelle Angebote
 - erschwingliche Eintrittspreise
 - Qualitätsbewusste, überregionale Vermarktung und Pressearbeit
 - Gutscheine/Gewinnspiele
13. Qualifizierung, Steigerung der Öffentlichkeitsarbeit durch
- kontinuierliches, interkommunales, professionelles Marketing
 - zielgruppenorientierte Werbung
 - überregionale Pressearbeit/Printmedien
 - den Regionalsender
 - gemeinsame regionale Internetseite

2.

Abschlussdokumentation

Kulturplanungsprozess der vier Kommunen „Oben an der Volme“ Kooperation Meinerzhagen/Kierspe/Halver/Schalksmühle

Anstoß zur Bewerbung für die Teilnahme am Pilotprojekt

Im Jahr 2008 bekam die neugegründete Region Südwestfalen den Zuschlag, an dem Strukturförderprogramm Regionale 2013 des Landes Nordrhein-Westfalen teilzunehmen. Zu dieser Region gehört auch der Märkische Kreis.

Unter dem Titel „Oben an der Volme – ein Fluss verbindet“ haben sich die Kommunen Meinerzhagen, Kierspe, Halver und Schalksmühle zum Ziel gesetzt, über ein Regionales Integriertes Entwicklungs- und Handlungskonzept –RIEHK- eine nachhaltige Entwicklungsstrategie zu erarbeiten und zu verfolgen.

Zwei von den elf Leitprojekten des RIEHK sind die Häuser der Kunst und die Etablierung einer Kunst- und Kulturachse in den vier Volmetalkommunen. Vor diesem Hintergrund entstand das Handlungsfeld „Art Volmetal“.

Unter Federführung der Stadt Halver und des Düsseldorfer Architektur-, Stadtplanung- und Stadtentwicklungsbüros ASS wurden für die Erarbeitung eines Kulturentwicklungsplans für die Region „Oben an der Volme“ und für ein Kulturmanagement für die Häuser der Kultur/ Art Volmetal der Region „Oben an der Volme“ Fördermittel des Landes NRW beantragt und bewilligt.

Am 28.03.2012 wurde dem Projekt der Regionale 2013 „Oben an der Volme“ der 3. Stern verliehen, die höchste Zertifizierung der Regionale.

Im Juni 2012 wurde von der LWL-Kulturabteilung die „Kulturagenda Westfalen“ ins Leben gerufen. Ziel ist, Kunst und Kultur in Westfalen-Lippe zu stärken, besser sichtbar zu machen und damit zur Profilbildung der Region Westfalen-Lippe beizutragen. Städte und Gemeinden wurden eingeladen, sich zu beteiligen. Die vier Volmekommunen entschieden sich aufgrund des Projektes „Art Volmetal“ und der damit einhergehenden Entwicklungen, sich um die Teilnahme am Planungsprozess als Pilot zu bewerben, um mit Unterstützung des LWL die „Art Volmetal“ fachlich fundiert weiterzubringen und die Ergebnisse des Prozesses in das Kulturmanagement und die Kulturentwicklungsplanung einfließen zu lassen.

Der LWL nahm diese neue Form interkommunaler Zusammenarbeit mit Interesse auf.

Am 04.10.2012 erhielt die Stadt Halver stellvertretend für alle vier Volmekommunen vom LWL die erfreuliche Nachricht, unter 18 Bewerbungen als eine von 8 Bewerbungen von der Steuerungsgruppe ausgewählt worden zu sein.

Beginn des Projektes

Den Auftakt bildete eine gemeinsame Sitzung der Kulturausschüsse der Kommunen Meinerzhagen, Kierspe, Halver und Schalksmühle am 03.12.2012 im Pädagogischen Zentrum der Stadt Kierspe unter dem Vorsitz des Kiersper Kulturausschussvorsitzenden Herrn Clemens Wieland. Diese Sitzung war eine Premiere für die Region „Oben an der Volme“ und somit etwas Besonderes. Thema der öffentlichen Sitzung mit Möglichkeit zur Diskussion war die Fragestellung „Zukunft der Kultur in der Region Oben an der Volme; welche gesellschaftlichen Entwicklungstrends werden die Rahmenbedingungen beeinflussen?“ Eingeladen waren neben den Kulturverantwortlichen in Politik und Verwaltung weitere lokale Akteure, die einen Bezug zur kulturellen Entwicklung der Region haben, wie Volkshochschule, Musikschule, Kulturschaffende, Kulturförderer, Mitwirkende der „Art Volmetal“ Vertreter von Vereinen, Vertreter der heimischen Wirtschaft sowie kulturinteressierte Bürgerinnen und Bürger. Ein besonderes Anliegen war, auch junge Menschen und Menschen mit Migrationshintergrund für die Teilnahme am Planungsprozess zu gewinnen.

Die Moderation der Veranstaltung erfolgte durch Herrn Reinhard Richter von der Richterberatung Osnabrück und Beauftragter des LWL. Herr Richter informierte über die Planungsschritte und Termine sowie deren Inhalte.

Ablauf des Planungsprozesses

SWOT-Analyse (Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken) am Mittwoch, 30.01.2013 in der Zeit von 17 - 20 Uhr in der Realschule Halver

In dem Workshop ging es darum, die Ausgangslage in den vier Kommunen anhand folgender Fragestellungen zu analysieren:

- Was machen wir gut im Kulturleben in unserer Region?
- Was sind unsere Stärken?
- Was fehlt, was müssen wir verbessern?
- Welche Chancen haben wir?
- Welche Risiken müssen wir mit bedenken?

In wechselnden Gruppen wurden der Fragestellung entsprechende Inhalte erarbeitet. Auch die Jugend war angemessen vertreten. Es ergaben sich eine Reihe von neuen Sichtweisen. Die Moderatoren der Arbeitsgruppen stellten zum Ende der Veranstaltung die Ergebnisse vor. So wurden die Stärken der Region im bürgerschaftlichen Engagement, in den bestehenden Kunst- und Kulturgruppen sowie den Kulturbeauftragten gesehen. Als Schwäche wurde allgemein gesehen, dass es im oberen Volmetal mit der Stadthalle Meinerzhagen nur einen großen Veranstaltungsort gibt. Andererseits wurde dies auch als Chance gesehen, kreativ zu werden und Alternativen zu finden. Negativ sei, dass die vier Kommunen keinen gemeinsamen Veranstaltungskalender haben (Anmerkung: Der gemeinsame Veranstaltungskalender „Oben an der Volme“ ist seit Dezember 2013 online www.oben-an-der-Volme.de). Auch wurde bemängelt, dass es für die Jugend zu wenige attraktive Angebote gibt.

Als Chance wurde gesehen, dass durch ein attraktives Angebot die Region aufgewertet wird und eine regionale Identität entstehen kann. Als Risiko wurde eingeschätzt, die Finanzierung der Kulturangebote nachhaltig sicherzustellen.

Visionenkonferenz am Samstag, 04.05.2013 in der Zeit von 10-17 Uhr in der Stadthalle Meinerzhagen

Die Visionenkonferenz zielte darauf ab, Wünsche und Ideen für die Zukunft der Kultur in der Region abzufragen und eine gemeinsame Vision entstehen zu lassen, die die Kultur in der Region weiterentwickelt. Aus jeder Kommune haben Visionsgeber/innen ihre ganz persönliche Sicht zum Thema vorgetragen. Die gemeinsam in den Arbeitsgruppen entwickelten Visionen wurden im Plenum vorgestellt und anschließend zusammengefasst in der

Kulturvision „Oben an der Volme“ 2025

Kultur „Oben an der Volme“ ist kein Luxus. Sie ist eine wichtige gemeinsame Aufgabe. Sie wird als gesellschaftlich unverzichtbar betrachtet und wirkt in die Gesellschaft zurück.

In unserer Region ist eine kulturelle Identität entstanden, die verbindend nach Innen wirkt und von Außen als starke Marke wahrgenommen wird.

Halver, Kierspe, Meinerzhagen und Schalksmühle entwickeln das Kulturleben gemeinsam unter Beibehaltung ihrer eigenen Individualität. Es sind viele interessante Netzwerke und Kooperationen entstanden. Durch eine Koordinierungsstelle ist eine gemeinsame Informations- und Kommunikationsplattform geschaffen worden, die Projekte plant, unterstützt und an der Umsetzung mitwirkt.

Das Kulturleben ist nachhaltig finanziell gesichert. Kommunen, örtliche Wirtschaft, Bürgerinnen und Bürger sowie andere Geldgeber tragen dazu gemeinsam bei.

Alle Menschen, unabhängig ihrer sozialen und kulturellen Herkunft sowie ihrer ökonomischen Möglichkeiten, können aktiv am Kulturleben mitwirken.

Junge Menschen in der Region können ihr künstlerisches Schaffen entwickeln und präsentieren. Dafür sind geeignete Plattformen und Spielräume geschaffen worden. Sie werden dabei durch Infrastrukturen und professionelle Beratung unterstützt. Sie übernehmen Mitverantwortung für das gemeinsame Kulturleben.

Die kulturelle Bildung hat in Kindertagesstätten und Schulen einen hohen Stellenwert gewonnen; die Kulturarbeit hat dieselbe Bedeutung wie andere Unterrichtsfächer. Auch außerhalb der Kindertageseinrichtungen und der Schulen können Kinder und Jugendliche viele Angebote der kulturellen Bildung, der Talentförderung und der Mitwirkung am Kulturleben nutzen.

Das Kulturleben ist vielfältig und interdisziplinär. Es sind Veranstaltungsformen entstanden, in denen Sport und vielfältige Künste zusammenwirken. Regelmäßig finden Events an attraktiven Orten statt, die überregional und international Aufsehen erregen und auch von vielen Menschen außerhalb der Region besucht werden.

Die Zugänglichkeit zu allen Kulturaktivitäten ist durch die Entwicklung von intelligenten Mobilitätssystemen, die für alle bezahlbar sind, erreicht worden.

Künstlerinnen und Künstler werden für ihre Arbeit bezahlt. Dazu hat auch ihre nachhaltige Mitwirkung in Schulen beigetragen. Sie werden bei ihrer Arbeit durch geeignete Infrastrukturen, Ausstellungs- und Präsentationsmöglichkeiten unterstützt. Es ist ein Markt für künstlerisches Schaffen entstanden.

Zielkonferenz am Dienstag, 04.06.2013 in der Zeit von 17 – 20 Uhr im Pädagogischen Zentrum Löh in Schalksmühle

Die Zielkonferenz diente dazu, die Visionen aus der Visionenkonferenz zu konkretisieren und gemeinsame Ziele auszuarbeiten.

- Was sind unsere Ziele?
- Woran merken wir, dass wir unsere Ziele erreichen?

Politik und Wirtschaft

1. Die Finanzierung der gemeinsamen Kulturarbeit „Oben an der Volme“ soll langfristig und nachhaltig durch Beiträge der vier Kommunen (unabhängig von deren Haushaltssituation), Sponsoring der Wirtschaft und Mäzenatentum der Bürgerinnen und Bürger gesichert werden
2. Bildung einer Verantwortungsgemeinschaft von Arbeitgebern und Kommunen zur Sicherung der kulturellen Infrastrukturen und der Weiterentwicklung des Kulturlebens
3. Vereinbarung eines Kulturrahmenabkommens der vier Volmetal-Kommunen (gemeinsames Kulturbudget, Kulturkonferenz als Organ)
4. Künstlerinnen und Künstler sollen günstige Rahmenbedingungen für ihr Schaffen erhalten

5. Die Bedeutung künstlerischen Schaffens für die Attraktivität der Region vermitteln (Bestandsaufnahme, Künstlerverzeichnis,...)
6. Kulturtechnische Infrastrukturen für künstlerische Arbeit und Präsentation schaffen und professionelle Unterstützung (Koordinationsstelle, Vermarktung von Kunst, ...) anbieten
7. Die nachhaltige Mitwirkung der Künstlerinnen und Künstler in Bildungseinrichtungen, Freizeiteinrichtungen und Wirtschaft unterstützen
8. Kooperation und Kommunikation der Kulturschaffenden (regelmäßige Treffen ...) verbessern

Kultur regional, überregional

9. Ein regionales Kulturbewusstsein / gemeinsame Identität „Oben an der Volme“ unter Wahrung der örtlichen Identitäten- entwickeln
10. Eine gemeinsame Marke für das Kulturleben „Oben an der Volme“ entwickeln und regional und überregional kommunizieren
11. Interdisziplinäre (Kultur und Sport, Kultur und Landschaft, Industrie und Kulturlandschaft) überregional ausstrahlende Events entwickeln
12. Einbeziehung der Städtepartnerschaften in das Kulturleben

Zugang zum Kulturleben

13. Alle Menschen – unabhängig von Alter, sozialer und ethnischer Herkunft und ihren wirtschaftlichen Lebensbedingungen („Kulturtafel“) - können aktiv am Kulturleben teilnehmen.
14. Kultur erreicht alle Bevölkerungsgruppen, kommt zu den Menschen (besondere Angebote für Familien, „Willkommensbeutel Kultur“ für Neubürger)
15. Chancen, im Kulturleben die Integration zu fördern, nutzen

Ehrenamt

16. Das Ehrenamt würdigen (dem Ehrenamt ein Mandat geben), ein Konzept für Formen der Anerkennung entwickeln und umsetzen
17. Konzepte der Ansprache und Mitarbeit - ggf. einen neuen Namen -entwickeln und umsetzen, um Menschen, die bisher nicht ehrenamtlich aktiv sind - besonders auch junge Menschen - für das Ehrenamt zu gewinnen
18. Den notwendigen Unterstützungsbedarf für ehrenamtliche Tätigkeit –(Fortbildungsangebote, Koordinierung, Ehrenamtsagentur ..) feststellen und ein Unterstützungskonzept (Anlaufstelle als Vermittler, Netzwerknoten) entwickeln und umsetzen
19. Die Arbeit der ehrenamtlich Tätigen als gleichwertige Kompetenz würdigen
20. Vertreter der ehrenamtlich Tätigen an Entscheidungen beteiligen („Kulturbeiräte“)
21. Förderkonzepte für die unterschiedlichen Gruppen von ehrenamtlich Kulturschaffenden entwickeln und umsetzen

Bildung und Bildungsangebote

22. Für Schulen und Kulturanbieter für beide Seiten gewinnbringende Kooperationen – jeweils für die verschiedenen Ganztagsmodelle - entwickeln und umsetzen
23. Schulen und Kulturanbieter sollen beschreiben/zeigen, welchen Nutzen sie gegenseitig anbieten können
24. Entwicklung und Nutzung außerschulischer Lernorte (Begegnungsstätten, Vereinsräume, Kulturcoaching für Lehrkräfte)
25. Kultur, Wirtschaft, Schulen erarbeiten gemeinsam kulturelle Angebote, die die sozialen, persönlichen und beruflichen Kompetenzfelder fördern (ein anerkannter Kulturpass für die Region zum Nachweis und für die Förderung der von Gesellschaft und Wirtschaft geforderten Kompetenzfelder)
26. Kulturangebote für Jugendliche schaffen, die die unterschiedlichen Altersgruppen und Milieus erreichen
27. (Frei) Räume, in denen junge Menschen selbstbestimmt und selbstorganisiert ihre Kultur- und Freizeitbedürfnisse realisieren können anbieten, bei Bedarf Erschließung neuer Räumlichkeiten (Erstellung einer Datenbank über Räume und Raumbedarfe gemeinsam mit den Jugendlichen)
28. Junge Menschen in ihren Kulturaktivitäten professionell unterstützen (EMT – ein Eventmanagement-Team, gut vernetzt mit Verwaltungen, Wirtschaft, Sport, Kulturschaffenden, Vereinen hilft bei Information, Organisation, Räumen, Technik)
29. Entwicklung eines Informationssystems, das auch die Kommunikations- und Informationsgewohnheiten junger Menschen (Facebook-Informationsstrategie, kulturelle Mitmachangebote auf allen Informationskanälen bewerben) berücksichtigt

Koordination/Vernetzung, Marketing, Kommunikation

30. Fortschreibung und Institutionalisierung der professionell besetzten Koordinierungsstelle (Kulturmanager) für Unterstützung, Koordination, Vernetzung, Information und Kommunikation gemeinsamer Veranstaltungen (Veranstaltungskalender, gemeinsames Kulturfestival, Kulturadressbuch) und Support / Beratung einzelner Kulturvorhaben und Kulturveranstalter

Mobilität

31. Entwicklung eines intelligenten, bezahlbaren Mobilitätssystems (Bürgerbusdienste, Mitfahrzentrale, Sammeltaxi) auch um eine bezahlbare Erreichbarkeit der Kulturangebote zu bekommen

Open Space-Offene Werkstatt

Diese Veranstaltung war für den 12.07.2013 geplant und musste aus organisatorischen Gründen leider verschoben werden. Stattdessen fand am 08.10.2013 um 17 Uhr eine weitere gemeinsame Sitzung aller vier Kulturausschüsse im Pädagogischen Zentrum der Gesamtschule Kierspe statt, an der auch die bisher beteiligten Akteure am Planungsprozess mitgewirkt haben. Wiederum eröffnete und leitete der Vorsitzende des Kulturausschusses der Stadt Kierspe, Herr Clemens Wieland, die Sitzung. Herr Richter moderierte die Veranstaltung. Die formulierten Ziele wurden nochmals vorgestellt, diskutiert und abgestimmt. In vier Arbeitsgruppen wurde erarbeitet, wie die Ziele verwirklicht werden können. Die Fragestellung lautete:

- Was muss geschehen, damit wir unsere Ziele verwirklichen?
- Welche Maßnahmen und Projekte?
- Müssen neue Strukturen/Trägerschaften entwickelt werden?

Die Ziele sowie die Umsetzungsvorschläge sind als Anlage beigefügt.

Die Ergebnisse werden in den Kulturentwicklungsplan einfließen, der zurzeit von unserem Kulturmanager David Babin erarbeitet wird.

Fazit

Der Pilotplanungsprozess hat die Entwicklung der „Art Volmetal“ positiv beeinflusst und geeignete Anstöße für unsere weitere Kulturentwicklungsplanung gegeben.

Der Prozess hat die Chance eröffnet, vom „Kirchturmdenken“ zu einem gemeinsamen regionalen Denken zu finden. Es haben sich Menschen getroffen, die sich vorher nicht kannten und gemeinsam Ideen entwickelt haben. Das nähere Kennenlernen hat den Prozess bereichert.

Mit der Teilnahme am Kulturplanungsprozess war den Verantwortlichen in den Kommunen zunächst nicht bewusst, welcher Arbeits-

Organisations- und Zeitaufwand tatsächlich zu leisten und wie viel Engagement gefordert ist. In kleinen Kommunen mit nicht vorhandenen personellen Ressourcen kommt man in Grenzbereiche, wenn neben dem eigentlichen Tätigkeitsfeld der kommunalen Verantwortlichen noch ein so gewichtiges Projekt zu stemmen ist.

Eine ständige Herausforderung war, die Teilnehmenden in den Prozess einzubeziehen und zum Mitmachen zu motivieren. Die Beteiligung kulturinteressierter Bürger hätte besser sein können, obwohl über den Planungsprozesses sowohl in der Presse als auch auf den Homepages der Kommunen fortlaufend informiert wurde. Aber: die Visionen, die Erarbeitung der Ziele und deren Umsetzungsvorschläge sind eine solide Grundlage, die Kultur in der Region weiterzuentwickeln.

Aufgrund des langjährigen Kennens der beteiligten Verwaltungsmitarbeiter/innen durch andere Tätigkeitsfelder in den Verwaltungen war die Zusammenarbeit der vier Volmkekommunen unter Federführung der Stadt Halver gut, vertrauensvoll und effektiv. Die Unterstützung durch den LWL und Herrn Richter haben wir als zielführend und wertvoll empfunden.

Da der Prozess erst im Herbst vergangenen Jahres abgeschlossen wurde, können die Auswirkungen für die Kommunen noch nicht beurteilt werden. Die politischen Gremien der Kommunen haben die Ergebnisse zur Kenntnis genommen und werden sich mit der Thematik weiter beschäftigen. Der Kulturentwicklungsplan ist noch nicht fertiggestellt.

In diesem Planungsprozess ist sicherlich nicht immer alles glatt abgelaufen. Aufgrund des erzielten Ergebnisses hat es sich aber gelohnt, teilzunehmen. Wir vier Kommunen „Oben an der Volme“ würden einen solch interessanten Prozess durchaus gemeinsam wiederholen.

3. Milieus

	Programm / Produkte	Aufenthaltsqualität (Raum, Atmo, Catering)	Marketing / Vertrieb / Service
KET	Hochkulturinteressen: Theater, Oper, klassische Musik, Museen, Galerien, Kulturreisen) Abendländisch-humanistisch versus zeitgeistig	Qualitätsorientierung: gehoben bis exklusiv Entre-Nous Tendenz Bedient werden Abgrenzung durch überlegenen ökologischen Konsum	Abo- und Premierenpublikum Print, Online, personalisiertes Direktmarketing Hohe Serviceansprüche
LIB	Interkulturell anregend (Kunst, Musik, Kultur) International und interkulturell Avantgarde, Klassik, Pop, Zeitgeist Überraschend anders	Genussvoll Anregend Ästhetisch Kommunikativ Umwelt- und gesundheitsbewusst	Premieren- und Wahlpublikum Online, Überreg.Prints, Apps, personalisiertes Direktmarketing Luxus, Genuss, Service und Entlastung
PER	Eventorientierung Stil- und Designavantgarde Funktionales Hochkulturinteresse (Distinktion) Neues erleben	Hohe Ansprüche an Qualität und Design Lust auf besondere Exklusivität	Event- und Wahl-/Gelegenheitspublikum Online, Überreg. Prints, Apps, personalisiertes Direktmarketing
EPE	Kreativ-intellektuell, subkulturell, interkulturell Nicht bürgerlich, konventionell (stilistisch) provokativ Ästhetischer Minimalismus	Faible für das Außergewöhnliche und Neue Inszenierte Nachlässigkeit aber kein Trash Urbanes Flair	Jüngstes Wahl-/Gelegenheitspublikum Online, Apps, Szenepoints, Plakate, Flyer Spaß und Partyfaktor
BÜM	Mainstream: Konventionell, unterhaltend, „schön“ Hochkultur als popkulturelle Events	Wohlfühlfaktor Schön + harmonisch Besonders aber nicht extravagant Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis	Gelegenheitspublikum Begleitpublikum (Enkel, Kinder) Print: Lokal und Werbezeitungen, Plakate, Flyer Arbeitgeber (incentives)
PRA	Kreativ + schön Pfiifig ohne Übertreibung Große Distanz zur Hochkultur und Kunst Peer-group-Angebote Backstage	Unterhaltsam, entspannend Lustvoll + harmonisch	Nicht-Publikum Keyworker: Kitas, Schulen, Sportvereine Lokale Medien Print: Plakate Sitting-Service
SÖK	Gesellschaftlich + kulturell visionär Interkulturell und künstlerisch anspruchsvoll Interkulturell + kosmopolitisch	Ästhetisch und kontemplativ Ökologisch korrekt	Abo- + Wahlpublikum Print und Online
TRA	Unterhaltsam + schön Vertraut Folklore + Heile Welt	Schön Festlich Nicht abgehoben Gesellig	Nicht-Publikum Keyworker: Seniorengruppen und -einrichtungen Lokale Printmedien
PRE	Tröstende Unterhaltung Traumwelten Volkstümliche Unterhaltung Große Distanz zu Intellektualität und höherer Bildung, Kreativität und Kunst Selbstwert stärkend	Soziokulturelle Barrierefreiheit Was „besonderes“ bezahlbar	Nicht-Publikum Keyworker: Kids, Erzieher, Lehrer, Vereine, Bürger-/Stadtteilzentren
HED	Spaß Spannung Extremes Emotional Jugend/ subkulturell Körperlichkeit	Unkonventionell Inspirierend Von Trash bis Spacy Jung Fast- oder Ethnofood, nur nicht gutbürgerlich	Von Abo- bis Nicht-Publikum Online und Print (Reg. Tagespresse) Szenepresse Szenelocation, -shops (Plakate, Flyer, Tickets) z.T. Schulen, Unis

BÜM: Bürgerliche Mitte, EPE: Expeitive, HED: Hedonisten, KET: Konservativetablierte, LIB: Liberalintellektuelle, PER: Performer, PRA: Adaptivpragmatische, PRE: Prekäre, SÖK: Sozialökologische, TRA: Traditionelle / Traditionsverwurzelte



Impressum

Herausgeber

„Oben an der Volme“

Stadt Meinerzhagen, Stadt Kierspe, Stadt
Halver, Gemeinde Schalksmühle

Inhalt und Text

David Babin

Layout

P.AD. Werbeagentur GmbH

Mai 2015

gefördert durch:

Ministerium für Familie, Kinder,
Jugend, Kultur und Sport
des Landes Nordrhein-Westfalen

