

Teilprojekt 6: Soziokultur und Freie Szene

Protokoll Workshop 3 am 15.02.2016

Berichtersteller/ Protokollant:

Christoph Mörstedt

Bearbeitete Themen:

Nachtrag: Bei dem Versuch, einen Überblick über die Akteure der Freien Szene zu gewinnen, war in den früheren Workshops von keine Rede von den vielen Chören.

Ziel des dritten Workshops war es, aus den bisherigen Analysen Handlungsoptionen abzuleiten. Dies geschah wiederum in der ganzen Gruppe, nach den Bereichen *Soziokultur* und *Freie Szene* getrennt. Für beide Bereiche waren die im Workshop 2 aufgestellten und gewichteten Aussagen zu Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken präsent (im Anhang).

Ergebnisse:

Soziokultur

Hauptziel: Potentiale entfalten

Maßnahmen:

Zentrale Forderung: Freiheit statt Kostendeckung!

Wenn die Soziokultur frei ist, schafft sie Innovation statt Mainstream, erfüllt ihre Aufgabe, Keimzelle für Neues zu sein und erreicht viel eher die jüngeren Zielgruppen, die sie derzeit gerade nicht oder viel zu wenig erreicht.

Hilfreich wäre dabei in erster Linie, ausreichend Räume und finanzielle Mittel zur Verfügung zu haben. Förderverfahren sollten einfach sein.

Freie Szene

Hauptziele:

- Potentiale entfalten
- Wahrnehmung und Wertschätzung durch die Stadtgesellschaft verbessern

Maßnahmen:

- Zentraler Kalender (vermeidet terminliche Kollisionen, schafft öffentliche Wahrnehmung, hilft bei der Planung von Kooperationen)
- Raumangebot erhalten bzw. neu schaffen (Beispiele: Wasserturm, Rathaus-Foyer, Festsaal, andere öffentliche Räume, private Räume, Räume in den Ortsteilen, temporäre Räume)
- Die Stadt tritt verstärkt als Nachfrager von kulturellen Leistungen auf.
- Die Stadt würdigt kulturelle Leistungen in einem zentralen Event des Bürgermeisters.
- Fortbildungsangebote für Eigenmanagement und Marketing

Für beide Bereiche wichtig: **Der Kümmerer**. Gedacht ist an eine Person, die sowohl universelle Auskunftsstelle ist, als auch Hilfeleister für Künstlerinnen und Künstler in Situationen, in denen sie alleine nicht weiterkommen. Also: Berater, Netzwerker, Türöffner, Löser von Problemen (fast) aller Art.

Verabredungen:

Keine

Teilnehmende:

nicht notiert

Anhang**Aufbereitete Ergebnisse der SWOT-Analyse aus Workshop 2**

Teilprojekt 6 Freie Szene	Auswertung WS 2
Chancen	Risiken
Öffentliche Wahrnehmung stärken (3)	Räume (5)
Pressekontakte (1)	Enge Regeln (5)
Integrativ (1)	Zu wenig Geld (4)
Beachtung (0)	Zentraler Kalender unvollständig (3)
	Kommerzialisierung (3)
	Jugendkulturorte weg (1)
	Marketing (1)
	Bagatellisierung (0)
	Geringe Toleranz (0)
	Funktionalisierung (0)
	Infozentrale über Potenziale (0)
Stärken	Schwächen
Nischenangebote (4)	Unvollständiger zentraler Kalender (7)
Unbürokratisch (2)	Infozentrale über Potenzial (3)
Potenzial (2)	Jugendkulturorte weg ersatzlos (2)
Kreativität (0)	Künstlerego (2)
Pressekontakte (0)	Marketing (2)
Aktualität (0)	Eigenmanagement (2)
Schnelligkeit (0)	Feindschaft (0)
Leidenschaft (0)	
Keimzelle für Neues (0)	

Ziel:

Öffentliche Wahrnehmung verbessern

Maßnahme:

Zentraler Kalender

Ziel:

Potenziale entfalten

Maßnahmen:

Raumangebot erhalten und neu schaffen

(Fördertopf Quatsch (Systemwidrig) aber

Stadt als Nachfrager stärken

Fortbildungsangebote für Eigenmanagement und Marketing anbieten

„Streetworker“ als Kenner und Kümmerer für die freie Szene einrichten bzw. bestimmen oder installieren

Teilprojekt 6 Soziokultur	Auswertung WS 2
Stärken	Schwächen
Leidenschaft (5)	Politischer Druck zu Kommerzialisierung (12)
Keimzelle für Neues (4)	Gebäude (6)
Kreativ mit Mängeln umgehen (3)	Zwang zur Kostendeckung (4)
Ehrenamt (1)	
Gebäude (1)	
Emotionalität (1)	
Integration (1)	
Chancen	Risiken
Große Menge an Unterstützern (6)	Zielgruppe 16 – 35 kommt nicht (6)
Kultur als Kitt der Gesellschaft (4)	Zentrale Kommunalisierung (4)
Migrantenzentren separat (0)	Erreichbarkeit im Außenbereich (3)
	Migrantenzentren separat (2)
	Preis / Wertigkeit / Umsonstmentalität (1)
	Bielefeld (0)
	Verändertes Ausgehverhalten 16 – 35 (0)
	Keine Verbindung von Kita und Soziokultur (0)

Ziel:

Potenziale entfalten

Maßnahmen:

Änderung der politischen Grundhaltung in „Freiheit statt Kostendeckung“

Daraus folgt: Innovation statt Mainstream

Daraus ergibt sich die Möglichkeit, die jüngere Zielgruppe zu erreichen (zielgruppenspezifische Angebote)