




LandKULTUR: Kreativ und engagiert

Kulturprojekte erfolgreich umsetzen

EINBLICKE UND EINSICHTEN







Liebe Leserinnen und Leser,

zu einem guten Leben auf dem Land gehören auch vielfältige Angebote, mit denen die Menschen Kunst und Kultur nicht nur erleben, sondern auch selbst gestalten können.

Im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) mit der Fördermaßnahme LandKULTUR über 250 modellhafte Projekte unterstützt, die die kulturelle Teilhabe in den ländlichen Räumen stärken und weiterentwickeln.

Diese Projekte haben eindrucksvoll gezeigt: Kultur eröffnet Räume für Begegnungen. Sie schafft Plattformen, auf denen Menschen aus verschiedenen Altersgruppen und mit unterschiedlichem biografischen Hintergrund aufeinandertreffen können. Solche LandKULTUR-Projekte stärken den Zusammenhalt, fördern das Zugehörigkeitsgefühl und öffnen neue Perspektiven in den Regionen.

In dem vorliegenden Praxisleitfaden werden konkrete Tipps für Praktikerinnen und Praktiker aus den Erkenntnissen über die LandKULTUR-Projekte abgeleitet. Reportagen und Interviews geben einen umfassenden Einblick in ausgewählte Erfolgsgeschichten und veranschaulichen, welche Faktoren zum Gelingen beigetragen haben.

Damit wollen wir Ihnen, ob als Kulturschaffende oder als Mitarbeitende in der Gemeinde- oder Landkreisverwaltung, in einem Verein oder einer Stiftung, Impulse und Hilfestellungen geben – zum Nachahmen oder zum Weiterentwickeln, damit das Kulturangebot auf dem Land weiterhin vielfältig und lebendig bleibt.

**Ihr Redaktionsteam im
Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft**



INHALT

1 | EINFÜHRUNG
LandKULTUR –
Vielfalt pur 6

2 | PLANUNG,
ORGANISATION,
FINANZIERUNG
Gemeinsam
anpacken 12

3 | EHRENAMT
Motiviert und
engagiert 30

4 | PARTIZIPATIVE
KULTURPROJEKTE
Mitmachen und
gestalten 40

5 | KULTUR- UND
BEGEGNUNGSORTE
Raum für Kultur 48

6 | MOBILE ANGEBOTE
Hin und weg 60

7 | NETZWERKE
Zusammen stark 70



1

Einführung: LandKULTUR – Vielfalt pur

Ein vielfältiges Kulturangebot kann ländliche Räume als attraktive Wohn- und Lebensräume erhalten und stärken. Kennzeichnend für die Kulturarbeit in ländlichen Räumen ist ihre Diversität. Themen und Akteure sind so unterschiedlich wie die Regionen selbst. Mit der Fördermaßnahme LandKULTUR unterstützte das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft über 250 Projekte, die diese Vielfältigkeit ländlicher Räume widerspiegeln. Erfahren Sie in diesem Kapitel mehr über Kultur in ländlichen Räumen und speziell über die LandKULTUR-Projekte.

Kultur und ländliche Räume

Ein Theaterstück auf dem Marktplatz, die mobile Kunstschule, die über Dörfer fährt, eine alte Fabrik, die zum Kulturort für Austausch und Begegnungen wird, oder kulturtouristische Themenwege – kulturelle Aktivitäten beleben ländliche Räume. Sie laden zum Mitmachen und Besuchen ein, bringen neue Impulse oder Perspektiven für die Ortsentwicklung und stärken die Gemeinschaft. Wer bei LandKULTUR allein das dörfliche Schützenfest, den Kirchenchor oder die Musikkapelle der Freiwilligen Feuerwehr im Kopf hat, wird von der Vielfalt kultureller Angebote in ländlichen Räumen überrascht sein.

Allerdings sind öffentlich finanzierte Museen, Theater oder soziokulturelle Einrichtungen, die in den Städten einen Großteil des kulturellen Angebotes gestalten, in ländlichen Räumen eine Seltenheit. Nur wenige Gemeinden und Landkreise in ländlichen Räumen haben Kulturbeauftragte, die sich um die Entwicklung des kulturellen Angebotes kümmern oder Kulturschaffende vor Ort unterstützen können. Zwar gibt es einige Kommunen, die sich als Kulturveranstaltende verstehen, oder Kirchen, Stiftungen, Unternehmen und Verbände, die kulturelle Projekte umsetzen, ein Großteil der Angebote wird oftmals jedoch selbst organisiert: Statt Kultureinrichtungen mit hauptamtlichem Personal sind es häufig einzelne Bürgerinnen und Bürger, Künstlerinnen und Künstler oder kleinere Gruppen und Vereine, die mit viel Leidenschaft hinter ihren Ideen stehen und mit großem Engagement das Kulturangebot gestalten.

Trotz – oder gerade wegen – dieser Unterschiede können ländliche Regionen sehr lebendige Kulturräume sein. Besonders kennzeichnend ist ihre Diversität: Sie besteht sowohl im Hinblick auf die beteiligten Akteure als auch auf die Themen. Kulturverein ist nicht gleich Kulturverein und kaum ein Theater- oder Kunstprojekt gleicht inhaltlich oder organisatorisch einem anderen.

Diese Vielfalt und das Engagement der vielen Aktiven in ländlichen Räumen förderte das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) mit der Fördermaßnahme LandKULTUR im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus). Im Zeitraum von 2018 bis 2022 unterstützte das BMEL bundesweit über 250 Modellprojekte. Ziele der Fördermaßnahme waren es, die kulturelle Teilhabe in ländlichen Räumen zu erhalten und weiterzuentwickeln und einen Beitrag zu einem aktiven kulturellen Leben zu leisten.

Mit ihrer inhaltlichen Ausrichtung und den Förderbedingungen hat die Maßnahme einen besonderen Nerv getroffen. Thema und Kulturverständnis waren weit gefasst und es gab ein breites Spektrum an Fördergegenständen, sodass beispielsweise Personal, Konzeption, Technik oder Bauliches finanziert werden konnten. Hinzu kam die Möglichkeit, dass die Projekte bis zu 100 Prozent gefördert werden konnten, was insbesondere kleineren und finanzschwachen Akteuren den Zugang erleichterte. Die Aussicht auf Projektlaufzeiten von bis zu drei Jahren gab zahlreichen Akteuren Planungssicherheit für ihr Tun. Der hohe Zuspruch mit über 900 Bewerbungen, das in den Projekten geleistete Engagement und die Vielzahl kultureller Angebote, die im Rahmen von LandKULTUR entstanden sind, sprechen für sich und verdeutlichen den Bedarf der Förderung von Kultur in ländlichen Räumen.

FÜR EIN BESSERES LEBEN AUF DEM LAND

Mit dem Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) stärkt das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ländliche Regionen in Deutschland und sorgt für gleichwertige Lebensverhältnisse in Stadt und Land. Modellprojekte dienen bundesweit als Vorbilder in der ländlichen Entwicklung – mit zukunftsweisenden Konzepten und beispielhaften Lösungsansätzen. Im Fokus stehen die Erfahrungen und das Engagement lokaler Akteure. Fachliche Auswertungen begleiten die Modellprojekte und führen zu Erkenntnissen, die in die Gestaltung von Politik und Rahmenbedingungen für ländliche Regionen einfließen. Daraus leiten sich auch praktische Empfehlungen für die Akteure vor Ort ab.

LandKULTUR: Themen und Akteure

Die LandKULTUR-Projekte lassen sich in neun thematische Schwerpunkte einordnen, darunter Projekte zu spezifischen kulturellen Sparten wie Musik und Tanz und ebenso spartenübergreifende Projekte.

Das gemeinsame Ziel: Mit Kunst und Kultur die Attraktivität ländlicher Räume steigern und die Lebensqualität auf dem Land erhöhen. Je nach Schwerpunkt wählten die Akteure dabei unterschiedliche Wege. Es wurden Kultur- und Begegnungsorte und Anlässe für Austausch und Begegnungen geschaffen, um das Miteinander in den Orten zu fördern. Anderswo

entstanden Angebote, die regionale kulturelle Besonderheiten erlebbar machten, um die Verbundenheit der Bewohnerinnen und Bewohner zu ihrer Region zu stärken oder Touristinnen und Touristen und Interessierte aus der Umgebung anzuziehen. Die LandKULTUR-Akteure entwickelten Lösungen für die alltäglichen Herausforderungen des Lebens auf dem Land. Beispielsweise erprobten sie mobile Projekte, um kulturelle Angebote erreichbarer zu machen. Oder sie schufen Angebote, um Kulturschaffende, Ehrenamtliche oder Nachwuchs für die Kulturarbeit zu qualifizieren und zu stärken.



Touristische Angebote

- Thematische Wanderwege, Radrouten, Stadtführungen oder Ähnliches
- Kulturtouristische Vermarktung in Print und Digital



Partizipative Angebote

- Angebote zur aktiven Teilhabe und Mitgestaltung am Projekt



Kultur- und Begegnungsorte

- Sanierung und Umnutzung von Gebäuden oder Orten zu Kultur- und Begegnungsorten
- Projekte, die von bestehenden Kultur- und Begegnungsorten initiiert wurden



Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

- Digitale Anwendungen, Apps, Websites
- Organisations- und Marketingmaßnahmen und kommunikative Kampagnen



Kulturveranstaltungen und -formate

- Neue Kunstwerke und Ausstellungen
- Theateraufführungen, Festivals, Konzerte, Tanzperformances oder Ähnliches

Netzwerke

- Aufbau und/oder Koordination von Netzwerkstrukturen



Mobilität

- Mobilitätsangebote, die Nutzende zu den Kulturangeboten bringen, beispielsweise Einrichtung eines Shuttles
- Mobile Kulturangebote, die zu den Nutzenden kommen, beispielsweise mobile Bühnen

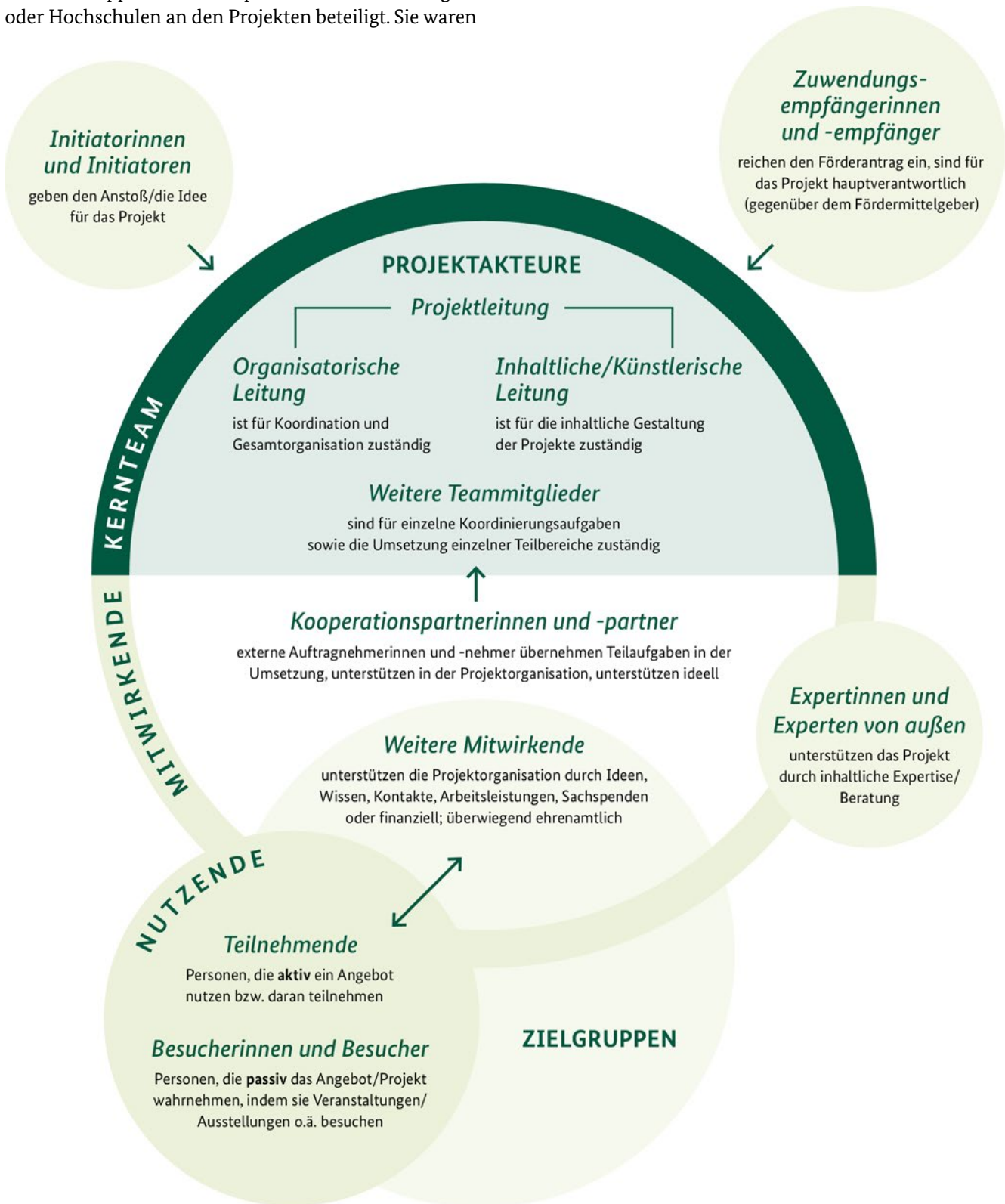
Qualifizierung

- Angebote für haupt- und ehrenamtliche Kulturakteure in ländlichen Räumen, beispielsweise Schulungen, Workshops, Beratungsangebote



Die geförderten Projekte spiegeln die Vielfalt der Akteure in ländlichen Räumen wider. Ein Großteil der Projekte wurde von Vereinen und Verbänden umgesetzt, darunter neben klassischen Vereinen wie Gesangs-, Heimat- und Kulturvereinen auch Kultureinrichtungen wie Theater oder soziokulturelle Zentren und Kulturschaffende, die als Vereine organisiert sind. Außerdem waren freiberufliche Kulturschaffende, Kommunen, örtliche Gruppen und Privatpersonen sowie Stiftungen oder Hochschulen an den Projekten beteiligt. Sie waren

sowohl in den Kernteams zentral für die Organisation der Projekte zuständig als auch punktuell als Mitwirkende eingebunden. Die Beteiligten nahmen unterschiedliche Rollen in den Projekten ein und haben in verschiedenen Konstellationen zusammengearbeitet und Kooperationen geschmiedet. Je nach Ausrichtung und Aufgaben sowie Möglichkeiten und Kompetenzen der Akteure waren die Projekte ganz unterschiedlich organisiert.



Eindrücke aus den LandKULTUR-Projekten

Die geförderten Projekte verteilen sich auf das gesamte Bundesgebiet. Sie zeigen, wie vielfältig, kreativ und innovativ Kulturprojekte in ländlichen Regionen sind. Die folgenden Kapitel vermitteln anhand einer Auswahl an Erfahrungsberichten der LandKULTUR-Akteure Tipps und Tricks für Ihr Kulturprojekt.

Noch mehr Anregungen? Unter → www.buleplus.de finden Sie in Kürze die Projektbeschreibungen aller geförderten LandKULTUR-Projekte. Lassen Sie sich von den zahlreichen Ideen inspirieren.



Hoffmann von Fallersleben |
Ausstellung – Dobin am See,
Mecklenburg-Vorpommern



Vom Korn zum Brot |
Bildungsarbeit in der Brücker
Mühle – Amöneburg, Hessen



Opernale INSTITUT | Ausbau eines
Stallgebäudes und Einrichtung neuer
Räume für das OPERNALE INSTITUT
für Musik und Theater – Sundhagen,
Mecklenburg-Vorpommern



All You Can Dance – Tanz in der Fläche |
Zeitgenössischer Tanz als Kulturangebot
außerhalb der Ballungsräume –
verschiedene Orte in Baden-Württemberg



Heimat reloaded Fichtelgebirge |
Schaffung von Kulturformaten für die
Jugend auf dem Land – Wunsiedel, Bayern





Imeneo | Aufführung der Händel-Oper „Imeneo“ in barocken Schlössern – Thallwitz, Ortsteil Röcknitz, Sachsen



Neue Spielräume | Qualitativ hochwertiges Kinder- und Jugendtheater für ländliche Grundschulen – verschiedene Orte in Niedersachsen



Storytelling | Unbox Deine Stadt, Spurensuche und Zukunftswerkstatt – Schöningen, Niedersachsen

RittKKV | Erlebte Geschichte, der Ritt Kaiser Karls V. 1547 – verschiedene Orte rund um das Hofgestüt Bleesern, Sachsen-Anhalt




LANDQULTOUR | Bringt zeitgenössische Kunstformen in die Uckermark – Nordwestuckermark, Brandenburg

2

Planung, Organisation, Finanzierung: Gemeinsam anpacken

Was gilt es bei der Planung eines Kulturprojektes zu bedenken? Wie lässt sich ein Projekt gut organisieren? Was ist in der Kommunikation zu berücksichtigen? Und besonders wichtig: Wie kann es gelingen, die Finanzierung sicherzustellen und ein Projekt oder Themen daraus langfristig zu etablieren? So unterschiedlich Kulturprojekte auch sind, so gibt es doch einige Fragen, die sich wohl alle zu Beginn stellen. In diesem Kapitel erfahren Sie, was sich in den LandKULTUR-Projekten für eine erfolgreiche Umsetzung bewährt hat.



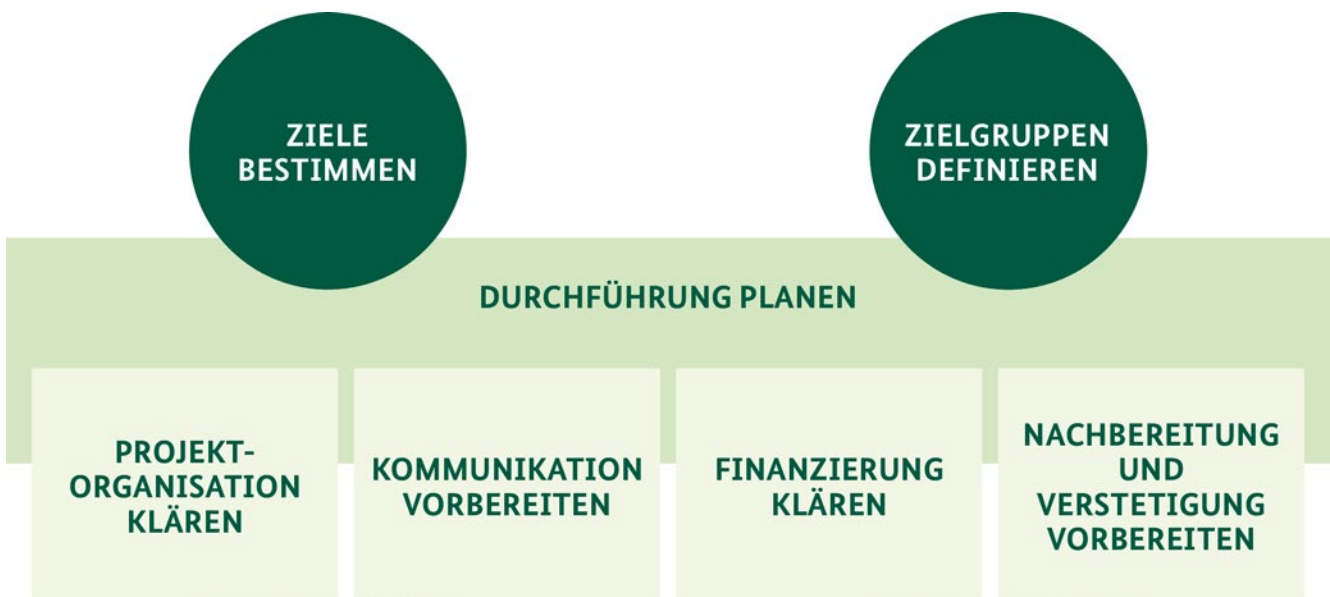
Konzeption und Planung: Gut überlegt

Am Anfang steht immer eine Idee: Damit diese erfolgreich umgesetzt werden kann, sind eine gute Vorbereitung und Planung entscheidend. Wichtig ist es, zu Beginn ein gemeinsames Verständnis vom Projekt zu entwickeln. Im Konzept sollten Ziele und Zielgruppen definiert und die Durchführung möglichst genau vorgeplant werden.

Gleichzeitig ist es wichtig, Projekte kontinuierlich weiterzuentwickeln und flexibel auf sich verändernde Rahmenbedingungen zu reagieren. Letzteres zeigte die Coronapandemie, die viele LandKULTUR-Akteure forderte, ihre Projekte umzuplanen, Veranstaltungs- und Workshop-Konzepte anzupassen oder Abstimmungen im Team neu zu organisieren. Aber auch krankheitsbedingte Ausfälle im Team oder neue Trends und Interessen der Beteiligten können dazu motivieren, Projekte und Arbeitsprozesse neu zu denken. Kulturelle Aktivitäten leben in besonderem Maße von den beteiligten Menschen und ihren Ideen. Ihre Charaktere und Kontakte sowie

lokale Rahmenbedingungen und äußere Einflüsse bestimmen den Verlauf der Projekte und machen sie dynamisch. Wichtig ist es daher, das Projekt – und damit auch die Projektplanung – als Prozess zu verstehen. Frühzeitig sollten Kapazitäten für die stetige Weiterentwicklung der Projekte eingeplant und alle Beteiligten für diese Dynamik und die erforderliche Flexibilität sensibilisiert werden.

Der Aufwand für Vorbereitung und Planung sollte nicht unterschätzt werden. Je nach Akteurskonstellation, Erfahrungsstand und Rahmenbedingungen vor Ort sind individuelle Schwerpunkte in der Projektplanung zu legen. Einen Anhaltspunkt bieten folgende konzeptionellen und planerischen Aspekte, die frühzeitig möglichst mit allen Beteiligten in den Blick genommen werden sollten, um eine gemeinsame Vorstellung vom Projekt und Vorgehen zu entwickeln.



KONZEPTION UND PLANUNG – DAS SOLLTEN SIE KLÄREN

Ziele bestimmen

- Welche Ziele wollen Sie mit dem Projekt erreichen?
- Welche Motivation treibt Sie an?

Zielgruppen definieren

- Welche Zielgruppen wollen Sie (schwerpunktmäßig) ansprechen?
- Wie sollen diese Zielgruppen einbezogen werden? Wer sollte bereits in der Konzeption über das Projekt informiert oder an der Konzeption beteiligt werden?
- Welche Bedürfnisse haben diese Zielgruppen?

Durchführung planen

- Wie können Sie die Ziele erreichen? Welche Arbeitsschritte sind für Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung erforderlich?
- Welche Projektbausteine sollen in welcher Reihenfolge verwirklicht werden? Wie lassen sich Projektbausteine gut voneinander abgrenzen, sodass sie inhaltlich und zeitlich überschaubar sind?
- Wie viel Zeit wird benötigt? Welche personellen und finanziellen Kapazitäten sind erforderlich?

Projektorganisation klären

- Welche Aufgaben gibt es und wer übernimmt diese?
- Wer ist an der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung beteiligt?
- Wer bringt sich mit welchen Kompetenzen ein?
- Welche Unterstützungsstrukturen, zum Beispiel aus der Kommune, bestehenden Netzwerken oder durch Kooperationspartnerinnen und -partner, können Sie nutzen?

Kommunikation vorbereiten

- Wie können Sie die Zielgruppen ansprechen und informieren? Welche Medien können Sie nutzen?
- Wer sind wichtige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren?

Finanzierung klären

- Wie lässt sich das Projekt beziehungsweise einzelne Projektbausteine finanzieren?
- Welche Fördermöglichkeiten aus öffentlichen Programmen oder über Stiftungen bestehen?
- Wer kann das Projekt durch (Sach-)Spenden, Sponsoring oder durch (ehrenamtliche) Arbeitsleistungen unterstützen?
- Welche weiteren Einnahmequellen (zum Beispiel Eintrittsgelder oder Raumvermietungen) bieten sich an?

Nachbereitung und Verstetigung vorbereiten

Dokumentation:

- Wie können Sie das Projekt dokumentieren? Welche Medien bieten sich an?
- Wofür möchten Sie die Dokumentation nutzen, beispielsweise für die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit, für die Gewinnung neuer Zielgruppen oder für das Einwerben neuer Fördermittel?
- Welche Kompetenzen, personellen und finanziellen Ressourcen sowie Arbeitsschritte sind für die Dokumentation erforderlich?

Evaluierung:

- Wie können Sie die Erfolge Ihres Projektes messen und frühzeitig Schwierigkeiten aufspüren?
- Wie können Sie die (Selbst-)Evaluierung möglichst einfach gestalten, beispielsweise im Rahmen einer regelmäßigen Reflektion im Kernteam? Wann soll sie im Projektverlauf stattfinden?

Nutzen der Erfahrungen und Weiterführung:

- Welche Erfahrungen können Sie in Folgeprojekten oder als Anregungen für andere Akteure nutzen?
- Soll das Projekt fortgeführt werden? Wenn ja:
 - Welche Ideen bestehen für die Weiterentwicklung?
 - Wovon hängt die Verstetigung ab?
 - Wie lässt sich das Projekt weiter etablieren beziehungsweise organisieren?
 - Bietet sich die Fortsetzung in den bestehenden Organisationsstrukturen an oder ist eine Weiterführung in anderen Organisationsstrukturen, zum Beispiel über die Kommune oder einen Verband, möglich?
 - Welcher Finanzierungsmix kann die dauerhafte Tragfähigkeit sichern?

Organisation: Zusammen gelingt's

Kennzeichnend für die Kulturarbeit in ländlichen Räumen ist die Diversität der beteiligten Akteure. Es gibt nicht die eine wichtige Akteursgruppe und selten sind Kulturschaffende allein tätig. Vielmehr leben die Projekte von einem guten Zusammenspiel mehrerer Akteure. Für die Organisation sind daher unterschiedlichste Akteurskonstellationen möglich und nötig. Wer welche Rolle übernimmt, ist individuell und projektspezifisch zu entscheiden.

Kernteam und Projektleitung: Verantwortungsvoll

Zu Projektbeginn sollte ein Kernteam gebildet werden, das hauptverantwortlich für die Umsetzung zuständig ist. Neben der Koordination verschiedener Projektbausteine und ihrer Umsetzung reichen die Aufgaben des Kernteams von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing über Verwaltung des Projektes bis hin zur Dokumentation und stetigen Weiterentwicklung.

Die Zusammensetzung des Kernteams ist für jedes Projekt individuell anhand der Zielsetzung sowie der Möglichkeiten und Kompetenzen der Beteiligten

zu klären. Neben den Initiatorinnen und Initiatoren können auch Externe dazugehören. In einigen LandKULTUR-Projekten bewährte es sich beispielsweise für private Initiatorinnen und Initiatoren, eng mit der Kommune zusammenzuarbeiten, die gegenüber dem Fördermittelgeber als Antragsstellerin auftrat und das Projekt damit rechtlich und finanziell absicherte. Bei anderen Projekten übernahmen Einrichtungen einen Großteil der Organisation und das Marketing für Veranstaltungen und waren damit zentral in die Projektorganisation eingebunden. Alle im Kernteam sind möglichst bereits in der Konzeption und Planung der Projekte einzubinden.

In den LandKULTUR-Projekten bewährte es sich, eine Projektleitung einzurichten, die den Gesamtüberblick behält und als zentrale Ansprechperson(en) nach außen sowie innerhalb der Beteiligten fungiert. Bei einigen Projekten wie Theaterproduktionen, Ausstellungen oder Konzerten bietet es sich darüber hinaus an, eine künstlerische Leitung zu bestimmen, die sich um die inhaltliche Gestaltung der Projekte kümmert. Je nach Projekt kann die Projektleitung sowohl von Einzelpersonen übernommen als auch Aufgabenbereiche auf unterschiedliche Personen verteilt werden.

SO ORGANISIEREN SIE SICH ERFOLGREICH IM KERNTTEAM

- **Frühzeitig Aufgabenbereiche festlegen:**
Definieren Sie zu Beginn des Projektes bestehende Aufgabenbereiche und grenzen Sie diese klar voneinander ab. Bestimmen Sie benötigte Rahmenbedingungen für die Planung, Konzeption und Durchführung, beispielsweise die frühzeitige Beteiligung der Zielgruppen oder der Gemeinde.
- **Interessen und Kompetenzen berücksichtigen:**
Organisieren Sie möglichst ein erstes gemeinsames Treffen, bei dem die Interessen und Kompetenzen aller Beteiligten abgefragt und Aufgaben verteilt werden. Planen Sie dabei Lernprozesse mit ein und bieten Sie Möglichkeiten, auch in Aufgaben hineinzuwachsen.
- **An Absprachen zu Zuständigkeiten festhalten:**
Machen Sie sich für die Einhaltung der verteilten Zuständigkeiten stark und halten Sie bei Bedarf Vereinbarungen auch schriftlich fest.
- **Zentrale Leitungsebene etablieren:**
Legen Sie gemeinsam fest, wer den Gesamtüberblick behält, die Kommunikation übernimmt und sich darum kümmert, dass Vereinbarungen eingehalten werden.
- **Erfahrenes Projektmanagement bei komplexen Projekten einsetzen:**
Werden viele unterschiedliche Partnerinnen und Partner eingebunden, hohe Investitionen getätigt oder viele verschiedene Projektbausteine parallel realisiert, erfordert dies gewisse Erfahrungen im Projektmanagement. Berücksichtigen Sie dies bei der Verteilung der Zuständigkeiten und stellen Sie, wenn möglich, festes Personal dafür ein.

Vernetzung und Kooperationen: Stark im Team

Über die Kernteams hinaus sind zahlreiche Mitwirkende punktuell in die Projekte eingebunden. Sie können Räume und Ausstattung zur Verfügung stellen, Fachexpertise beitragen oder Personal beziehungsweise ehrenamtliche Hilfe als Unterstützung bereitstellen. Es empfiehlt sich, im Kernteam die Unterstützungsbedürfnisse frühzeitig zu identifizieren und bei Bedarf Mitwirkende bereits in der Planung und Konzeption einzubinden. Dies kann beispielsweise sinnvoll sein, um realistische Kosten- und Finanzierungspläne aufzustellen oder um Angebote und Kommunikationsstrategien bedarfsgerecht zu entwickeln.

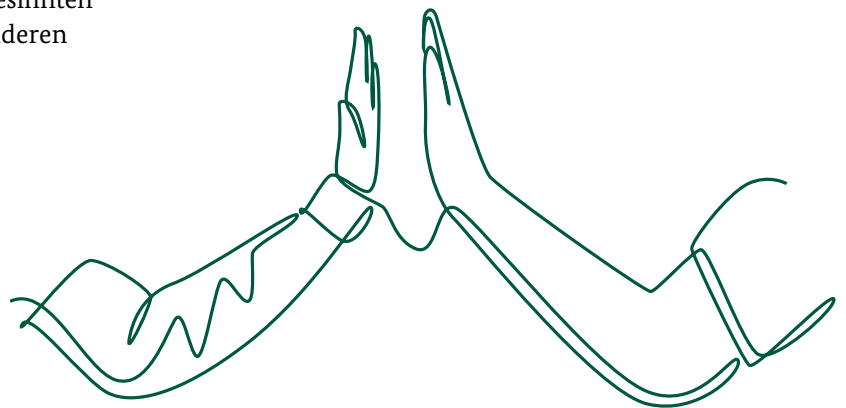
Damit Partnerschaften funktionieren, ist es wichtig, dass möglichst alle Beteiligten aus der Zusammenarbeit einen Mehrwert ziehen können. Bei der Suche ist es daher wichtig, sich – neben eigener Vorteile – auch bewusst zu machen, welchen Mehrwert die Zusammenarbeit den potenziellen Partnerinnen und Partnern bringt, und diesen gut zu kommunizieren. Im besten Fall investieren diese selbst eigene Ressourcen und Mittel in die Umsetzung der Projekte.

Eine gute Vernetzung zahlt sich nicht nur bei der Suche nach passenden Kooperationen aus. Sie trägt auch dazu bei, Projekte vor Ort zu verankern und Ressourcen zu sparen, und kann Möglichkeiten bieten, sich im Kernteam zu qualifizieren. Netzwerke können auf unterschiedlichen Ebenen einen Mehrwert für die Projekte bringen: Für externe Projektinitiatoren ist es beispielsweise besonders interessant, sich mit lokalen und regionalen Vereinen und Einrichtungen zu vernetzen, die bereits über eine breite Mitgliederbasis oder ein eigenes Publikum verfügen. Und für Ehrenamtliche kann es hilfreich sein, sich mit anderen Gruppen in der Region zusammenzuschließen, um Räume, Ausstattung oder Material zu teilen oder sich in überregionalen Netzwerken mit Gleichgesinnten auszutauschen, um von Erfahrungen in anderen Regionen zu profitieren.

SO VERNETZEN SIE SICH ERFOLGREICH FÜR IHR PROJEKT

- **Bestehende Kontakte nutzen und pflegen:** Nutzen Sie Kontakte aus Vorgängerprojekten und pflegen Sie persönliche Beziehungen.
- **Initiative ergreifen:** Es lohnt sich zu überlegen, mit wem Sie gerne mehr zusammenarbeiten möchten, und dann selbst aktiv zu werden. Sprechen Sie potenzielle Partnerinnen und Partner an und bauen Sie neue Beziehungen auf.
- **Nutzen und Mehrwert der Vernetzung abwägen:** Netzwerkarbeit ist aufwendig. Sind Ihre Kapazitäten begrenzt, dann wägen Sie ab, wann und mit wem Vernetzung einen Mehrwert für Ihr Projekt bringt, und wählen Sie Partnerinnen und Partner sowie Netzwerkangebote bewusst aus.

Zeit und Personal sind in den Projekten häufig knapp. Umso weniger Kontakte beispielsweise aus Vorgängerprojekten oder über eine persönliche Bindung zu potenziellen Zielgruppen und Mitwirkenden bestehen, desto wichtiger ist es, ausreichend Kapazitäten in die Netzwerkarbeit zu investieren. Entlastung können organisierte Netzwerkangebote bieten, die beispielsweise auf Verbandsebene oder über Fördermaßnahmen angeboten werden (siehe Kapitel 7, Seite 70).



Partnerschaften mit Mehrwert für alle Beteiligten

BRINGEN MIT ...

NEHMEN MIT ...

Kommunen und Kirchen

- Räume und Ausstattung
- Finanzielle Unterstützung
- Hauptamtliches Personal
- Netzwerk vor Ort
- Zugang zu Zielgruppen

- Auslastung öffentlicher/kirchlicher Gebäude
- Imagegewinn
- Bei Kirchen: Öffnung in die Gesamtgemeinde, Kontakt zu nicht kirchlich orientierten Zielgruppen

Lokale Akteure im Tourismus- und Stadtmarketing

- Netzwerk vor Ort
- Fachexpertise
- Hauptamtliches Personal

- Erweiterung des touristischen Angebots

Etablierte Kultureinrichtungen, zum Beispiel (Sozio-)Kulturzentren, Kunst- und Musikschulen, Museen, Theater

- Netzwerk vor Ort
- Bestehendes Publikum
- Fachexpertise
- Hauptamtliches Personal
- Räume und Ausstattung

- Ergänzendes Angebot
- Möglichkeit, Neues auszuprobieren
- Gewinnung neuer Zielgruppen („Türöffner-Funktion“)

Schulen und weitere soziale Einrichtungen, zum Beispiel Jugendzentren, Seniorenheime

- Räume und Ausstattung
- Zugang zu teilweise schwer erreichbaren Zielgruppen
- Hauptamtliches Personal

- Professionelle Angebote in Bereichen, für die keine ausreichenden Ressourcen/Kompetenzen bestehen

(Selbstständige) Kulturschaffende, zum Beispiel Künstlerinnen und Künstler, Kulturpädagoginnen und -pädagogen

- Neue Perspektiven, Themen, Impulse
- Professionelle, qualitative Angebote
- Zugang zu Zielgruppen

- Finanzielle Absicherung (Arbeit)
- Neue Kontakte/Netzwerke/Inspirationen
- Attraktive Arbeitsbedingungen (Platz, Ruhe, günstige Mieten)

Dienstleistende, zum Beispiel aus Architektur, Grafik, Handwerk oder IT

- Professionalität, Qualitätssteigerung
- Fachexpertise und spezifisches Know-how

- Finanzielle Absicherung (Arbeit)
- Neue Kontakte/Netzwerke

Universitäten und Hochschulen

- Theoretisches Fachwissen, Impulse, Ideen
- Begleitung der Konzeption und Evaluation

- Möglichkeiten, Theorie in der Praxis umzusetzen
- Ergänzung des Lehrplanes

Verbände

- Fachexpertise und Mentoring
- (Überregionale) Vernetzung
- Hauptamtliches Personal

- Neue Impulse
- Stärkung der Relevanz der Verbände
- Neue Mitglieder

Einzelpersonen, Vereine und ortsansässige Gruppen, zum Beispiel Gesangsvereine, Sportvereine, Freiwillige Feuerwehr

- Lokalspezifisches Wissen
- (Ehrenamtliche) Unterstützung
- Räume und Ausstattung
- Spenden

- Aufwertung des Wohnortes
- Neue Kontakte
- Neue Fähigkeiten Aufmerksamkeit/Öffentlichkeit
- Möglichkeiten, Nachwuchs zu gewinnen und/oder Einnahmen zu erzielen

Kommunen: Auf gute Partnerschaft

Kommunen sind in vielerlei Hinsicht zentral für die Kulturarbeit in ländlichen Räumen, denn sie sind in erster Linie für die Kulturförderung zuständig. Wenn es die finanziellen Möglichkeiten zulassen, stellen sie Mittel für die freie Kulturarbeit zur Verfügung oder fördern Kunst- und Kulturschaffende mit Beratung und Vernetzung. Gleichzeitig treten sie selbst als Kulturveranstaltende auf.

In vielen Projekten stellen Kommunen wichtige Partnerinnen dar. Neben einer kontinuierlichen, finanziellen Unterstützung haben Kommunen weitere Möglichkeiten, Kulturschaffende in ihrem Tun zu stärken. Sie können

- **Kulturschaffende bei der Finanzierung laufender Kosten entlasten**, zum Beispiel durch die Übernahme von Mieten, Unterstützung bei der Vermarktung der Kulturangebote oder durch hauptamtliches Personal, das beispielsweise als Ansprechperson für das Projekt vor Ort agieren kann,
- **Räumlichkeiten und Technik bereitstellen** beziehungsweise den Zugang ermöglichen, zum Beispiel kommunale Einrichtungen zum Proben und Veranstalten zur Verfügung stellen,
- **Partnerschaften zur finanziellen und rechtlichen Absicherung** für freie Kulturschaffende aufbauen, insbesondere für die Beantragung von Fördermitteln, und
- **Projekte aktiv unterstützen**, zum Beispiel bei Veranstaltungen deren Bedeutung hervorheben, durch schnelle Genehmigungen beispielsweise für die Nutzung des öffentlichen Raums oder durch die Vermittlung von Kontakten zu Landesämtern, lokalen Einrichtungen oder ähnlichen Institutionen eine „Türöffner-Funktion“ einnehmen.

Gelingt es, Politik und Verwaltung der Kommune frühzeitig für die Zusammenarbeit zu gewinnen, so kann dies wesentlich zur Akzeptanz des Projektes beitragen. Dabei profitieren Kommunen ebenso von den Projekten. Denn diese können zur Bewältigung der Herausforderungen in ländlichen Räumen beitragen, beispielsweise wenn leerstehende Gebäude wieder genutzt oder öffentliche Räume durch die Projekte belebt werden.

SO HOLEN SIE VERWALTUNG UND POLITIK AN BORD

- **Frühzeitig und fortlaufend informieren und beteiligen:** Stellen Sie neue Projekte oder Ideen auf öffentlichen Veranstaltungen und im Gemeinderat oder Kreistag vor. Teilen Sie regelmäßig Projekterfolge und informieren Sie zu anstehenden Veranstaltungen. Nutzen Sie hierzu auch die lokale Presse und laden Sie gezielt ein.
- **Relevanz des Projektes für den Ort herausstellen:** Machen Sie den Mehrwert Ihres Projektes für den Ort deutlich und kommunizieren Sie diesen transparent.
- **Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Überzeugung gewinnen:** Die Förderung von Seiten des Bundes erwies sich für einige der Projekte insbesondere in der Kommunikation mit Kommunen als eine Art Qualitätssiegel, das die Relevanz der Projekte bestärkte. Kommunizieren Sie es, wenn Sie solche oder ähnliche Mittel für Ihr Projekt erhalten haben. Fragen Sie bei den Mittelgebern aus Bundes- und Landesprogrammen Möglichkeiten der Darstellung an, mit denen Sie auf die Kommunalverwaltung und Politik zugehen können. Wenn vorhanden, nutzen Sie Kontakte zu kommunalen Spitzenverbänden, Bundestagsabgeordneten oder Ministerien und gewinnen Sie diese als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für Ihr Projekt.

Die folgenden Beispiele zeigen, wie Kommunen selbst kulturelle Projekte schaffen oder Projekte unterstützen können.



THEATER TAGE WEDEMARK

Kulturbeauftragte der Gemeinde gestaltet Angebot vor Ort

In der Gemeinde Wedemark (Niedersachsen) entstand über LandKULTUR das Kulturprojekt Theater Tage Wedemark. Sie bestehen aus einem Theater Festival mit Gastspielinszenierungen und dem Mitmachprojekt „Probephöhne“. Die Probephöhne lädt jedes Jahr lokale Akteure ein, selbst Theater zu spielen. Jedes Jahr akquiriert die Gemeindeverwaltung in Zusammenarbeit mit dem künstlerischen Leiter einen Regisseur oder eine Regisseurin. Gemeinsam erarbeiten sie mit den lokalen Akteuren eine Inszenierung für die Theater Tage Wedemark. Projektinitiatorin war die Kulturbeauftragte der Gemeinde Wedemark. Durch sie verfügt die Gemeinde über eine feste Stelle, die sich hauptamtlich um die Gestaltung des kulturellen Angebotes vor Ort kümmert. Sie stellt Kontakte zwischen lokalen Kulturschaffenden her und berät sie beispielsweise zu Projektideen. Auch über die Kulturszene hinaus ist sie gut mit den Akteuren vor Ort vernetzt. Für das LandKULTUR-Projekt war neben ihrer langjährigen Vernetzung der kurze Draht in den Gemeinderat ein klarer Vorteil. Die Theater Tage Wedemark wurden erfolgreich verstetigt und sind fester Bestandteil des kulturellen Angebotes der Gemeinde Wedemark. Seit 2019 sind durch die Probephöhne fünf eigene Theaterproduktionen entwickelt worden. Zuletzt hat die Probephöhne 2023 mit 14 lokalen Akteuren und einem professionellen Regieteam das Theaterstück „Zeit.strudeln“ bühnenreif erarbeitet.

→ www.wedemark.de/portal/seiten/theater-tage-wedemark-918001194-20051.html



BUKIMOBIL

Stadt Pegau unterstützt den Buchkinder e.V. und ermöglicht „Kulturladen“ für Schreibwerkstätten

Der Freundeskreis Buchkinder e.V. führt Schreibwerkstätten für Kinder und Jugendliche durch. Mithilfe des LandKULTUR-Projekts Bukimobil erweiterte der Verein seine Arbeit von Leipzig (Sachsen) auf die umliegenden ländlichen Gemeinden. Unter anderem wurde der „Kulturladen“ in Pegau eröffnet. Eine starke Projektpartnerin vor Ort ist die Stadt. Sie unterstützt den Verein finanziell. Diese Unterstützung und Anerkennung von Seiten der Kommune ist Fördervoraussetzung für weitere Mittel des Landes Sachsen. Mit diesen kann sich der Verein die Miete eines ehemaligen Ladengeschäfts im Zentrum Pegaus leisten. Dort finden offene Workshop-Angebote und Kurse mit Schulen und Kindergärten der Region statt. Die finanzielle Absicherung von Land und Kommune bieten auch dem Hausbesitzer und Vermieter des Ladens Sicherheit. Für die Kommune bedeutet die Umnutzung des Leerstands eine Aufwertung des Stadtbildes. Ausgehend vom Kulturladen bringt sich der Verein beispielsweise auch bei Festen und Veranstaltungen im Ort ein und trägt durch seine kulturellen Angebote zur Steigerung der Lebensqualität in Pegau bei.

→ www.buki-leipzig.de/buchkinder/kulturladen-pegau

Kommunikation: Kulturarbeit ist Beziehungsarbeit

Kinder, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Menschen mit Migrationshintergrund, die lokale Bevölkerung oder Touristinnen und Touristen können mögliche Zielgruppen für Kulturprojekte sein. Neben Besucherinnen und Besuchern oder Teilnehmenden von Kulturveranstaltungen und Workshops werden oft auch Mitwirkende, beispielsweise ehrenamtliche Helferinnen und Helfer, als Zielgruppe adressiert. Für jedes Projekt ist individuell festzulegen, wer wofür erreicht werden soll, und die Kommunikation ist dementsprechend zu gestalten.

Öffentlichkeitsarbeit breit aufstellen

Das Internet und soziale Medien sind aus heutigen Marketingaktivitäten kaum noch wegzudenken. Insbesondere bei Projekten mit Kindern und Jugendlichen sind diese Medien von zentraler Bedeutung. Die Erfahrungen der LandKULTUR-Akteure zeigen aber auch, dass daneben die Wirkung der klassischen

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht zu unterschätzen ist. Während diese für Kulturangebote in urbanen Räumen an Relevanz verliert, ist ihre Bedeutung als Kommunikationskanal in ländlichen Räumen weiterhin hoch. Die lokale Presse, das Verteilen von Flyern im Ort oder Plakatierungen bewährten sich in vielen Projekten als wichtige oder sogar wichtigste Medien für die Bewerbung der Angebote.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist daher möglichst breit aufzustellen. Insbesondere bei der Nutzung sozialer Medien herrschen oftmals Unsicherheiten. Fehlen die notwendigen Kenntnisse und Erfahrungen, wie diese Medien richtig einzusetzen sind und was dabei datenschutzrechtlich zu berücksichtigen ist, ist es ratsam, sich frühzeitig Unterstützung zu suchen.



SO GELINGT EINE GUTE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Ausreichend finanzielle und personelle Ressourcen einplanen: Eine wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit ist kosten- und zeitintensiv. Berücksichtigen Sie dies bereits in Ihrer Kosten- und Finanzplanung und sorgen Sie, je nach Möglichkeiten, für entsprechend qualifizierte Personen in Ihrem Projektteam.

Tipps für die Nutzung klassischer Medien:

- **Anzeigen schalten**, in der Lokalzeitung oder im Amtsblatt.
- **Frühzeitig Kontakt zur lokalen oder regionalen Presse suchen**, indem Sie Vertreterinnen und Vertreter lokaler oder regionaler Medien zu Ihren Veranstaltungen einladen.
- **Plakate im öffentlichen Raum platzieren**, im dörflichen Schaukasten oder in leerstehenden Geschäften.
- **Flyer verteilen**, auf ähnlichen Veranstaltungen oder in lokalen Geschäften, wie dem örtlichen Supermarkt.
- **An Aktionstagen oder Festen der Regionen teilnehmen oder selbst welche organisieren**, um dort die eigene Arbeit vorzustellen und Werbung für Ihre Angebote zu machen.

Tipps für die Nutzung digitaler Medien:

- **Social-Media-Kanäle nutzen**, um mit der Zielgruppe in Kontakt zu bleiben und aktuelle Informationen zu teilen. Auch die eigene (Vereins-)Website ist eine Möglichkeit, um die Projektarbeit vorzustellen.
- **Weiterbildungs- und Schulungsangebote in Anspruch nehmen**, von Verbänden und Kultur-Service- und Netzwerkstellen oder sorgen Sie dafür, dass zuständige Personen in Ihren Teams entsprechend geschult sind.

Vertrauen aufbauen

Eine wichtige Erkenntnis aus LandKULTUR ist: Ein Projekt kann noch so verrückt sein, steht dahinter eine Person, der die Menschen vertrauen, lassen sie sich leichter davon überzeugen, mitzumachen oder es zu besuchen. Dem Aufbau einer Vertrauensbasis kommt daher gerade in ländlichen Räumen eine ganz besondere Bedeutung zu. Direkte Kontakte, eine gute Mund-zu-Mund-Propaganda und die richtigen Beziehungen im Ort sind oftmals noch wichtiger als eine gute Öffentlichkeitsarbeit.

Wie gelingt es, diese Vertrauensbasis aufzubauen?

Bestehende Kontakte aus Vorgängerprojekten oder eine familiäre Bindung zum Ort können dabei helfen. Außerdem sind Kontakte zu lokalen Ansprechpersonen in Gruppen und Einrichtungen oder zu anderen zentralen Persönlichkeiten hilfreich. Diese Multiplikatorinnen und Multiplikatoren können dabei unterstützen, Kontakt zu wichtigen Partnerinnen und Partnern herzustellen und die Projektideen zu verbreiten. Einige Beispiele sind:

- **Lokale Entscheidungsträger** wie Bürgermeisterinnen und Bürgermeister, Landrätinnen und Landräte oder Bundestagsabgeordnete können ein großes Überzeugungspotenzial haben und so eine Grundlage für Anerkennung und Akzeptanz vor Ort legen.
- **Anerkannte Persönlichkeiten und Vermittlungspersonen** wie Ortsvorsteherinnen und Ortsvorsteher, Vorsitzende örtlicher Vereine oder andere anerkannte Privatpersonen können das Projekt durch ihre persönlichen Beziehungen im Ort unterstützen.
- **Vertrauenspersonen** wie (Schul-)Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Jugendeinrichtungen, Heimen für Geflüchtete oder anderen sozialen Trägern können den direkten Kontakt zu den Zielgruppen herstellen.
- **Erste Nutzende**, die in den Projekten mitwirken oder Veranstaltungen besuchen, können als Vorbild für andere Dorfbewohnerinnen und Dorfbewohner dienen.

Wie viel Aufwand beim Vertrauensaufbau betrieben werden muss, hängt auch mit den individuellen Rahmenbedingungen zusammen. Bestehen beispielsweise in einem Ort bereits andere (ähnliche) Kulturangebote, fällt es häufig leichter, ein Publikum oder Mitwirkende für ein neues Kulturangebot zu finden. Haben die Menschen vor Ort hingegen wenig Erfahrungen mit (ähnlichen) Kulturangeboten, begegnen sie diesen häufig zunächst skeptisch oder mit Unsicherheit. Dies ist insbesondere dann zu erwarten, wenn es sich um Angebote mit eher unbekannteren Kunstformen handelt, wie neue Musik oder zeitgenössische Kunst. Hier ist es bereits in der Konzeption wichtig, Zielgruppen frühzeitig mitzunehmen und Hemmschwellen gering zu halten.

Kulturarbeit bedeutet also – neben der eigentlichen Arbeit im Projekt – vor allem Beziehungsarbeit. Diese ist aufwendig und bedarf Zeit und Engagement. Auch wenn der Aufwand nicht immer sofort von Erfolg gekrönt ist, lohnt er sich langfristig. Denn gelingt es, eine gute Bindung zu den Zielgruppen aufzubauen, so kann sich dies auch positiv auf die Motivation auswirken, sich einzubringen oder langfristig mitzumachen. Weitere Tipps, die bei partizipativen Angeboten zusätzlich zu beachten sind, finden Sie auch im Kapitel 4, Seite 40.

SO BAUEN SIE VERTRAUEN BEI IHREN ZIELGRUPPEN AUF

- **Präsenz vor Ort zeigen:** Informieren Sie bei verschiedenen Gelegenheiten zu Ihrem Projekt und laden Sie persönlich zu Ihren Veranstaltungen und Angeboten ein.
- **Auf bestehende (kulturelle) Gruppen zugehen:** Informieren Sie diese und laden Sie ganze Gruppen zu Ihren Veranstaltungen und Angeboten ein.
- **Multiplikatorinnen und Multiplikatoren gewinnen:** Überzeugen Sie Ansprechpersonen in Gruppen oder Einrichtungen und andere zentralen Persönlichkeiten im Ort von Ihrem Projekt, damit diese Ihre Projektidee in den passenden Netzwerken verbreiten.
- **Vertrauenspersonen in die Projekte einbinden:** Sprechen Sie gezielt vertraute Personen Ihrer Zielgruppen an, die Teilnehmende „an die Hand nehmen“ und zum Angebot begleiten können.
- **Erste Teilnehmende als Vorbild für andere gewinnen:** Binden Sie diese ein, um im Schneeballprinzip weitere Menschen für die Projekte zu begeistern.
- **Direkte Kontakte und Austauschmöglichkeiten schaffen:** Bringen Sie Kulturschaffende und Kultur-nutzende in Kontakt. Bieten Sie beispielsweise Möglichkeiten für den informellen Austausch nach Veranstaltungen und stellen Sie dabei eine Kommunikation „auf Augenhöhe“ sicher.
- **Für Kontinuität sorgen:** Schaffen Sie kontinuierliche, wiederkehrende Angebote und sorgen Sie für feste Ansprechpersonen oder eine Anlaufstelle, bei denen sich Menschen über das Projekt informieren können.
- **Ausdauer und Durchhaltevermögen zeigen:** Planen Sie Zeit für die Kontaktpflege und den Aufbau einer Vertrauensbasis ein.



„Wichtig ist, mit welcher Haltung man Kunst und Kultur in den ländlichen Regionen macht.“

Silvia Pahl, Projektleiterin des KulturKnotenPunkts

„Wir gehen hin und wir spüren, was es braucht“

Im Schwalm-Eder-Kreis (Hessen) baute Silvia Pahl mit weiteren Aktiven des Theaters „3 hasen oben“ den KulturKnotenPunkt auf und bot unter anderem „Kulturgemüse“ auf dem Wochenmarkt an. Im Interview berichtet sie von der richtigen Ansprache, der eigenen Haltung und wie sie das Vertrauen der Menschen aufgebaut hat.

Frau Pahl, was können wir uns unter „Kulturgemüse“ vorstellen?

Unser Ziel war es, mit dem KulturKnotenPunkt einen Ort für Kulturinteressierte zu schaffen und dort verschiedene Kulturangebote durchzuführen. Dafür mussten wir zunächst auf uns aufmerksam machen. Immer wenn Wochenmarkt war, haben wir eine szenische Improvisation zwischen den Marktständen gemacht und direkt danach zum gemeinsamen Spiel eingeladen. Das war sehr niederschwellig, die Leute konnten mitspielen und einen Kulturgewinn bekommen: ein vorgetragenes Gedicht, ein Lied oder einen Tanz. Weitere Aktionen waren beispielsweise Dosenschießen, eine „Superheldenschule“ oder Tai-Chi zwischen den Marktständen. Es ging uns um die Regelmäßigkeit, jeden Donnerstag haben wir unser „Kulturgemüse“ angeboten.

Wen wollten Sie erreichen?

In ländlichen Regionen ist die Beschränkung auf eine enge Zielgruppe absolut kontraproduktiv. Wir müssen immer alles für alle denken. Der KulturKnotenPunkt war durch die dreijährige LandKULTUR-Förderung ein absolutes Highlight. Wir konnten alle mit in den Blick nehmen.

Wie gelang es Ihnen, die Menschen zum Mitmachen zu motivieren?

Wir leben seit 25 Jahren hier, was einen unglaublichen Unterschied macht. Die Menschen sehen uns als ihr Theater, das ist auf jeden Fall ein Türöffner. Wir sind erstmal auf den Marktplatz gegangen, um die Stimmung aufzunehmen. So gehen wir oft vor: Wir gehen hin und wir spüren, was es braucht. Der Trick ist dann, dass wir immer wiederkommen. Die Menschen gewöhnen sich an uns und werden entspannter: „Ach, die kennen wir ja schon. Heute haben sie Tiermasken auf.“ Dann freuen sie sich, weil sie merken, es tut nicht weh, sie werden zu nichts gezwungen. Das strahlt aus auf die anderen und auch wir sind von Mal zu Mal mutiger geworden.

Was waren besondere Herausforderungen?

Im zweiten Jahr haben wir erwachsene Menschen dazu eingeladen, eine regionale Inszenierung mit uns zu machen, die das Kooperieren, den Zusammenhalt und die Gemeinschaft zum Thema hat. Viele Menschen, die hier leben, leiden unter der Zersiedelung: Jeder sitzt allein in seinem Dorf und wir wollten Synergien schaffen. Es gab die ersten Treffen, doch mitten hinein in unsere Proben kam der erste und später weitere Lockdowns. Viele Proben mussten ausfallen, so wurde aus der Idee einer Inszenierung mit der Zeit etwas anderes. Wir haben stattdessen zum Abschluss einen Workshop mit 60 Menschen draußen auf einer Burg gemacht.



Mit dem Luftbus ins WunderLAND. Diese und andere Aktionen weckten die Neugier für den KulturKnotenPunkt. So konnten immer wieder neue Teilnehmende zum Mitmachen gewonnen werden.

Was hat zum Erfolg beigetragen?

Ich glaube, unser Erfolgsrezept ist, dass wir spielen. Das ist sozusagen unsere Brücke, mit der wir Menschen kennenlernen. Was ich ganz schrecklich finde, ist alles, was den Ruch von Erziehen, Belehren, Aufklären hat. Wichtig ist, mit welcher Haltung man Kunst und Kultur in den ländlichen Regionen macht. Die Menschen spüren das, wenn sie entwickelt, erzogen werden sollen, und reagieren mit massiver Abwehr. Wir möchten aber ihre Potenziale aufgreifen. Deswegen ist wahrscheinlich unser ernst genommenes Spiel, unser Wunsch, mit den Menschen in Kontakt zu treten, ein Grund für unseren Erfolg. Das ist vielleicht der einzige Weg, dass sie nach einer Zeit merken, wir wollen sie gar nicht erziehen, wir wollen Zeit mit ihnen verbringen, weil wir hier auch leben. Wir haben ein höchst eigenes Interesse daran, dass diese Region lebt.

Ein weiterer, entscheidender Punkt für unseren Erfolg ist unsere Präsenz auf dem Markt beziehungsweise das Bild des Marktplatzes als ein Treffpunkt, wo die Gesellschaft zusammenkommt. Wo alle irgendwann vorbeikommen und wir alle erreichen können. Physische Anwesenheit und den analogen Austausch zwischen Menschen betrachten wir spätestens seit der Pandemie als eine Art kulturelle Disziplin, die im Interesse der Demokratie gefördert werden sollte. Als Theater schaffen wir Anlässe und einen qualitätvollen Rahmen dafür.

Was würden Sie Menschen empfehlen, die ein Ähnliches Projekt planen?

Ich würde empfehlen, das einzusetzen, was ich künstlerisch kann – ob ich nun Tänzerin, Musikerin oder Performerin bin. Da gehört Mut dazu, sich auch verletzlich zu machen, indem man sich ausliefert. Ganz häufig werden solche Projekte geschützt gemacht, man trifft sich und es wird

gesammelt: Was wünscht ihr euch? Das ist zu akademisch. So kann man Leute nicht erreichen, die sich das selbst nicht ausgedacht oder gewünscht haben. So bleibt man immer in einer Blase. Wenn man mehr Menschen als die Kulturinteressierten erreichen möchte, dann sollte man seine Profession als Anlass, als Anker nehmen.

Man muss zudem ein ernsthaftes Interesse an den Menschen haben. Es reicht nicht, sich nur für Kunst und Kultur zu interessieren, sondern auch für die Umgebung, für den Ort, für die Stimmung der Menschen. Man braucht eine große Offenheit.

Wie geht es mit dem KulturKnotenPunkt weiter?

Was wir jetzt – auch durch die Not aus der Coronazeit – entwickelt haben: Wir gehen nach draußen, in die Natur, ein großes Potenzial der ländlichen Regionen. Wir haben eine erste Produktion im Wald geplant und wollen den Fokus dahinwenden. Außerdem wurde uns aufgrund unserer Arbeit beim KulturKnotenPunkt von der Kreisstadt und dem Schwalm-Eder-Kreis eine Minimalförderung mit einer Laufzeit von fünf Jahren zugesagt.

Und dann sind aus dem Kreis derer, die immer bei unseren Workshops waren, zwei neue Kulturinitiativen hervorgegangen. Die Menschen haben Mut gefasst, sich in ihren Dörfern zu engagieren. Unsere Arbeit im Kulturbereich baut immer aufeinander auf. Man kann einzelne Projekte nicht nur für sich betrachten, sondern sieht, dass es weitergeht und zu neuen Ideen anregt – sowohl bei uns als auch bei unserem Publikum.

Das Gespräch führte Martina Rolfs.

Finanzierung: Der Mix macht's

Kulturarbeit ist – gerade in ländlichen Räumen – meist von finanzieller Unterstützung und Förderung abhängig. Wichtig ist es daher, möglichst frühzeitig zu klären, welche Kosten entstehen und wie diese finanziert werden können.

Oft gibt es nicht die eine passende Finanzierungsart, mit der sich eine Projektidee umsetzen lässt. Vielmehr haben die Erfahrungen der LandKULTUR-Akteure gezeigt, dass es hilfreich ist, unterschiedliche Quellen heranzuziehen. Neben öffentlichen Förderprogrammen von Kommunen, Land, Bund oder Europäischer Union (EU) können auch Mittel von Stiftungen, Sponsoring, Crowdfunding, Sach- oder Geldspenden sowie eigene Einnahmen zum Finanzierungsmix beitragen. Auch kann es interessant sein, Kooperationspartnerinnen und -partner zu gewinnen, die finanziell, materiell oder personell unterstützen.

Die Möglichkeiten sind vielfältig und von Projekt zu Projekt sowie von Region zu Region sehr individuell. Aber: Das Beantragen und Einwerben von Finanzmitteln ist alles andere als ein Selbstläufer und erfordert einiges an Aufwand und Vorlauf. Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich eine sorgfältige Kosten- und Finanzierungsplanung. Vor allem für Kulturakteure, die sich das erste Mal um eine Projektfinanzierung kümmern, ist eine frühzeitige und gute Beratung sinnvoll. Wichtig ist es auch, in Finanzierungsfragen kontinuierlich am Ball zu bleiben und eine mögliche Verstetigung von Beginn an mit in den Blick zu nehmen. Gerade bei Förderprojekten sind Modelle zu entwickeln, die zur Finanzierung der Projekte über den Förderzeitraum hinaus interessant sein können.



SO GELINGEN GUTE FINANZIERUNGSPÄNE UND FÖRDERANTRÄGE

- **Projektaufbau mit Finanzierungsmöglichkeiten verbinden:** Förderangebote sind oft auf spezifische Themen oder Förderinhalte begrenzt. Den einen passenden Fördertopf für eine bestehende Projektidee zu finden, ist daher häufig schwer. Mit Blick auf die in Frage kommenden Fördermöglichkeiten kann es daher sinnvoll sein, für einzelne, gut abgrenzbare Projektbausteine unterschiedliche Fördermöglichkeiten zu nutzen. Überlegen Sie, ob Sie Ihr Projekt in einzelne Bausteine aufteilen können. Wenn dies der Fall ist, sollten Sie diese klar benennen sowie zeitlich und inhaltlich gut voneinander abgrenzen.
- **Realistische Zeit- und Ausgabenpläne erstellen:** Bedenken Sie, dass es zu Kostensteigerungen kommen kann oder unvorhersehbare Änderungen mehr Aufwand bedeuten können. Planen Sie dies mit ein. Berücksichtigen Sie außerdem zusätzlich zu den Projektkosten ausreichende Kapazitäten für die Organisation, also beispielsweise für die Abrechnung der Fördermittel, die Verwaltung und Dokumentation, die Zielgruppenansprache, Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit.
- **Personalkosten einplanen:** Wenn es die Förderung zulässt, sollten Sie gerade für die organisatorischen Aufgaben genügend Personalmittel einkalkulieren und bei Gehältern und Honoraren die jeweiligen branchenspezifischen Standards berücksichtigen.
- **Beratung einholen:** Da das Einwerben, die Beantragung und die Abrechnung von Fördermitteln aufwendig sind, lassen Sie sich professionell beraten. Nutzen Sie hierfür kostenfreie Beratungsmöglichkeiten, zum Beispiel bei der Kommune, bei der Bewilligungsstelle des jeweiligen Förderprogramms sowie bei Kultur-Servicestellen oder Landschafts- und Kulturverbänden.



FÖRDERUNG UND FINANZIERUNG – HIER FINDEN SIE WEITERE INFORMATIONEN

Die **Förderdatenbank des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz** bietet umfangreiche Informationen über Förderprogramme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der EU, darunter auch zahlreiche Fördermöglichkeiten für Kulturprojekte. Unter anderem sind darüber die Förderangebote der **Bundesbeauftragten für Kultur und Medien** zu finden.

- www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Foerderprogramme/foerderprogramme.html
- www.kulturstaatsministerin.de/DE/kunst-und-kulturfoerderung/kultur-in-laendlichen-raeumen/kultur-in-laendlichen-raeumen_node.html

Der **Förderfinder der Website „Europa fördert Kultur“** ist ein gemeinsames Projekt der Creative Europe Desks KULTUR aus Österreich und Deutschland und informiert über EU-Programme, die Kultur fördern.

- www.europa-foerdert-kultur.eu/finder

Die **Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft (KuK) der Bundesregierung** weist auf ihrer Website auf die unterschiedlichen Unterstützungsmöglichkeiten der Länder hin. Dabei geht es zum Beispiel um die Beratung zu Fördermitteln oder um Qualifizierungsangebote.

- www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/DieInitiative/Bundeslaender/bundeslaender.html

In der Online-Ausgabe des **Handbuchs der Kulturpreise** gibt es ein Register über Stiftungen sowie Hinweise zu Stipendien, Wettbewerben, Preisen und anderen Fördermöglichkeiten im Kultur- und Medienbereich.

- www.kulturpreise.de/web/index.php

Die Kulturstiftungen auf Landesebene und viele weitere **Stiftungen** fördern Kulturprojekte, aber auch die Stiftungen regionaler Banken und Sparkassen können angesprochen werden. Die Stiftungssuche des Bundesverbands Deutscher Stiftungen listet zahlreiche Stiftungen auf und gibt Tipps, wie die Antragsstellung gelingt.

- www.stiftungssuche.de

Die **Förderdatenbank der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt** bietet ein interaktives Tool, über das sich themen- und regionsbezogen die passende Förderung finden lässt.

- www.foerderdatenbank.d-s-e-e.de

Für Kulturprojekte kommen zusätzlich zur klassischen Kulturförderung oftmals auch **Mittel aus der ländlichen Entwicklung** in Frage. Interessant können Förderungen über die Integrierte Ländliche Entwicklung (ILE), zum Beispiel die Dorfentwicklung oder das Regionalbudget für Kleinprojekte, oder über LEADER (Liaison entre actions de développement de l'économie rurale) sein. Das Förderhandbuch für die ländlichen Räume der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume gibt einen generellen Überblick über EU- und Bundesprogramme und informiert über die Antragsstellung. Weitere und aktuelle Informationen erhalten Sie bei den jeweiligen Landesministerien.

In **LEADER- oder ILE-Regionen** erstellen lokale und regionale Akteure eine Entwicklungsstrategie, über die oftmals auch Kulturprojekte förderfähig sind. Sollten Sie Ihr Projekt in einer LEADER- oder ILE-Region umsetzen, dann informieren Sie sich beim zuständigen Regionalmanagement über eine mögliche Förderung über LEADER, ILE oder andere Programme. Meist sind die dortigen Akteure gut vernetzt und können weitere Kontakte vermitteln. Weitere Informationen und eine Regionsuche mit Kontaktdaten bietet die Website der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume.

- www.ble-medienservice.de/7130-1-dvs-foerderhandbuch-fuer-die-laendlichen-raeume.html
- www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/foerderung-des-laendlichen-raumes/bund-und-laender-foerderung/steckbrief-dorfentwicklung.html
- www.netzwerk-laendlicher-raum.de

Es gibt einige **Crowdfunding**-Plattformen, beispielsweise von Stiftungen, Kreditinstituten oder Unternehmen, die auch für Kulturprojekte interessant sein können. Die Website [Crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de) informiert über die verschiedenen Formen des Crowdfunding und den Ablauf einer Crowdfinanzierung und enthält Links zu Vermittlungsplattformen.

- www.crowdfunding.de

Auch **Landschafts- und Kulturverbände** sowie **Kultur-Service- und Netzwerkstellen** informieren über aktuelle Förderaufrufe und Fördermöglichkeiten, zum Teil vergeben sie auch eigene Fördermittel. Mehr Infos zu diesen Institutionen finden Sie im Kapitel 3 auf Seite 39.



Verstetigung: Frühzeitig im Blick

Kulturelle Angebote in ländlichen Räumen zu etablieren, braucht seine Zeit – sei es, um Vertrauen bei potenziellen Zielgruppen aufzubauen oder um eine funktionierende Zusammenarbeit der Akteure auf die Beine zu stellen. Kontinuität ist auch für die vielen freien Kulturschaffenden wichtig, die Planungssicherheit für ihre Arbeit suchen. Und natürlich wünschen sich ebenfalls Besucherinnen und Besucher ein regelmäßiges und abwechslungsreiches Kulturangebot.

Viele LandKULTUR-Projekte waren von Anfang an als dauerhafte Kulturprojekte angelegt. Auch einmalige Aktionen wie ein Theaterstück oder Konzert konnten Impulse für weitere Angebote oder Folgeprojekte liefern. Die Frage, wie Projekte verstetigt werden können, war dennoch eine der zentralen Herausforderungen. Vor allem spielte dabei die weitere Finanzierung eine wichtige Rolle, ebenso waren organisatorische Fragen zu klären, zum Beispiel die künftige Aufgabenverteilung unter den Beteiligten im Kernteam.

Um Kulturprojekte in ländlichen Räumen dauerhaft zu etablieren, ist es wichtig, sich frühzeitig und wiederholt mit dem Thema Verstetigung zu beschäftigen. Bereits bei der Konzeption sollte mitbedacht werden, wie die Ergebnisse genutzt oder das Projekt fortgeführt und weiterentwickelt werden kann (siehe auch Kapitel 2, Seite 12). Auch im Laufe der Projektdurchführung empfiehlt es sich, regelmäßig zu hinterfragen, ob die ersten Ideen zur Fortführung weiterhin sinnvoll und machbar sind oder ob eine Nachjustierung erforderlich ist. In diesem Zusammenhang gilt es, das Projekt gut zu dokumentieren, nachzubereiten und nach Möglichkeit auch zu evaluieren, beispielsweise durch einen Workshop oder ein Treffen mit allen an der Organisation Beteiligten. Eine gute Dokumentation und professionelle Fotos, ein Projektvideo und eine übersichtlich gestaltete, stets aktuelle Website können dabei helfen, neue Gelder einzuwerben oder potenzielle Unterstützerinnen und Unterstützer zu gewinnen.

SO GELINGT DIE VERSTETIGUNG IHRES KULTURPROJEKTS

- **In zukunftsfähige und tragfähige Ausstattung investieren:** Wenn Sie über Förderprogramme Technik, eine mobile Bühne oder Ähnliches anschaffen oder einen Raum für Kulturveranstaltungen herrichten, denken Sie bereits anderweitige und langfristige Nutzungsmöglichkeiten mit.
- **Einnahmen erzielen:** Über Eintrittsgelder, Mitgliedsbeiträge, Teilnahmeentgelte oder Verkaufserlöse von Essen und Getränken können Sie einen Teil der Kosten decken. Auch durch die Vermietung der eigenen Ausstattung oder von Räumlichkeiten können Sie Einnahmen erwirtschaften, die zur Kostendeckung beitragen oder über die Sie neue Kulturangebote finanzieren können.
- **Qualifizierung und Vernetzung nutzen:** Nehmen Sie während der Projektlaufzeit an Qualifizierungs- und Netzwerkangeboten teil, um Tipps und Tricks für Fördermöglichkeiten zu erhalten, die Vereinsarbeit effizienter zu gestalten oder Projekte ohne professionelle Unterstützung im Kleinen fortsetzen zu können.
- **Bestehende Partnerschaften festigen und neue Kooperationen aufbauen:** Verwenden Sie während der Projektumsetzung ausreichend Kapazitäten für die Vernetzung und den Auf- und Ausbau von Kontakten. So können Sie neue Partnerinnen und Partner für die Verstetigung der Projekte gewinnen. Beispielsweise kann die lokale Tourismusagentur Kosten übernehmen oder personell unterstützen.
- **Kontakt in die lokale Politik und Verwaltung frühzeitig herstellen:** Informieren Sie die örtlichen oder regionalen politischen Gremien und Verwaltungsmitarbeitende fortlaufend über das Projekt, um sie für die Verstetigung zu gewinnen (siehe auch Kapitel 2 im Abschnitt „Kommunen“, Seite 18).
- **Frühzeitig mit der Suche nach weiteren Fördermöglichkeiten beginnen:** Halten Sie während der Projektlaufzeit die Augen nach neuen Förderprogrammen auf und planen Sie für die Suche und das Stellen neuer Anträge genügend Zeit ein. Auch Spenden, Preisgelder, Sponsoring oder Crowdfunding können zur Verstetigung interessant sein. Mehr dazu finden Sie im Kapitel 2 im Abschnitt „Finanzierung“, Seite 24.

Die LandKULTUR-Akteure nutzten unterschiedliche Wege und Kombinationen für die Verstetigung, indem sie

- ihren finanziellen Spielraum durch eigene Einnahmen erweiterten,
- tragfähige Arbeits- und Angebotsstrukturen entwickelten,
- Kooperationen ausbauten oder neu schmiedeten sowie
- weitere Finanzmittel einwarben.

Die drei Projektbeispiele zeigen unterschiedliche Strategien zur Verstetigung. Sie können als Inspiration dienen, um den jeweils passenden individuellen Weg für eine Fortführung zu finden.

BEISPIELE FÜR PROJEKT-DOKUMENTATIONEN

Im Projekt **All You Can Dance – Tanz in der Fläche** ist die Projektdokumentation mit einer Handreichung für zeitgenössischen Tanz in ländlichen Räumen verknüpft und vermittelt so auch hilfreiche Tipps an Nachfolgeprojekte oder Interessierte, die ähnliche Projekte starten möchten:

- www.tanzszene-bw.de/aktivitaeten/tanz-in-der-flaeche

Die Projektakteure vom **Kaleidoskop Worpswede** haben neben einer Dokumentation auch einen Projektblog mit Interviews und einer Beschreibung der Ausstellung erstellt:

- www.kaleidoskopworpswede.de

Die Website des Projekts **JAKOB – Kultur leben!** informiert anschaulich und übersichtlich über die Projektentstehung und die geförderten Projektbausteine:

- www.jakob-kultur-leben.de



ILSER WEBSTUBE

Verein, Stadt und Kreis gemeinsam

In der Ilser Webstube in Petershagen (Nordrhein-Westfalen) bleibt traditionelle Handwerkskunst lebendig. Die ehrenamtlichen Mitglieder des Vereins Webgemeinschaft Ilse e. V. setzen sich dafür ein, das Handwerk des Webens und Spinnens zu bewahren und ihr Wissen in Kursen an Kinder und Erwachsene weiterzugeben. Mit Hilfe der LandKULTUR-Förderung konnte der Verein sein Kursangebot ausbauen und sich professionalisieren: Vereinsmitglieder nahmen an Qualifizierungsangeboten teil, die Internetpräsenz des Vereins wurde modernisiert und Ehrenamtliche darin geschult, selbst Kurse anzubieten.

Durch all diese Bausteine gelang es, neue Vereinsaktive und Teilnehmende zu gewinnen sowie die Webstube in der Region bekannter zu machen. Auch der Kreis Minden-Lübbecke und die Stadt Petershagen erkannten die Besonderheit der Webstube als beliebtes Angebot und Ausflugsziel in der Region und sagten eine dauerhafte Unterstützung zu. Sie übernehmen nun jeweils ein Drittel der Mietkosten für die Räumlichkeiten. Der Verein selbst trägt den Rest der Kosten durch Kursgebühren, Eintrittsgelder und Mitgliedsbeiträge. Durch die finanzielle Unterstützung ist Planungssicherheit gegeben und der Verein kann den weiteren Ausbau seiner Räumlichkeiten, seines Angebots und seiner Bekanntheit vorantreiben.

- www.webstube-ilse.de



KONZERTREIHE „CLASSIC MEETS BAD DÜBEN“

Mit erfolgreicher Kooperation in die Zukunft

Die Sächsische Bläserphilharmonie spielt als regionales Konzertorchester überwiegend im Leipziger Raum (Sachsen). Unter dem Motto „Classic meets Bad Düben“ entstand in der Stadt eine neue Konzertreihe. Von Anfang an arbeitete die Bläserphilharmonie eng mit regionalen Partnerinnen und Partnern wie der Tourismusgesellschaft zusammen. Eine Schlüsselrolle spielte das Heide Spa Bad Düben, das nicht nur die Räumlichkeiten stellte, sondern ebenfalls beim Marketing und beim Verkauf von Tickets unterstützte. Als langjähriger Anbieter von Kulturveranstaltungen verfügte das Heide Spa bereits über ein Stammpublikum, das auch das neu entstandene Angebot gerne nutzte. Damit profitierte auch die Veranstaltungslocation davon, ihr Angebotspektrum zu erweitern.

Durch diese Partnerschaft gelang es, über die Projektförderung hinaus ein dauerhaftes Kulturangebot für die Region zu schaffen. Eine Kooperationsvereinbarung mit dem Heide Spa Bad Düben und der Kurbetriebsgesellschaft Dübener Heide mbH sichert nun das Fortbestehen des Angebots. Zusätzlich unterstützen Spenden- und Sponsorengelder sowie Ehrenamtliche des Fördervereins „Freunde der Sächsischen Bläserphilharmonie e.V.“ das Projekt. Dank der guten Zusammenarbeit ist die Konzertreihe „Classic meets Bad Düben“ ein etablierter Bestandteil des städtischen Veranstaltungskalenders.

→ www.saechsische-blaeserphilharmonie.de/de/termine/anrechtsreihe-bad-dueben



PFARRSCHEUNE UMMENDORF

Verstetigung dank eigener Einnahmen und guter Zusammenarbeit


Die Pfarrscheune ist ein Teil eines historischen Ensembles in Ummendorf (Sachsen-Anhalt). In Kooperation zwischen der evangelischen Kirchengemeinde und der Kommune wurde die Pfarrscheune umgebaut und bildet zusammen mit dem angrenzenden Pfarrhaus heute ein Kulturzentrum. Die Gemeinde Ummendorf hat für das Gelände, das der Kirchengemeinde gehört, einen Nutzungsvertrag über 30 Jahre abgeschlossen. Somit war diese für den Umbau zuständig und organisiert zukünftig den Betrieb. Geplant ist, die laufenden Kosten durch Mieteinnahmen zu decken.

Eine kontinuierliche Nutzung und Auslastung der Räumlichkeiten stellen neben der Kirchengemeinde örtliche Vereine und die Theatergruppe sicher. Die Grundschule führt dort schulische und außerschulische Angebote durch. Auch Einzelpersonen können die Räumlichkeiten mieten. Durch verschiedene Veranstaltungen und Angebote im Innen- und Außenbereich ist die Pfarrscheune mittlerweile zu einem Ort der Begegnung und des Austausches geworden.

3

Ehrenamt: Motiviert und engagiert

Kultur und Ehrenamt sind in ländlichen Räumen eng miteinander verknüpft: Seien es Projekte, die komplett von Ehrenamtlichen organisiert und durchgeführt werden, oder helfende Hände, die bei Veranstaltungen unter die Arme greifen. Hier erfahren Sie, wie Sie Ehrenamtliche gewinnen und zum Mitmachen motivieren können und wie das Ehrenamt unterstützt und entlastet werden kann.



Ehrenamt: Essenziell für die Kultur

In vielen Orten gäbe es ohne engagierte Einzelpersonen und Vereine kein kulturelles Angebot. Das Spektrum des ehrenamtlichen kulturellen Engagements ist groß und reicht von Gesangs-, Musik- und Heimatvereinen über weitere Initiativen, die Kulturveranstaltungen mit externen professionellen Künstlerinnen und Künstlern organisieren, bis hin zu zahlreichen Kulturbegeisterten, die eigene Angebote auf die Beine stellen. Sie sind von der Bedeutung der Kultur für die Gesellschaft und das Miteinander überzeugt und entwickeln aus einer persönlichen Motivation heraus Projektideen, die sie mit großem Engagement und Arbeitseinsatz umsetzen.

Die selbstständig durch kulturinteressierte Bürgerinnen und Bürger organisierte Kulturarbeit spielt eine besondere Rolle, gerade für ländliche Räume. Denn: Häufig fehlen hier den Städten und Gemeinden Mittel und Möglichkeiten für ein kontinuierliches kulturelles Angebot. Öffentlich finanzierte Kultureinrichtungen gibt es kaum und nur wenige Kommunen haben hauptamtliche Kulturbeauftragte, die Konzerte, Theateraufführungen oder Ausstellungen für den Ort organisieren. Wer also kulturell interessiert ist, wird selbst aktiv.

In den LandKULTUR-Projekten übernehmen Ehrenamtliche unterschiedliche Rollen: Sie haben

- **als Hauptverantwortliche kulturelle Projekte durchgeführt**, wie das Beispiel „Jenseits der Stille – Leben aus dem Wangeliner Garten“ zeigt, oder
- **als Mitwirkende Kulturprojekte unterstützt**, die durch hauptamtliches Personal geleitet wurden, wie es am Beispiel „Jacob – Kultur leben“ deutlich wird.





Ehrenamtliche in der Verantwortung. Im Wangeliner Garten übernehmen Ehrenamtliche nicht nur die Pflege für Beete, der Förderverein kümmert sich auch um das kulturelle Angebot im Garten.

Jenseits der Stille – Leben aus dem Wangeliner Garten

Ehrenamtliche engagieren sich in Eigenregie

Projektakteure: Verein zur Förderung des Wangeliner Gartens e.V.

Ort/Region: Wangelin, Ortsteil der Gemeinde Ganzlin, Mecklenburg-Vorpommern

Mehr Infos: → www.wangeliner-garten.de

Laufzeit: 18. Januar 2019 bis 30. Juni 2022

Darum geht's:

Mehr Kultur und Bildung in den Garten bringen – mit diesem Ziel engagieren sich Ehrenamtliche im Verein zur Förderung des Wangeliner Gartens e. V. Der Garten entstand bereits vor mehr als 20 Jahren auf ehemaligen Agrarflächen im Dorf Wangelin und hat sich mittlerweile als naturnaher Lerngarten, örtlicher Begegnungsort und touristischer Anziehungspunkt etabliert. Das Areal umfasst außerdem ein Café, einen kleinen Laden mit lokalen Produkten, besondere Übernachtungsmöglichkeiten in Lehm- und Strohbauten sowie viel Platz für Bildung und Kultur. Die LandKULTUR-Förderung unterstützte neue Angebote: So wurde zum Beispiel der „Maulwurfshügel“, ein begehbare Hügel mit einer Ausstellung über Lebewesen unter der Erde, ausgebaut und dazu eine Infobroschüre erstellt, ein digitaler Audioguide konzipiert und ein Bildhauersymposium durchgeführt.

Die Besonderheit:

Ohne Ehrenamtliche wäre der Garten nicht das, was er ist: Bürgerinnen und Bürger übernehmen Beet-Patenschaften und unterstützen bei Arbeitseinsätzen. Der Förderverein, in dem Ehrenamtliche aus dem Ort und aus ganz Deutschland aktiv sind, gestaltet und betreut das kulturelle Angebot und die durch LandKULTUR geförderten Aktivitäten. Für einzelne Bausteine konnten sich die Vereinsmitglieder außerdem kleinere Honorare auszahlen lassen.

So geht's weiter:

Ob Konzertreihe, GartenKino oder Wiederauflage des Bildhauersymposiums – der Förderverein setzt seine Arbeit auch nach Abschluss der Förderung fort. Entscheidend für das LandKULTUR-Projekt war die gemeinsame, kontinuierliche Arbeit an den Projektbausteinen, regelmäßige Treffen und eine klare Verteilung der Zuständigkeiten, um die Angebote wie beantragt umsetzen zu können. So wuchsen die Mitglieder stärker zusammen und es gelang, mit Hilfe der Förderung die Vereinsstrukturen zu professionalisieren, was nun auch für zukünftige Projekte hilfreich ist.



Mit tatkräftiger Unterstützung, Konzertabende, Stop-Motion-Filmworkshops und Open-Air-Kinoabende – der Kulturlandschaft Kahlgrund e.V. entwickelte mit Hilfe zahlreicher Ehrenamtlicher verschiedene kulturelle Veranstaltungen und Angebote.

Jakob – Kultur leben!

Ehrenamtliche immer aktiv dabei

Projektakteure: Kulturlandschaft Kahlgrund e.V.

Ort/Region: Markt Mömbris, Bayern

Mehr Infos: → www.jakob-kultur-leben.de

Laufzeit: 1. Januar 2019 bis 31. Januar 2022

Darum geht's:

Kulturakteure, Vereine und Initiativen aus Markt Mömbris miteinander vernetzen und Heimatgeschichte neu entdecken – mit diesem Ziel setzte der Verein Kulturlandschaft Kahlgrund mit starker ehrenamtlicher Unterstützung verschiedene Projekte, manche wegen der Coronapandemie anders als ursprünglich geplant, um: So entstand aus einem alten Bauwagen ein Kulturwagen, der nun für Veranstaltungen wie Open-Air-Kinoabende unterwegs ist. Unter dem Motto „Lieblingsorte – Facetten von Heimat“ fotografierten Ehrenamtliche besondere Plätze in Mömbris, die auf einer Website veröffentlicht wurden. Außerdem interpretierten lokale Musikerinnen und Musiker das traditionelle Mömbriser Jakob-Lied neu und präsentierten ihre Songs auf einem „Abend mit Jakob“.

Die Besonderheit:

Das Projekt setzte von Anfang an auf ein aktives Engagement von Ehrenamtlichen, und zwar konsequent in allen Bereichen: So nahmen sie nicht nur an den Angeboten teil oder halfen dabei, sondern brachten auch in einer Projektgruppe ihre Ideen ein, die gemeinsam umgesetzt wurden. Die Basis für die Arbeit der Ehrenamtlichen war die hauptamtliche Projektleitung: Sie übernahm die Verwaltungsarbeit und Kommunikation mit dem Fördermittelgeber, hatte die Projektziele im Blick und vernetzte die Mitglieder der Projektgruppe mit weiteren beteiligten Partnerinnen und Partnern.

So geht's weiter:

Ehrenamtliche führen das Projekt weiter: Die Website als Kulturplattform und der Kulturwagen sind weiterhin im Einsatz. Aus dem Open-Air-Kino entwickelt sich ein Filmclub und sorgt dafür, dass Filmkultur ein fester Bestandteil des lokalen Kulturangebots bleibt. Die Kooperationen mit Projektpartnern werden Schritt für Schritt gefestigt und die Vernetzung wird ausgebaut. So konnte der Verein zum Beispiel das Anschlussprojekt „HeimatHub“ mit dem Stadt- und Stiftsarchiv Aschaffenburg anstoßen, das vom Land Bayern bis Sommer 2024 gefördert wird und in dem der durch LandKULTUR geförderte Projektleiter nun hauptamtlich mitarbeitet.

Ehrenamtliche gewinnen und motivieren

Hat das Ehrenamt in ländlichen Regionen Tradition? Ob Freiwillige Feuerwehr, Sportverein oder Musikgruppe – häufig sind Eltern und Großeltern bereits aktiv gewesen und wer sich als Zugezogene und Zugezogener in Vereinen und Gruppen einbringt, findet oft schneller Anschluss. Tatsächlich ist die Bereitschaft, sich ehrenamtlich zu engagieren, auf dem Land im Vergleich zur Stadt etwas höher, wie der Deutsche Freiwilligensurvey 2019 festgestellt hat. Gleichzeitig wird es aber immer schwieriger, die Posten für Vorsitz oder Finanzen zu besetzen und Mitglieder dauerhaft an die Vereine zu binden. Junge Menschen sind mit Schule und Ausbildung oftmals ausgelastet und Berufstätigen fehlt es häufig an Zeit, sich langfristig zu engagieren. Ehrenamtliche Tätigkeiten sind daher auch in ländlichen Räumen keine Selbstverständlichkeit.

Wie kann es gelingen, das Ehrenamt attraktiv zu halten, neue Mitwirkende zu gewinnen und die Motivation am Engagement zu stärken? Ob Fahrdienste, Ticketverkauf, Auf- und Abbauarbeiten bei Veranstaltungen oder Kontakte knüpfen und Wissen über die Region beitragen – die Möglichkeiten, wie Ehrenamtliche Kulturprojekte unterstützen können, sind vielfältig. Allen voran sollten Spaß und Freude an der Arbeit stehen. Die Aktivitäten sollten dabei nicht als Last wahrgenommen werden. Gemeinsame Erlebnisse und Erfolge schweißen Gruppen zusammen und stärken die Gemeinschaft. Ehrenamtliche Tätigkeit geschieht meist aus Überzeugung. Ehrenamtliche wünschen sich jedoch, in ihrem Engagement wahrgenommen und wertgeschätzt zu werden.

SO GEWINNEN SIE EHRENAMTLICHE ALS MITWIRKENDE

- **Menschen gezielt ansprechen:** Motivieren Sie Bürgerinnen und Bürger durch persönliche Gespräche zum Engagement im Projekt. Behalten Sie dabei nicht nur kulturell Interessierte im Blick, sondern gehen Sie auch auf örtliche, traditionell verankerte Gruppen und Vereine unabhängig von ihrer inhaltlichen Ausrichtung zu und gewinnen Sie diese für Ihr Projekt.
- **Mehrwert bieten und kommunizieren:** Neue Fähigkeiten erlernen, Kontakte aufbauen, Freundschaften schließen oder Freude am gemeinsamen Tun – was Ehrenamtliche aus dem Projekt mitnehmen können, ist vielfältig. Auch der Mehrwert für den Ort oder die Gemeinschaft kann motivieren, zum Beispiel, wenn das Kulturangebot das Dorf attraktiver und lebendiger macht. Überlegen Sie sich, welchen Mehrwert Ihr Projekt schafft, und kommunizieren Sie diese Vorteile.
- **Attraktive, vielfältige Einsatzmöglichkeiten bieten:** Schaffen Sie unterschiedliche Möglichkeiten, sich in die Projekte einzubringen, und bieten Sie Ehrenamtlichen Freiraum, sich nach ihren persönlichen Fähigkeiten und Interessen einzubringen.
- **Projektbezogenes Engagement ermöglichen:** Insbesondere Jüngere und Berufstätige lassen sich für punktuelle Einsätze und Hilfeleistungen begeistern. Dies entspricht dem Trend zu einem freieren, zeitlich begrenzten ehrenamtlichen Einsatz. Bieten Sie die Möglichkeit, sich auch ohne langfristige Verpflichtungen einzubringen.
- **Aufwand und Zeit der Einsätze strukturieren:** Zeitliche Kapazitäten der Engagierten sind häufig begrenzt. Orientieren Sie sich bei der Planung der Einsätze an den Möglichkeiten Ihrer potenziellen Mitwirkenden. Sorgen Sie für Transparenz, indem Sie kommunizieren, wie viel Zeit für die Aufgaben einzuplanen ist beziehungsweise welche Kompetenzen benötigt werden.
- **Kompetenzen anerkennen und Offenheit für neue Ideen zeigen:** Nehmen Sie Ehrenamtliche als Projektbeteiligte mit ihren Fähigkeiten wahr. Entwickeln Sie die Projekte im Dialog mit ihnen, seien Sie offen für ihre Themen und lassen Sie sich auf neue Ideen und Erfahrungen ein.
- **Wertschätzung ausdrücken:** Organisieren Sie gemeinsame Feste, stellen Sie Verpflegung bereit oder zahlen Sie bei Bedarf und nach Möglichkeiten kleinere monetäre Aufwandsentschädigungen aus, damit sich die Ehrenamtlichen gesehen und wertgeschätzt fühlen.
- **Unterstützung anbieten:** Wenn Sie hauptamtlich am Projekt beteiligt sind, entlasten Sie die Ehrenamtlichen wo möglich. Beispielsweise sollten die verwaltungstechnischen Aufgaben nach Möglichkeit bei Hauptamtlichen liegen. Schaffen Sie Kontinuität im Projekt, leiten Sie die Gruppen an und vermitteln Sie bei Konflikten.

Ehrenamtliche unterstützen und qualifizieren

Ehrenamtliche sichern und bereichern mit ihrem Einsatz das kulturelle Leben. Mehr noch: Ehrenamtlich getragene Kulturprojekte sorgen für ein starkes Gemeinschaftsgefühl und fördern den gesellschaftlichen Zusammenhalt im Ort und in der Region.

Angebote zur Weiterbildung und Beratung für Ehrenamtliche, aber auch hauptamtliche Unterstützungsstrukturen können dazu beitragen, dass Ehrenamtliche in ihrem Tun bestärkt werden, sich vernetzen und ihre Aufgaben leichter und mit mehr Motivation bewältigen können. Dies führt nicht nur zu einer höheren Qualität der Kulturprojekte, sondern auch zu mehr Zufriedenheit bei allen Beteiligten. Neben punktuellen Angeboten zur Beratung und Qualifizierung sind langfristige Unterstützungsstrukturen zur Stärkung des Ehrenamtes und weiterer engagierter Kulturschaffender sinnvoll.

Im Rahmen von LandKULTUR haben sich zwei Möglichkeiten zur Unterstützung herauskristallisiert:

- **Schnittstellen zwischen Kulturschaffenden und Fördermittelgebern** können aktiv zu Fördermitteln beraten und fachliche Unterstützung anbieten. Vorbild können bestehende Servicestellen auf Landesebene oder von Verbänden sein. Damit möglichst viele Kulturschaffende von den Servicestellen profitieren können, sind diese gut zu bewerben und weiter auszubauen.
- **Eine hauptamtliche Kulturkoordination** mit Nähe zu den Akteuren vor Ort kann als zentrale Anlaufstelle und Unterstützung für Ehrenamt und Kulturschaffende dienen. Aufgaben dieser möglichst dauerhaft eingerichteten Stellen können beispielsweise sein, Kulturangebote zu entwickeln, Technik bereitzustellen, Kulturakteure zu beraten und zu vernetzen sowie über Qualifizierungsangebote zu informieren oder diese selbst durchzuführen.

Vor allem Städte, Gemeinden und Landkreise sind gefragt, in diesen Bereichen tätig zu werden und entsprechende Unterstützungsstrukturen im Dialog mit Kulturschaffenden aufzubauen. Mehr Informationen dazu und Beispiele finden Sie im Fachbericht zur Fördermaßnahme LandKULTUR.

SO ENTWICKELN SIE QUALIFIZIERUNGSANGEBOTE FÜR EHRENAMTLICHE

- **Bedarfsgerechte Themen für das Angebot wählen:** Damit Qualifizierungsangebote für Ehrenamtliche attraktiv sind, müssen sie einen klaren Mehrwert bieten. Die Themen müssen zu ihren Bedarfen passen und Lösungen für realistische Herausforderungen bieten. Themen wie Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, Finanzierung und Buchhaltung, rechtliche Fragen, Veranstaltungssicherheit und -technik sowie Vernetzung und Kooperation haben sich für Weiterbildungen als besonders wichtig herausgestellt. Fragen Sie mit einer Umfrage oder in persönlichen Gesprächen nach, welche Schwerpunkte gewünscht sind.
- **Empfehlungen „von der Praxis für die Praxis“ vermitteln:** Hilfreich kann es sein, wenn Ehrenamtliche selbst ihre Erfolgsrezepte im Rahmen des Qualifizierungsangebotes untereinander teilen. Gleichzeitig empfiehlt es sich, bei Fragen zu Rechtlichem oder zur Förderung passende Referentinnen und Referenten einzubinden. In jedem Fall sollten Sie genug Zeit für den Austausch zwischen den Teilnehmenden einplanen.
- **Balance zwischen Theorie und Praxis schaffen:** Kombinieren Sie theoretische Lerneinheiten zur Wissensvermittlung sowie die praktische Anwendung des Gelernten miteinander und gestalten Sie die Anteile von Theorie und Praxis möglichst ausgeglichen.
- **Zeitliche Ressourcen der Ehrenamtlichen schonen:** Kompakte Seminare beanspruchen die meist knappe Zeit der Ehrenamtlichen weniger. Zusätzlich sind lange Anfahrtswege möglichst zu vermeiden, sodass bei weiten Wegen Online-Angebote eine gute Alternative sein können.
- **Angebote zu passenden Zeiten für Ihre Zielgruppe schaffen:** Um beispielsweise Berufstätigen eine Teilnahme zu ermöglichen, ist es sinnvoll, einen Workshop in den (frühen) Abend oder an das Wochenende zu legen.



„Wir haben ihnen den Druck genommen und ihnen das Gefühl vermittelt, nur das machen zu müssen, wozu sie Lust haben.“

Sylja Baranowski und Christine Becker, Mitarbeiterinnen der Freiwilligenagentur Jugend-Soziales-Sport e.V.

„Nehmt die Ehrenamtlichen ernst und wertschätzt ihre Ideen!“

In der Samtgemeinde Elm-Asse in Niedersachsen haben Christine Becker und Sylja Baranowski mit dem Projekt MOTEA kulturelle Angebote gefördert und neue ehrenamtliche Initiativen unterstützt. Sie sprechen über ihre Arbeit als Freiwilligenagentur, besondere Projekte und die Herausforderung, sich vor Ort bekannt zu machen.

Was genau kann ich mir unter dem Projekt MOTEA vorstellen?

Becker: MOTEA ist die Abkürzung für Mobile Themenparks Elm-Asse und unsere Aufgabe war es, Kulturschaffende und Ehrenamtliche zu unterstützen. Das Ziel war die Förderung von kulturellen künstlerischen Angeboten im ländlichen Raum. Wir waren als Ansprechpartnerinnen für Fragen und zur Beratung vor Ort. Außerdem haben wir dabei geholfen, neue Initiativen zu gründen, vorhandene ehrenamtliche Strukturen auszubauen und dorfübergreifend zu arbeiten. Unser Ziel war es, die Menschen vor Ort zu vernetzen, zu unterstützen und zu motivieren, kulturelle und künstlerische Veranstaltungen umzusetzen.

Wie sind Sie dabei vorgegangen? Wie haben Sie Kontakt zu den Menschen aufgebaut?

Becker: Das war eine der größten Herausforderungen! Erst einmal mussten wir auf uns und unser Angebot aufmerksam machen. Wir haben zunächst gesammelt, welche Vereine es hier vor Ort gibt und sind auf circa 700 Initiativen gestoßen. Die haben wir alle kontaktiert und zusätzlich viele Dorffeste und Mitgliederversammlungen besucht und die Leute angesprochen. So haben

wir erste Vertrauenspersonen in den Dörfern gefunden, die wichtige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für uns waren.

Wie haben Sie die Themen für die Qualifizierungsangebote entwickelt?

Becker: Nachdem wir bekannter waren, haben wir erste Netzwerktreffen initiiert. Wir haben die Leute eingeladen und sind dabei ganz atypisch vorgegangen. Wichtig war uns, nicht nur Menschen einzuladen, die bereits in Vereinen eingebunden sind, sondern insbesondere auch Menschen, die sich noch nicht engagieren oder die nicht in Vereine eingebunden sind. Auf den ersten Treffen haben wir dann ganz niederschwellig eine Bedarfsanalyse erstellt: Was gibt es schon? Was wird vermisst? Wie sind die Strukturen vor Ort? Welche Ideen gibt es? Wichtig ist es dabei, erstmal alles zuzulassen und die Hemmschwellen abzubauen. So konnten wir zwei Gruppen erreichen: Die Vereinsvorsitzenden, die ihr Dorf kennen, und Menschen, die bisher nicht in Vereinen aktiv sind und mit einer konkreten (einmaligen) Idee zu uns kamen. Neben konkreten Projektideen haben sich daraus vor allem Themen für unsere Unterstützungs- und Qualifizierungsangebote ergeben.

Was waren typische Fragen der Freiwilligen und Ehrenamtlichen?

Becker: In der Corona-Zeit stand vor allem die Frage nach der Finanzmittelakquise im Vordergrund, verbunden mit Fragen zur Buchhaltung. Auch Hilfen bei der Veranstaltungsplanung, Öffentlichkeitsarbeit oder zur Gestaltung einer Homepage wurden häufig nachgefragt. Zu diesen Themen haben wir dann gemeinsam mit den Ehrenamtlichen und externen Expertinnen und Experten Workshops organisiert, die vor allem online stattfanden.

Welche Veranstaltungen und Projektideen sind im Rahmen von MOTEA entstanden und umgesetzt worden?

Becker: Ein schönes Beispiel ist der Umwelttag, der 2022 zum ersten Mal stattgefunden hat und auch nach Ende der Projektförderung in diesem Jahr noch einmal organisiert wurde. Ein Ehrenamtlicher hatte die Idee zu einem Umwelttag, um in seinem Dorf etwas zu bewegen. Ein Team aus 35 Personen hat dann einen Aktionstag entwickelt, der über 1.000 Besucherinnen und Besucher angelockt hat. Sie haben Flyer gestaltet, Akteure für die Stände gesucht, Kinder haben Bienenhotels gebaut, gefilzt und einen Malwettbewerb veranstaltet. Weitere Projekte waren ein inklusives Kulturfestival in unserem Freibad mit einem Theaterstück, Comedy und einer inklusiven Musikgruppe, ein Online-Wohnzimmer-Konzert über Instagram sowie die Gemeindebox. Das war ein Projekt aus der Bevölkerung,

um trotz der Kontaktbeschränkungen den Austausch zwischen den Dorfbewohnerinnen und -bewohnern zu fördern. Diese Gemeindebox wurde mit Flyern und in der Presse beworben und anfangs zum Tausch von Obst und Gemüse aus dem Garten genutzt. Die Box steht heute noch und dient inzwischen vor allem Kindern zum Tausch von Spielsachen.

Wie haben Sie die Freiwilligen und Ehrenamtlichen motiviert?

Baranowski: Ganz wichtig ist es, jede Person ernst und ihre Fragen wichtig zu nehmen. Und den Mut zu haben, Ideen auszuprobieren. Das kann vieles bewegen. Außerdem sollte man am Wochenende bei den Festen präsent und ansprechbar sein.

Becker: Wir haben gerade den Wandel, dass die Menschen sich nicht mehr an Vereine binden und auch nicht mehr die hohe Verantwortung tragen möchten. Wir haben ihnen den Druck genommen und ihnen das Gefühl vermittelt, nur das machen zu müssen, wozu sie Lust haben. Es gab keine Vorstandspositionen, keine Verpflichtungen. Das hat viel Leichtigkeit reingebracht und die Leute sehr motiviert. Es ist also zwingend notwendig, dass ein Hauptamt existiert, da es viel Arbeit macht, die ganzen Rahmenbedingungen zu stellen. Für das gegenseitige Vertrauen ist es zudem entscheidend, dass ein freundschaftliches Verhältnis zwischen Haupt- und Ehrenamt besteht und den Ehrenamtlichen viel Wertschätzung entgegengebracht wird.

Das inklusive Kulturfestival im örtlichen Freibad mit Theater, Comedy und Musik war eine von vielen Veranstaltungen, die durch das Projekt MOTEA entstanden.



Wie geht es nach Ende der Förderung weiter?

Becker: Da uns klar war, dass die Förderung endet und nicht verlängert werden kann, wurde versucht, die Ideen in andere Projekte einzugliedern oder sie an bestehende Vereine zu übergeben. Denn gerade Einzelpersonen können nicht so viel auf die Beine stellen und brauchen Strukturen im Hintergrund. Wir haben also dorfübergreifend versucht, die Leute zu vernetzen. Wir haben es außerdem über den Landkreis geschafft, dass die Experten-Workshops zur Unterstützung der Ehrenamtlichen weiter angeboten werden.

Baranowski: Das Schöne ist aber, dass vieles nach den Schulungen selbstständig weiterläuft.

Das Gespräch führte Martina Rolfs.



An den Netzwerktreffen nahmen sowohl bereits ehrenamtlich Aktive als auch (noch) nicht Engagierte teil. Gemeinsam identifizierten sie den Bedarf vor Ort und entwickelten neue Ideen.



PROJEKTE EIGENVERANTWORTLICH UMSETZEN – HIER ERHALTEN SIE UNTERSTÜTZUNG

Kulturbeauftragte der Kommunen: Einige Städte, Gemeinden oder Landkreise verfügen über Kulturbeauftragte, die Sie zu Förderangeboten beraten, interessante Kontakte vermitteln oder beispielsweise in der Angebotsentwicklung unterstützen können.

Kultur-Service- und Netzwerkstellen: Häufig auf Landesebene, aber auch kommunal angesiedelt, gibt es Servicestellen, die gezielt dafür eingerichtet sind, kleinere und ehrenamtliche Kulturakteure zu unterstützen und zu beraten.

Beispiele auf Landesebene:

- Service-Center Kultur in Mecklenburg-Vorpommern: www.servicecenter-kultur.de
- Servicestelle Kulturförderung in Schleswig-Holstein: www.schleswig-holstein.de/DE/fachinhalte/K/kulturforderung/Servicestelle_Kulturforderung.htm

Beispiele auf regionaler Ebene:

- Servicestelle Kultur im Landkreis Peine (Niedersachsen): www.kultur-peinerland.de/SERVICESTELLE-KULTUR
- Kulturkoordination in den Kreisen Minden-Lübbecke und Herford (Nordrhein-Westfalen): www.muehlenkreis.de/Kultur-Projekte/HANDWERK-TRIFFT-KULTUR
- Netzwerkstellen Kulturelle Bildung des Kulturraums Erzgebirge-Mittelsachsen (Netzwerkstellen bestehen auch in den anderen Kulturräumen des Freistaates Sachsen): www.kulturraum-erzgebirge-mittelsachsen.de/netzwerkstelle.html

Landschafts- und Kulturverbände: Zahlreiche regionale und überregionale Verbände bieten hilfreiche Unterstützungs-, Qualifizierungs- und Beratungsangebote an und informieren zu Fördermöglichkeiten. Neben spartenbezogenen Verbänden sind auch regionale Landschaftsverbände gute Informationsquellen.

Beispiele:

- ALLvIN als Arbeitsgemeinschaft der regionalen Landschaften und Landschaftsverbände: www.allvin.de/allvin
- Arbeitskreis niedersächsischer Kulturverbände e.V. (akku) als Zusammenschluss spartenbezogener Landesverbände und Dachorganisationen von Kulturträgern (Niedersachsen): www.akku-niedersachsen.de
- Landschaftsverband Rheinland (LVR Kultur NRW) in Nordrhein-Westfalen: www.lvr.de/de/nav_main/kultur/kulturforderung/lb_kultur_neu_type_a_8.jsp

Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE):

Die Stiftung informiert und berät über verschiedene Themen rund um das Ehrenamt und bietet zahlreiche Qualifizierungen und Workshops an.

- www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Weitere Förder- und Beratungsmöglichkeiten finden Sie im Kapitel 2 im Abschnitt „Finanzierung“, Seite 24.



4

Partizipative Kulturprojekte: Mitmachen und gestalten

Gemeinsam mit den Menschen vor Ort Kultur gestalten, das ist der Ansatz von partizipativen Kulturprojekten. Jugendliche werden zu Reporterinnen und Reportern eines Kulturradios oder Künstlerinnen und Künstler entwickeln Theaterstücke zusammen mit der Bevölkerung. Partizipative Angebote ermöglichen umfassende kulturelle Teilhabe und haben einen Mehrwert für alle Beteiligten. Verschiedene LandKULTUR-Beispiele zeigen, wie Beteiligung und Mitwirkung zum Erfolg werden und wo die Herausforderungen bei der Umsetzung dieser Angebote liegen.

Partizipation erfolgreich gestalten

Partizipative Kunst- und Kulturangebote stellen das Mitgestalten und Mitentscheiden in den Vordergrund. Mitwirkung zu ermöglichen, lohnt sich bei allen Projekten – bei partizipativen Projekten ist sie das zentrale Merkmal. Diese Projekte bringen Menschen zusammen und können Vorbehalte gegenüber besonderen Kunstformen oder Hemmschwellen für den Besuch eines neuen Kulturortes abbauen. Gut geeignet sind Veranstaltungen, Ausstellungen oder andere künstlerische Produktionen: Eine Theateraufführung gemeinsam mit Laienschauspielerinnen und Laienschauspielern oder eine Ausstellung kuratiert von der Dorfgemeinschaft verankern Kultur vor Ort.

Wichtig ist, dass Sie Ihre Zielgruppen frühzeitig in die Entwicklung und Gestaltung Ihres Kulturprojektes einbinden. Wenn Bewohnerinnen und Bewohner bereits an der Konzeption mitwirken, können ihre

Ideen und ihre Bedarfe besser einfließen. Hinzu kommt, dass Teilnehmende etwas Neues ausprobieren können, ohne langfristige Verpflichtungen wie in einem Verein eingehen zu müssen. Das Engagement bezieht sich auf einen klar definierten Zeitraum und ein konkretes Ziel.

Der Erfolg partizipativer Projekte hängt maßgeblich davon ab, ob es gelingt, Teilnehmende zu gewinnen, die ihre Ideen und Geschichten einspeisen. Persönliches in die Projekte einzubringen, kann Mut erfordern – um Unsicherheiten oder Skepsis abzubauen, bedarf es einer guten Vertrauensbasis. Ein möglichst niedrigschwelliger Zugang und eine Wohlfühlatmosphäre sind ebenfalls wichtig. Dies erfordert Vorbereitung und Überzeugungsarbeit, die mit einem gewissen Aufwand verbunden ist.

SO GELINGEN PARTIZIPATIVE KULTURPROJEKTE

- **Offene Angebote schaffen:** Ermöglichen Sie eine Teilnahme ohne Anmeldung.
- **Projektbezogenes Engagement vorsehen:** Bieten Sie Teilnehmenden die Gelegenheit, projektbezogen und damit zeitlich begrenzt mitzumachen.
- **Beteiligung ernst meinen:** Zeigen Sie sich offen für die Themen, Ideen und Kompetenzen der Beteiligten und entwickeln Sie die Inhalte gemeinsam.
- **Mitsprache bei persönlichen Beiträgen gewährleisten:** Lassen Sie Teilnehmende selbst entscheiden, was mit ihren Beiträgen geschieht.
- **Unterschiedliche Möglichkeiten der Mitgestaltung anbieten:** Ermöglichen Sie es Teilnehmenden, sich mit ihren individuellen Stärken und Interessen einzubringen, und lassen Sie sie Verantwortung übernehmen.
- **Teilnehmende nicht überfordern:** Achten Sie darauf, dass die Aufgaben leistbar sind, und stehen Sie Teilnehmenden unterstützend zur Seite. Überforderung kann demotivierend wirken – Spaß und Freude sollten immer an erster Stelle stehen.
- **Mehrwert kommunizieren:** Machen Sie deutlich, welchen Nutzen Teilnehmende aus den Angeboten ziehen können – sei es die Arbeit mit professionellen Künstlerinnen und Künstler oder gemeinsame Erfolgserlebnisse.
- **Gemeinschaftsgefühl aufbauen und pflegen:** Stärken Sie durch gemeinsame Erlebnisse den Zusammenhalt und schaffen Sie eine Atmosphäre, in der sich die Teilnehmenden wohlfühlen.
- **Professionelle Haltung wahren:** Mit schwankenden Zahlen an Beteiligten ist zu rechnen – lassen Sie sich nicht von Rückschlägen bei der Teilnehmenden-Akquise entmutigen und wahren Sie trotz Ihres Engagements eine professionelle Haltung zum Projekt.

Eine angemessene Zielgruppenansprache ist in partizipativen Projekten besonders relevant, weitere Tipps dazu finden Sie in Kapitel 2 im Abschnitt „Kommunikation“ auf Seite 20.



„Die Identifikation mit dem Projekt, seinem Regionalbezug und der Wille, gemeinsam ein Kulturevent auf die Beine zu stellen, waren sehr groß.“

Jeffrey Döring, künstlerischer Leiter der Burgfestspiele

„Es ist wichtig, die Menschen als Persönlichkeiten wahrzunehmen“

Mit den Burgfestspielen haben Aktive im sächsischen Elsterberg ein Kulturfestival für Jung und Alt auf die Beine gestellt. Jeffrey Döring war künstlerischer Leiter des Projekts. Er ist Regisseur und kommt ursprünglich aus der Region.

Die „Burgfestspiele“ bestanden aus einer Fülle von Aktivitäten. Was genau steckt dahinter?

Wir haben ein generationenübergreifendes Kulturfestival veranstaltet, das an drei Tagen im Mai 2022 hier in Elsterberg stattgefunden hat. Höhepunkt war das „Burgspektakel“, ein Laien-Theaterstück auf der Burg-ruine. Im Stück ging es um Elsterberger Sagen rund um die Flussmuschel und Aspekte des Umweltschutzes am hiesigen Fluss Weiße Elster. Teil des Festivals war auch ein regionaler Bandwettbewerb mit Konzert. Schulen und Kitas haben regionale Sagen in Bildern, Kollagen und Skulpturen gestaltet und damit die Schaufenster im Ort dekoriert. Den Marktplatz haben Schülerinnen und Schüler einer Produktionsschule als „Ort der Begegnung“ aufgewertet und dafür Sitzgelegenheiten und Sagenfiguren aus Holz kreiert. Für Kinder gab es außerdem ein Vormittagsprogramm, bei dem die Darstellenden unseres Theaterstücks Sagen vorgelesen haben. In der „Burgkladde“, einer künstlerischen Publikation, stellen Aktive aller Altersklassen Sagen sowie die Schauspielerinnen und Schauspieler unseres Theaterstücks vor. Damit ist eine Art Projekt-Dokumentation entstanden.

Wie haben Sie die Leute für das Projekt gewonnen?

Nachdem es in Elsterberg schon seit den 1980er-Jahren wenig Kulturveranstaltungen und kein Theater gab,

war das Interesse groß. Startschuss für das Projekt war eine offene Infoveranstaltung im „Burgkeller“, wo ich persönlich erzählt habe, was mir thematisch vorschwebt. Zusätzlich bin ich in die Schulen und Kindergärten gegangen. Wichtig war auch, dass die regionale Presse intensiv berichtet hat. Generell ist es bei Projekten in ländlichen Regionen sehr hilfreich, die einschlägigen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und Kommunikationskanäle in einem bestimmten Ort zu kennen und zu bespielen.

Was war die Hauptmotivation für die Menschen, mitzumachen?

Die Motivationen waren unterschiedlich. Für einige Ältere war es eine Möglichkeit, anderen Menschen zu begegnen. Andere wollten auch mal etwas Neues ausprobieren, wie zum Beispiel das Schauspielen mit professioneller Begleitung. Insgesamt hatten viele Interesse daran, in irgendeiner Form Teil des Festivals zu sein – auch weil es einen starken regionalen Bezug hatte und sie sich daher mit dem Projekt identifizieren konnten. Zum Mitmachen motiviert hat es, denke ich, auch, dass die Leute mir vertraut haben – ich komme aus der Gegend und bin Regisseur geworden. Es war ein besonderes Angebot, hier vor Ort ein Kulturevent auf die Beine zu stellen, ohne weit fahren zu müssen.

Wer hat sich wie eingebracht?

Einige haben auf eigene Initiative gemeinsam mit mir den Text des Theaterstückes geschrieben. Die Hauptdarstellenden des Stückes haben ein Jahr lang jedes Wochenende geprobt. Es gab einen Chor aus dem Nachbarort und der Karnevalsverein hat das Catering übernommen. An dem Bandwettbewerb haben vier Bands teilgenommen. Dazu kamen die Schulklassen und Kindergartengruppen und etwa zehn Akteure bei der Burgkladde, die gemalt und getextet haben. Insgesamt waren rund 60–80 Leute aktiv involviert. Viele weitere haben geholfen, zum Beispiel beim Plakatieren. Neben mir als künstlerischer Leitung gab es außerdem noch eine Projektmanagerin.

Was ist Ihr Erfolgsrezept bei der Zusammenarbeit mit so vielen Kreativen?

Es ist, denke ich, wichtig, die Menschen als Persönlichkeiten wahrzunehmen und sie nicht als „Vehikel“ des eigenen Themas oder Konzepts zu sehen. Dabei kommt es stark auf ein vertrauensvolles Arbeitsverhältnis an, in dem ich die Beteiligten mit ihren Alltagsorgen ernst nehme und auch außerhalb der Proben persönlich ansprechbar bin. Ein wenig „Seelsorge“ gehört immer dazu.

Was war der tollste Moment?

Der Zauber des Projekts lag darin, dass sich Leute begegnet sind, die sonst nichts miteinander zu tun haben, und sich Freundschaften gebildet haben – egal ob jung, alt oder Teenager. Ein sechsjähriges Mädchen ist im Laufe der Proben mit ihrem älteren Mitspieler aufgeblüht, nachdem es sich erst kaum auf die Bühne getraut hatte. Sehr berührt hat es mich, wie eine der zwei Aufführungen bei strömendem Regen ablief: Seitens der Organisation haben wir überlegt abzuberechnen – die Darstellenden haben aber unbeirrt weitergespielt und das Publikum ist eisern sitzengeblieben. Sie haben die Aufführung als so bedeutsam empfunden.

Was waren Herausforderungen?

Es war nicht leicht, das richtige Format für regelmäßige Treffen in der Coronapandemie und generell die passenden Kommunikationskanäle für alle zu finden. Für einige waren digitale Treffen eine große Hürde. Für andere war es undenkbar, sich vor Ort zu treffen. Deswegen sind auch Leute abgesprungen. Es war viel Kommunikationsarbeit nötig, um den entstandenen Unmut aufzufangen. Eine weitere Herausforderung war es, das Projekt als kreativen Freiraum zu etablieren,



Höhepunkt auf der Burgruine: Beim „Burgspektakel“ brachten Alteingesessene und Zugezogene sowie Menschen aus unterschiedlichen Generationen und Berufsgruppen lokale Sagen auf die Bühne.



An einem Festivalsamstag fand der „BurgRave“ mit Bandwettbewerb statt, für den sich zuvor regionale Bands bewerben konnten.

in dem sich alle gleichberechtigt mit ihren Ideen einbringen – egal ob jung oder alt, alteingesessen oder zugezogen und unabhängig von beruflichen Hintergründen. Eine große Rolle spielte auch die Mobilität auf dem Land. Einige Engagierte kamen aus Nachbarorten, weswegen wir teilweise die Proben nach Bus- und Zugfahrplänen ausrichten mussten und Fahrgemeinschaften organisiert haben.

Welche Rolle spielte der Faktor Ländlichkeit noch?

Die Identifikation mit dem Projekt, seinem Regionalbezug und der Wille, gemeinsam ein Kulturevent auf die Beine zu stellen, waren sehr groß. Dieses Gemeinschaftsgefühl ist in einer ländlichen Region, wo es wenige Kulturangebote gibt, sicherlich stärker ausgeprägt als in einer großen Stadt.

Was hat das Projekt dauerhaft bewirkt?

Aktuell suchen wir nach einem Weg, das Festival auf andere Weise zu finanzieren und zu organisieren, damit es weitere Auflagen davon geben kann. Insofern hat die Förderung vieles ins Rollen gebracht in der Region. Daher wurde es auch sehr wertgeschätzt, was die LandKULTUR-Förderung ermöglicht hat. Nicht zuletzt sind die Kontakte und Freundschaften geblieben, die während der Zusammenarbeit entstanden sind.

Das Gespräch führte Lisa Kroggel.

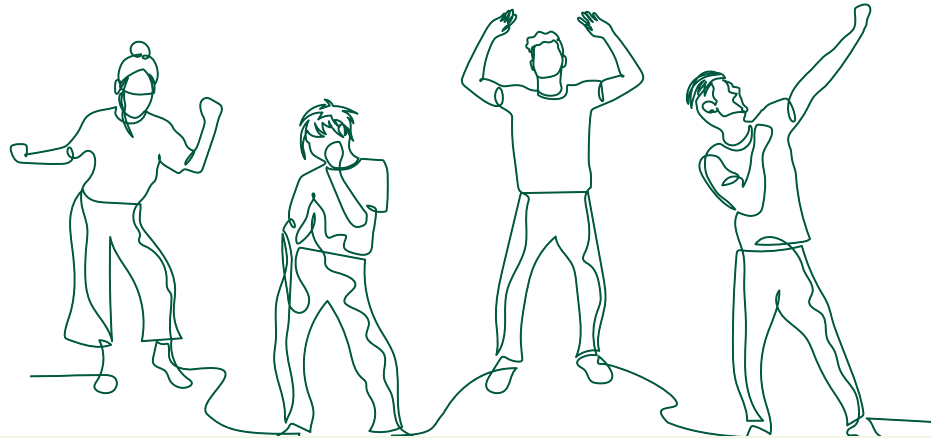


Die Menschen aus Elsterberg konnten sich ganz unterschiedlich einbringen: Sei es im Maskenbild, als Schauspielerin oder Schauspieler oder in der Gestaltung von Kunstwerken.

Partizipative Angebote für und mit jungen Menschen schaffen

Kulturelle Teilhabe kennt keine Altersbegrenzung. Partizipative Angebote für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene sind dabei mit besonderen Herausforderungen verbunden. Schule, Ausbildung, Arbeit oder Freizeitaktivitäten nehmen häufig einen

großen Platz im Alltag ein. Diese Zielgruppen für die Teilnahme zu gewinnen, bedeutet deshalb oft großen Aufwand. Außerdem ist bei Angeboten für Kinder und Jugendliche zu klären, was geeignete und vertraute Orte sind und wie sie sie gut erreichen können.



SO GELINGEN PARTIZIPATIVE PROJEKTE FÜR JUNGE MENSCHEN

- **Aktive Mitgestaltung erlauben:** Junge Menschen wollen sich von Älteren ernst genommen und verstanden fühlen. Versuchen Sie nicht, ihnen Ihre eigenen Ideen aufzudrängen, sondern greifen Sie die Interessen und Wünsche der Beteiligten auf und lassen Sie sie mitentscheiden.
- **Spaß am Projekt erhalten:** Durch Schule und Alltag haben junge Menschen häufig viele Verpflichtungen. In ihrer Freizeit wollen sie sich mit Dingen beschäftigen, die Freude machen. Achten Sie darauf, dass der Spaß immer an erste Stelle steht, und finden Sie ein gutes Maß für die eigene Verantwortung und die Unterstützung durch Erwachsene.
- **Speziellen Mehrwert bieten:** Junge Menschen spricht es oft an, wenn sie Erlebnisse in der Gruppe teilen können und Teil einer Gemeinschaft werden. Auch die Möglichkeit, Erfahrungen in einem beruflichen Feld zu sammeln, kann, insbesondere für Jugendliche, eine Motivation sein.
- **Junge Menschen als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren einsetzen:** Haben Sie die ersten Teilnehmenden überzeugt, können diese am besten Werbung für das Angebot machen. Lassen Sie die Teilnehmenden beispielsweise Social-Media-Kanäle bespielen und in ihrer Sprache andere für das Projekt begeistern.
- **Geeignete Kooperationspartnerinnen und -partner finden:** Setzen Sie Ihre Projekte an Orten um, die Ihre Zielgruppe kennt. Dies können zum Beispiel Kitas, Schulen oder Jugendzentren sein. Auch über Sportvereine oder die Freiwillige Feuerwehr lassen sich Kinder und Jugendliche gut erreichen – machen Sie diese Einrichtungen zu Ihren Partnerinnen und Partnern.
- **Vertrauenspersonen für die Zusammenarbeit gewinnen:** Ein unbekanntes Angebot wahrzunehmen und dabei mitzumachen, kostet Jugendliche oft Überwindung. Schaffen Sie es, zum Beispiel Lehrkräfte, Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter oder Trainerinnen und Trainer im Sportverein von Ihrem Projekt zu überzeugen, können diese bei den Jugendlichen für Vertrauen sorgen, indem sie sie zu den Angeboten begleiten.
- **Eltern laufend über das Projekt informieren:** Insbesondere bei Projekten mit kleineren Kindern, aber auch bei Jugendlichen, sind überzeugte Eltern häufig der Schlüssel zum Erfolg. Binden Sie die Eltern daher frühzeitig ein und informieren Sie gut über das Projekt. Manchmal kann es sich auch anbieten, Eltern um konkrete Hilfe zu bitten, beispielsweise für Fahrdienste.

„Mir war es wichtig, dieses Kulturangebot am Leben zu halten, denn es gibt hier nicht viel, besonders für Jugendliche nicht.“

Quentin Pietsch, ehrenamtlich im „FUSO“ – Organisationsteam aktiv



„Es sind viele Erinnerungen und Freundschaften entstanden“

Quentin Pietsch engagiert sich seit 2019 in dem LandKULTUR-Projekt Jugend – aktiv auf dem Land, in dem das kulturelle Ferienprogramm „FUSO“ entwickelt wurde. Darin organisiert er Film-Workshops mit Jugendlichen in der Uecker-Randow-Region.

Quentin, könntest du die Film-Workshops beschreiben?

Bei dem Projekt, das wir 2019 „FUSO“ – also „Film und so“ – getauft haben, handelt es sich um einen groß gedachten Film-Workshop für Jugendliche mit Schwerpunkt auf dem Thema Nachhaltigkeit. Der Workshop findet einmal im Jahr als Ferienprogramm über einen Zeitraum von rund zwei Wochen statt. Bisher waren wir immer bis zu 20 Leute im Alter von neun bis 22 Jahren, die gemeinsam einen Film nach ihren eigenen Vorstellungen produziert haben.

Wie läuft die Entstehung eines Filmes ab?

In jedem Projekt konzipieren wir einen Film und setzen ihn um. Etwa fünf Jugendliche aus den Workshops der Vorjahre bilden immer das Organisationsteam, das den Gesamttablauf im Blick behält. Die Jugendlichen können alles selber entscheiden. Am Anfang steht nur das vom Organisationsteam festgelegte Fokusthema und wir

erarbeiten die Idee. In welche Richtung soll es gehen? Wo können wir drehen? Wenn das Konzept steht, legen wir los. Fokusthemen waren bisher zum Beispiel „Untergrund“, „Verschwörung“, „Zeitreise“ und „Utopie“ – jeweils gekoppelt mit einem der 17 Nachhaltigkeitsziele der UN. Wir achten dabei auch auf eine nachhaltige Projektorganisation. Wir kaufen zum Beispiel lokal ein und das Catering ist vegetarisch.

Am Ende steht eine Filmpräsentation?

Ja, wir arbeiten immer auf eine öffentliche Abschlussveranstaltung hin, bei der wir das Endprodukt zeigen. Bisher sind drei etwa zehnminütige Filme in der „FUSO“-Reihe entstanden, die durch LandKULTUR finanziert wurden: „Alles echt“ (2019), „Luft to go“ (2020) und „Attack on Plastic“ (2021). Zwei davon kann man sich anschauen unter: www.youtube.com/@NaveRandow.

Was hat dich dazu motiviert, mitzumachen?

Meine Eltern haben mir erzählt, dass es dieses Angebot geben soll. Ich hatte vor „FUSO“ kaum Kontakt mit den Leuten aus unserem kleinen Dorf und hatte bis dahin das Gefühl, dass es in der Region hier im Grenzgebiet Brandenburg zu Mecklenburg-Vorpommern wenige Leute gibt, die auf meiner Wellenlänge sind. Im „FUSO“-Projekt habe ich das erste Mal erfahren, dass in meiner Nähe Leute in meinem Alter wohnen, die sich wie ich für Filme interessieren und ähnliche Werte haben wie ich. Das war ein Augenöffner-Moment, der mich motiviert hat. Ich habe mit Filmschnitt angefangen, dann bin ich zur Kamera gekommen und dann zur Schauspielerei. Dabei habe ich viel gelernt und es sind viele Erinnerungen und Freundschaften entstanden.

Auch nach Ablauf der Förderung sind inzwischen drei weitere Filme entstanden. Wie habt ihr es geschafft, die Workshops fortzuführen?

Nach Ablauf der Förderung 2021 hieß es, dass das Projekt ohne weitere Finanzierung und ein Organisationsteam beendet wäre. Das war für mich und weitere Teilnehmende der Ausgangspunkt, sich zusammensetzen und zu überlegen, wie wir die Workshops fortsetzen können. Daher bin ich dann in die Projektorganisation eingestiegen und jetzt zum dritten Mal Teil des Organisationsteams, wo wir zum Beispiel auch Förderanträge mitschreiben. Mir war es wichtig, dieses Kulturangebot am Leben zu halten, denn es gibt hier nicht viel, besonders für

Jugendliche nicht. Zuletzt konnten wir uns über das Programm „Kultur macht stark“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung finanzieren.

Welche Schwierigkeiten gab es?

Der schwierigste Punkt war, als es hieß, dass die Förderung zu Ende ist. Logistisch ist es auch immer wieder eine Herausforderung, neue Leute zu akquirieren. Die Jugendlichen müssen erst einmal davon erfahren und auch bereit sein, zwei Wochen lang in den Ferien mitzumachen. Wir haben dann auch immer über die lokalen Medien auf das Projekt aufmerksam gemacht.

Was wünschst du dir für die Zukunft von „FUSO“?

Ich hoffe, dass unsere Filme demnächst wie geplant bei einem kleinen Filmfestival eingereicht werden. Ich würde mich freuen, wenn wir auf diesem Weg zukünftig viele Jugendliche erreichen und sie auch etwas für sich zum bewussten Umgang mit der Umwelt mitnehmen. Außerdem wünsche ich mir natürlich, dass es weitergeht mit Fördermöglichkeiten für unser Projekt und für die Region.

Das Gespräch führte Lisa Kroggel.


Filmarbeiten im Rahmen von „FUSO“. Die Jugendlichen übernahmen neben der inhaltlichen Gestaltung und der Rolle vor der Kamera auch Aufnahmeleitung, Kameraführung und Ton in Eigenregie.



5

Kultur- und Begegnungsorte: Raum für Kultur

Kultur braucht die passenden Räume. Ob in einer ehemaligen Scheune oder einer alten Schlossruine, im leerstehenden Ladenlokal oder auf dem Marktplatz – an all diesen Orten kann Kultur stattfinden. Die Erfahrungen aus LandKULTUR zeigen Ihnen, wie unterschiedlich die Räume für Kultur sind und wie Sie erfolgreich Kultur- und Begegnungsorte schaffen können.



Räume als Schlüsselressource

Sie suchen eine Location für Ihre Veranstaltung oder Ihr Kulturprojekt und finden nicht den passenden Ort? Gerade in ländlichen Räumen sind geeignete Räumlichkeiten häufig eine knappe Ressource. Kultureinrichtungen befinden sich meist in größeren Zentren und nicht jeder Ort besitzt eine eigene Schule oder ein Gemeinschaftshaus. So fehlt es an passenden Räumen, um Veranstaltungen durchzuführen, um zu proben oder um sich als Projektgruppe zu treffen.

Je nach Einsatzzweck, Art des kulturellen Angebots und Zielgruppe müssen die Räume unterschiedlichste Anforderungen erfüllen. Die Suche nach geeigneten Räumen kostet deshalb oft viel Zeit. Erster Schritt ist der Abgleich, welche Art von Räumen mit welcher Ausstattung benötigt werden und was vor Ort vorhanden

ist. Gibt es ein Kultur- oder Jugendzentrum, ein Museum oder Theater im Ort, sind dies erste Anlaufstellen. In Frage kommen auch Kindertagesstätten, Schulen oder kommunale Gemeinschaftseinrichtungen wie Dorfgemeinschaftshäuser sowie Kirchen oder kirchliche Gebäude. Aufgrund ihrer Größe, Ausstattung und Lage eignen sie sich oft als gute Veranstaltungsorte. Denkbar sind aber auch Orte, die erst auf den zweiten Blick geeignet erscheinen: Leerstehende Gebäude, Gewerbebetriebe oder Ladenlokale können als Veranstaltungsorte ein besonderes Flair haben.

RÄUMLICHKEITEN FÜR IHR KULTURANGEBOT – DARAUF KOMMT ES AN!

- **Eignen sich Raum und Ausstattung für Ihr Kulturangebot?** Räume und Gebäude sollten für eine öffentliche Nutzung und Ihr Kulturangebot geeignet sein. Achten Sie darauf, dass die notwendige Ausstattung und Technik vorhanden sind und die Größe passt. Zusätzliche Abstell- oder Lagerungsmöglichkeiten für Material und Ausstattung sind hilfreich. Bewährt haben sich zudem multifunktionale und teilbare Räume, um gut und schnell auf Veränderungen reagieren zu können.
- **Sind die Räumlichkeiten barrierefrei oder barrierearm zugänglich?** Achten Sie auf barrierefreie oder -arme Zugänge und Nutzungsmöglichkeiten der Räumlichkeiten. Dies betrifft auch die sanitären Anlagen. Dies ist besonders wichtig, wenn dies eine Zugangsvoraussetzung für Ihre Zielgruppen ist, beispielsweise wenn Sie ein Angebot für Menschen mit Beeinträchtigung oder für Familien mit kleinen Kindern planen.
- **Sind die Räumlichkeiten gut für Ihre Zielgruppe(n) erreichbar?** Genügend Parkmöglichkeiten für Autos und Fahrräder sowie die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr sind wichtig, um möglichst vielen die Teilnahme zu ermöglichen. Vor allem bei größeren Veranstaltungen sollten Sie daran denken, dass eine Lenkung des Individualverkehrs (Ankunft und Abfahrt) erforderlich sein kann.
- **Sind die Räumlichkeiten für Ihre Zielgruppe attraktiv?** Räumlichkeiten, die Ihrer Zielgruppe bekannt sind, haben den Vorteil, dass das Angebot in einem gewohnten Umfeld stattfindet.
- **Haben Sie die Unterstützung der Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümer?** Versicherungsschutz, Haftungsfragen und Reinigung der Räume sind vorab mit den Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümern zu klären. Es lohnt sich nachzufragen, ob sie das Projekt ideell oder praktisch unterstützen würden. Wenn es zum eigenen Profil passt, gibt es von dieser Seite oft Unterstützung.

Gibt es keine auf den ersten Blick passenden Räumlichkeiten vor Ort oder stehen sie im gewünschten Zeitraum nicht zur Verfügung, lohnt es sich, kreativ zu werden und neue Veranstaltungsorte im Freien oder in einem Leerstand zu erschließen.

- **Projekt im Freien:** Im öffentlichen Raum gibt es zahlreiche Flächen, die sich eignen können, zum Beispiel der Marktplatz oder ein Park. Kulturprojekte im öffentlichen Raum schaffen zusätzliche Aufmerksamkeit. Es bieten sich vor allem offene Angebote ohne Anmeldung an, sodass Vorbeigehende gleich mitmachen können.
- **Projekt in einem Leerstand:** Für eine zeitweise Nutzung kommen zum Beispiel alte Hofanlagen, Gewerbebetriebe oder Ladenlokale in Frage. Mit der (zunächst) temporären neuen Nutzung machen Sie aus der Not eine Tugend. Suchen Sie beispielsweise nach leerstehenden Ladenlokalen in attraktiver Lage oder im Ortszentrum, dort ist Ihr Kulturangebot für die Öffentlichkeit gut sichtbar und erreichbar. Historische Gebäude oder eine besondere, ungewohnte Location wie ein altes Fabrikgebäude haben einen weiteren Vorteil: Sie wecken Neugierde. Gleichzeitig können Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümer profitieren. Neue Nutzungen können das Bewusstsein für den Wert der Gebäude stärken. Gelingt es, über eine zeitweise Nutzung hinaus dauerhafte Perspektiven zu entwickeln, kann dies zu einer Revitalisierung der Gebäude führen und zur Belebung des Ortes beitragen.

Je nach Vornutzung und baulichem Zustand der Räume sowie den Anforderungen des jeweiligen Kulturangebots sind jedoch der zeitliche und personelle Aufwand sowie die Kosten für die Herrichtung der Räume und Plätze zu berücksichtigen.

SO GELINGEN PROJEKTE IM FREIEN ODER EINE UMNUTZUNG VON LEERSTÄNDEN

- **Organisations-, Zeit- und Finanzbedarf nicht unterschätzen:** Das Einholen von Genehmigungen, die bauliche Herrichtung und technische Ausstattung ungenutzter Räumlichkeiten erfordern Zeit und Ausdauer.
- **Vorschriften berücksichtigen:** Ob Versicherungs- und Brandschutz oder das Vorhalten von Sanitäreinrichtungen und Parkplätzen – es gibt sowohl an öffentlichen Plätzen als auch bei der Umnutzung von Räumlichkeiten einige Vorschriften zu beachten. Holen Sie entsprechende Informationen ein.
- **Frühzeitig und kontinuierlich mit lokalen Akteuren zusammenarbeiten:** Binden Sie die Standortgemeinde und Anlieger frühzeitig ein, um sich dauerhafte Unterstützung zu sichern.
- **Langfristige Nutzungsperspektiven entwickeln:** Damit sich der Aufwand für alle Beteiligten lohnt, kann es sinnvoll sein, über Ihr Projekt hinaus Perspektiven für eine längerfristige Nutzung zu entwickeln. Dabei gilt es, Aufwand und Nutzen je nach Zustand der Gebäude, Eigentumsverhältnissen und Art des kulturellen Angebotes abzuwägen.





Eine Jahresgruppe, bestehend aus Aktiven unterschiedlichen Alters, gestaltet das vielfältige Programm im CONFUGIUM, dem neuen Kultur- und Begegnungsort in Pouch, Sachsen-Anhalt.

Neues Leben im alten Pfarrhaus

Mit dem „CONFUGIUM“ (lateinisch für Begegnung) wurde in Pouch im Landkreis Anhalt-Bitterfeld (Sachsen-Anhalt) das leerstehende Pfarrhaus zu einem Ort des Miteinanders umgestaltet. Neben Sofakonzerten, Yogakursen oder einer Digitalsprechstunde werden das ganze Jahr zahlreiche kulturelle, religiöse, sportliche, musische oder digitale Angebote für Jung und Alt organisiert.

Initiiert wurde das Projekt von Menschen aus Pouch, die Spaß an Geselligkeit haben, freiwillig gestalten und anpacken wollen. „Anpacken“ war auch das Stichwort von Pfarrerin Bettina Lampadius-Gaube. Nach Auszug der letzten Mietpartei im Herbst 2016 musste die

Nutzung des Pfarrhauses überdacht werden. Nach der Zentralisierung der Kirchengemeinden war klar, dass keine Pfarrerin und kein Pfarrer wieder Anspruch auf den Wohnraum erheben würden. Alle anderen Gemeinden im Umfeld hatten ihre leerstehenden Pfarrhäuser verkauft oder abgerissen. Die Gemeinderäume waren in einem renovierungsbedürftigen Zustand und wurden nur viermal im Monat genutzt. „Dies hätte einen Erhalt des ganzen Hauses für die Kirchengemeinde nicht gerechtfertigt“, berichtet Bettina Lampadius-Gaube.

Frische Ideen für die alten Räume

Zuerst wurden die Kinder und Jugendlichen von Pouch aktiv: Sie wünschten sich schon lange einen Raum, denn einen Jugendclub mit eigenen Räumlichkeiten gab es im Dorf, in dem rund 1.560 Menschen wohnen, nicht. Nahezu in Eigenregie stellten sie 2017 einen Förderantrag bei der Ikea-Stiftung und hatten Erfolg. Damit wurde die Renovierung nach ihren Vorstellungen finanziert und die Poucher Jugend bezog einen schönen neuen Raum als Treffpunkt.

Für Bettina Lampadius-Gaube und die ehrenamtlich Aktiven aus der Gemeinde und dem Ort stellte sich nun die Frage, was mit den übrigen Gemeinderäumen geschehen sollte. Beim Johannisfest 2018 waren alle Gäste eingeladen, ihre Wünsche direkt auf die alten Wände zu schreiben. Vielfältige Ideen kamen zusammen, wie Konzerte, Lesungen, Filmvorführungen, Sportkurse oder Kunstmittage. Gewünscht wurde auch ein barrierefreier Zugang für Kinderwagen und Rollator, da rutschige Treppenstufen und ein wackliges Gelände den Zugang für bewegungsbeeinträchtigte Personen behinderten.

2019 konnte mit Mitteln aus dem Förderprogramm Regionale Ländliche Entwicklung des Landes Sachsen-Anhalt ein barrierefreier Zugang umgesetzt werden. Die LandKULTUR-Förderung ermöglichte, weitere Räume im Haus auf funktionale, flexible und barrierefreie Weise umzubauen und barrierefreie Zugänge zu allen Räumen zu schaffen. Zusätzliche finanzielle Unterstützung kam vom Kirchenkreis sowie durch Spenden der Gemeinde.

Ein Treffpunkt, der für alle erreichbar ist

Mit den renovierten Räumen steht das CONFUGIUM nicht nur den Mitgliedern der Kirchengemeinde, sondern allen Bewohnerinnen und Bewohnern von Pouch offen. Nach der Schlüsselübergabe im März 2020, mitten im pandemiebedingten Lockdown, blieb es still im CONFUGIUM. Die geplanten Veranstaltungen mussten ausgesetzt werden. Inzwischen wurde das Programm wieder rege aufgenommen. Der Zugang ist bewusst niedrigschwellig gehalten: Jeder kann eine gemeinsame Aktivität anbieten, so wurden schon Yogakurse und Malworkshops veranstaltet.

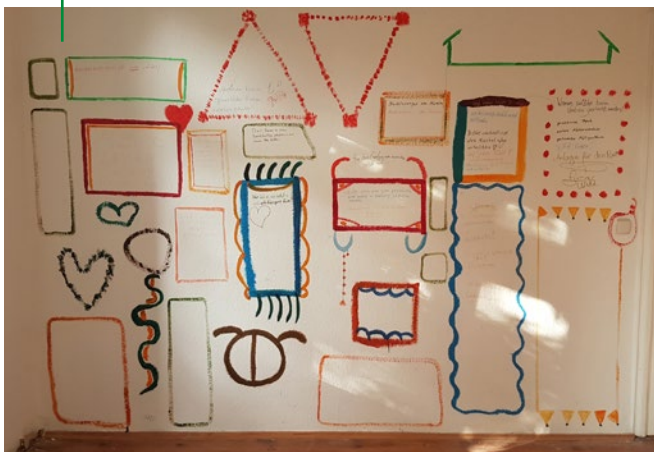
Großer Beliebtheit erfreuen sich die Sofakonzerte. Statt in eine größere Stadt zu fahren, um etwas zu erleben, kommt nun das Konzert ins Haus. Beim Café Digital erwerben Seniorinnen und Senioren bei Kaffee und Kuchen Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien. Besonders freut Bettina Lampadius-Gaube, dass sich Tandempartnerschaften zwischen ihnen und Jugendlichen der Gemeinde gebildet haben.

„Rein kulinarische oder Bildungsangebote bieten wir nicht an, denn wir wollen keine Konkurrenz zu Gaststätten oder der Volkshochschule sein, sondern das, was der Name des Hauses sagt – ein Ort der Begegnung, ein CONFUGIUM“, sagt Bettina Lampadius-Gaube. Besonders wichtig sind ihr und allen Aktiven, dass alle Angebote generationsübergreifend konzipiert werden und die ganze Familie und alle Altersgruppen einbeziehen: Beim Kindertanzen treffen sich parallel die Eltern in Küche und Garten und bei den Sofakonzerten sind die Kleinen begeisterte Verteiler von Snacks und Getränken.

Kreativ auf der Suche nach Fördermöglichkeiten

Nach dem Auslaufen der BULEplus-Förderung stellte sich Bettina Lampadius-Gaube und ihrem Team die Frage, wie sie das CONFUGIUM als soziale Initiative auch auf lange Sicht gut aufstellen können. Eine Bewerbung bei startsocial, dem bundesweiten Wettbewerb zur Förderung von ehrenamtlichem sozialem Engagement, war erfolgreich. Die Würdigung durch den Schirmherrn, Bundeskanzler Olaf Scholz, war für alle Beteiligten ein besonderer Moment der Wertschätzung. Neben dem Preisgeld waren vor allem die professionellen beiden Coaches, die ihnen über vier Monate lang zur Seite gestellt wurden, sehr gewinnbringend. In den Coachings entstand auch die Idee einer Jahresgruppe. Gewachsen

Wünsche für die zukünftige Nutzung sammelte die Bewohnerschaft direkt auf den alten Wänden des Pfarrhauses. Den Anstoß gaben Jugendliche. Sie kümmerten sich eigenständig um die Finanzierung zur Renovierung eines Jugendraums und unterstützten auch bei weiteren Umbaumaßnahmen.



ist eine Gruppe von circa 15 Aktiven, die sich Monat für Monat treffen und das Jahresprogramm planen. Auf Empfehlung hin wurde die Öffentlichkeitsarbeit ausgebaut, ein Logo entwickelt und eine Website erstellt, die selbständig von einer Jugendlichen aus der Jahresgruppe gepflegt wird.

Etwas gebacken bekommen

Als 2021 bei Aufräumarbeiten im Wirtschaftsgebäude ein gut erhaltener Lehmbackofen entdeckt wurde, war schnell klar, dass diese alte Tradition erhalten bleiben soll. Für die Restaurierung konnten über die Beratungsstelle zur Quartiersentwicklung Sachsen-Anhalt 20.000 Euro Fördermittel eingeworben werden – es fehlte nur noch der Eigenanteil von 1.000 Euro. Die Jahresgruppe wurde kreativ: Mit Gutscheinen für zukünftige Backtage, einer interaktiven Dankeskarte und einer starken Präsentation gewannen sie beim mitteldeutschen Fundraisingpreis das fehlende Eigenkapital. Regionale Handwerker und die Jugendbauhütte Quedlinburg der Deutschen Stiftung Denkmalschutz restaurierten das Backhaus in Rekordzeit. Pünktlich zum Erntedankfest konnten alle Helfenden zu selbst gebackenem Brot und Kuchen aus dem frisch restaurierten Ofen eingeladen werden.

Ein eigener Workshop zu den beiden Aspekten „Mehl und Lehm“ fand 2023 erstmals statt. Interessierte konnten sich ein ganzes Wochenende über den Baustoff und die Backzutat informieren. Neben einem Spaziergang zu historischen Lehmhäusern in Pouch und spannenden Fachvorträgen, stießen besonders die Gestaltung von Lehmkunstwerken und das gemeinsame Backen – frei nach dem Motto „Hier kriegen wir etwas gebacken!“ – auf großen Anklang. Weitere Workshops sind bereits in Planung. Den Austausch mit den Referierenden und Lehmbauern empfand Bettina Lampadius-Gaube als besonders inspirierend: „Wir brauchen Begegnung und beständigen Austausch!“ Auch der Kontakt zu LandKULTUR-Projekten hat sich für die Jahresgruppe bewährt „Aus dem Vernetzungstreffen in Hofgeismar im März 2023 haben wir viel mitgenommen an inspirierenden Projekten und Hilfen bei der Suche nach Fördermitteln.“ Für Projekte, die Ähnliches anstoßen möchten, hat die Initiatorin noch einen konkreten Rat: „Bevor ihr anfangt, seid dankbar, für das, was ihr schon habt, dann hört genau hin, was Not tut und beginnt darauf, eure Vision zu entwickeln. Über allem, vergesst das Feiern nicht – dass es euch gibt, was ihr erreicht habt.“



Angebote für Jung und Alt. Ob Kinderturnen für die ganz Kleinen oder Café Digital für Seniorinnen und Senioren – im CONFUGIUM ist Platz für alle.

„Danke“ wurde allen Ehrenamtlichen mit einer Dankesveranstaltung zum Jahresabschluss 2023 gesagt. Eingeladen war dazu das Improvisationstheater „Kaltstart“ aus Halle (Saale). Sie verwandelten die Impulse der Eingeladenen zum Thema Ehrenamt und Dankeschön in fröhliche und nachdenkliche Theaterszenen. „Dass es uns gibt, dass wir gemeinsam so viel bewegen können und dass das CONFUGIUM nun statt viermal im Monat mindestens viermal in der Woche belebt wird“, sind für die Initiatorin die größten Erfolge, für die die LandKULTUR-Förderung die Basis gelegt hat.

Von Alexandra Karnaoukh

Kultur- und Begegnungsorte: Von der Planung bis zum Betrieb

Wenn Räume für kulturelle Aktivitäten vor Ort fehlen, kann es sich lohnen, neue Kultur- und Begegnungsorte zu schaffen. Zum einen finden damit lokale Akteure, Vereine oder regionale Kulturnetzwerke Platz für ihre Aktivitäten. Zum anderen erleichtert dies eine wohnortnahe Teilnahme an Kulturangeboten. Kultur- und Begegnungsorte sind außerdem wichtige Treffpunkte und stärken den Zusammenhalt. Kommt es in dem Zuge zur Umnutzung von Leerständen, leisten sie weitere Beiträge dazu, ländliche Räume attraktiver zu machen und die Standortqualität eines Ortes zu verbessern.

Kultur- und Begegnungsorte können verschiedene Ausprägungen haben, die sich nach Funktionen, Art der Angebote und räumlicher Ausrichtung unterscheiden:

- **(Sozio-)Kulturzentren mit überregionaler Ausrichtung** legen einen Schwerpunkt auf ein breites kulturelles und soziokulturelles Angebot. Sie erzielen eine große Außenwirkung und haben überregionale, teilweise auch internationale Strahlkraft.
- **Kultur- und Begegnungsorte mit vorrangig regionaler Ausrichtung** bieten professionelle und semi-professionelle Kulturangebote. Sie dienen als Treffpunkt für regionale Kulturnetzwerke und werden oftmals von diesen betrieben oder unterstützt.
- **Kultur- und Begegnungsorte mit Fokus auf Begegnung** konzentrieren sich vorrangig auf ein niedrigschwelliges, breites Kulturangebot auf Orts- oder Gemeindeebene.

Die folgenden LandKULTUR-Beispiele zeigen Kultur- und Begegnungsorte mit unterschiedlichen Ausprägungen und Mischformen.



E-WERK LUCKENWALDE

Ein Kraftwerk für Kunst und Strom mit überregionaler Strahlkraft

Das ehemalige Kohlekraftwerk Luckenwalde (Brandenburg) nicht einfach nur umzunutzen, sondern mit Kunst und Kultur zu reaktivieren, war das Ziel des Projektes KunststromKraftwerk der Performance Electrics gGmbH. LandKULTUR diente als Initialzündung für diesen Transformationsprozess. Mit Hilfe der Förderung etablierte sich auf dem Gelände ein Zentrum für zeitgenössische Kunst, gleichzeitig wurde die Stromproduktion – nun durch regenerativen „Kunststrom“ – wieder aufgenommen. Das E-Werk Luckenwalde erzeugt seit 2019 Strom und Wärme aus Kunstinstallationen und setzt dabei erneuerbare Energien wie Solar- und Windenergie sowie Holzgas ein. Die Energieproduktion in Kombination mit einem vielfältigen Kunst- und Kulturangebot ist Alleinstellungsmerkmal des E-Werkes. Auftragsarbeiten, Ausstellungen, Performances und Veranstaltungen von renommierten nationalen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern ziehen Menschen aus der gesamten Bundesrepublik sowie ein internationales Publikum an. Außerdem bietet das E-Werk mit seinen Werkstätten, Studios und Ateliers Künstlerinnen und Künstlern aus der Region und von außerhalb Platz für ihre Arbeit.

→ www.kunststrom.com



KUNST-KOOP IM WASSERSCHLOSS REELKIRCHEN

Ein Schloss als Knotenpunkt für Kultur

Kunst und Kultur mit dem Leben auf dem Land verbinden, Impulse setzen und zum Dialog anregen – mit diesen Zielen hat sich das Wasserschloss Reelkirchen (Stadt Blomberg, Nordrhein-Westfalen) zum regionalen Kulturknotenpunkt entwickelt. Das Schloss ist seit 2013 in Privatbesitz eines Künstlerpaars und wird seitdem mit zahlreichen Unterstützerinnen und Unterstützern zu einem Kultur- und Begegnungsort ausgebaut. Mit der Kunst-KOOP entstand mit Hilfe der LandKULTUR-Förderung hier ein Netzwerk aus Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft, dem neben regionalen, nationalen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern beispielsweise auch das Kultursekretariat Nordrhein-Westfalen und Hochschulen aus Ostwestfalen-Lippe angehören.

LandKULTUR förderte ein Büro, ein Gästezimmer für Künstlerinnen und Künstler sowie einen Ausstellungs- und Veranstaltungsraum. Im Förderzeitraum bauten die Akteure bestehende Partnerschaften aus und veranstalteten Netzwerktreffen, unter anderem zu Chancen und Schwierigkeiten der Kulturarbeit in ländlichen Räumen. Zeitgleich fanden Kunstprojekte im Schloss und in der Region statt, die das gemeinsame Erleben der Kunst in den Mittelpunkt stellten. Dies trug dazu bei, Menschen aus der Region für Kultur zu begeistern und einzubinden. Inzwischen hat sich das Wasserschloss Reelkirchen mit der Kunst-KOOP zu einem regionalen und überregionalen Kultur- und Begegnungsort entwickelt.

→ www.wasserschloss-reelkirchen.de



HOCH(STEDT)KULTUR

Eine Freilichtbühne stärkt die Dorfgemeinschaft

Viel Eigeninitiative und eine funktionierende Dorfgemeinschaft kennzeichnen Hochstedt, einen ländlichen Ortsteil der Stadt Nordhausen in Thüringen. Damit dies so bleibt, sollten gemeinsame kulturelle Aktivitäten für einen lebendigen Austausch im Dorf sorgen. Es fehlte jedoch an passenden Räumlichkeiten. Der lokale Verein Tradition Innovation Hochstedt e.V. nutzte deshalb die LandKULTUR-Förderung zur Umgestaltung der Außenanlage des Dorfgemeinschaftshauses für kulturelle Zwecke. Die Mitglieder bauten mit Unterstützung der lokalen Bevölkerung eine kleine Freilichtbühne mit Sitzmöglichkeiten und errichteten ein Gerätehaus mit angegliederter Toilettenanlage. Auch Partnerinnen und Partner vor Ort wurden eingebunden: Die lokale Jugendkunstschule unterstützte bei der künstlerischen Gestaltung und für die Eröffnung der Freilichtbühne schrieb das Junge Theater Nordhausen ein eigenes Theaterstück, das die lokale Laienschauspielgruppe aufführte. Der Verein setzt auch zukünftig auf die Eigeninitiative der Bewohnerinnen und Bewohner. Neben der Schauspielgruppe nutzen auch andere Vereine, Gruppen und Einrichtungen aus Hochstedt und den Nachbardörfern die Anlage. Außerdem finden hier private Feierlichkeiten statt. Die Bewohnerinnen und Bewohner haben das Projekt zu „ihrem“ gemacht, viele engagieren sich ehrenamtlich im laufenden Betrieb.

→ www.innovation-hochstedt.de

Kultur- und Begegnungsr orte planen und aufbauen

Damit lebendige Kultur- und Begegnungsr orte entstehen, sollten Aufbau und Planung von Beginn an gemeinsam im Ort, in der Gemeinde oder der Region erfolgen. Gerade bei leerstehenden ortsbildpr agenden und historischen Gebäuden sollten Sie berücksichtigen, dass Genehmigungen, Planungen und bauliche Ausführungen häufig lange dauern und dass mit Unvorhergesehenem zu rechnen ist. Es gilt also, von Beginn an ausreichend Zeit einzuplanen und zu kl aren, wer vor Ort einzubinden ist und welche Bedarfe die Zielgruppen und Kulturschaffenden haben. Dann können Sie gemeinsam mit der Planung starten.

SO SICHERN SIE SICH FRÜHZEITIG DIE AKZEPTANZ UND UNTERSTÜTZUNG

- **Projektidee und Bedeutung kommunizieren:** Holen Sie die örtliche Bevölkerung sowie die Politik und Verwaltung der Kommune mit an Bord, indem Sie die Bedeutung Ihres Kultur- und Begegnungsr ortes für den Ort, die Gemeinde und gegebenenfalls für die Region herausarbeiten und darüber informieren. Sprechen Sie Bürgermeisterinnen und Bürgermeister als wichtige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren an und stellen Sie Ihre Idee möglichst auch dem Kommunalparlament vor.
- **Bevölkerung, Kommunalverwaltung und -politik beteiligen:** Binden Sie alle relevanten Gruppen und Akteure bereits in der Konzeptionsphase ein, um Bedarfe zu ermitteln und Akzeptanz sowie die zukünftige Auslastung des Gebäudes zu sichern.
- **Vielfältige Nutzungskonzepte entwickeln:** Schaffen Sie Möglichkeiten für temporäre und/oder dauerhafte Angebote. Berücksichtigen Sie dabei, dass Räume möglichst teilbar, multifunktional und barrierefrei sind. Planen Sie gegebenenfalls auch weitere Nutzungen wie zum Beispiel B rur ume für Kulturschaffende oder Coworking-Plätze ein.
- **Ein breites Zielgruppenspektrum ansprechen:** Ermöglichen Sie, dass örtliche Vereine und Privatpersonen die Räume nutzen können, und lassen Sie auch andere, nicht-kulturelle Themen zu.
- **Bauphase für Kultur nutzen:** Nutzen Sie bereits die Baustelle für Kulturveranstaltungen und lenken Sie die Aufmerksamkeit auf das, was dort entsteht.





Ein neuer Ort für Kultur und Begegnung entsteht. Konzerte, Theateraufführungen, gemeinsame Arbeitseinsätze und Feste beleben den Kulturhof Kleinmecka bereits bei der Sanierung und beim Umbau.

Kulturhof Kleinmecka

Ein alter Bauernweiler lebt auf – Kultur bereits in der Bauphase

Projektakteure: Robert Herrmann mit dem Kulturhof Kleinmecka e.V.

Ort/Region: Kleinmecka (Nobitz), Thüringen

Mehr Infos: → www.kleinmecka.de

Laufzeit: 1. September 2019 bis 31. Dezember 2022

Darum geht's:

Einen alten leerstehenden Vierseithof aus dem Dornröschen-Schlaf holen und ihn zu einem Ort für Kunst, Kultur und Bildung umgestalten – so der Traum des Musikers Robert Herrmann. Gemeinsam mit Freunden und wichtigen Partnerinnen und Partnern begann das Projekt als private Initiative, aus der sich 2021 der Förderverein Kulturhof Kleinmecka e. V. im Altenburger Land gründete. Die LandKULTUR-Mittel ermöglichten Sanierungen des Diensthauses mit Pferdestall. Das Gebäude hatte die beste Grundsubstanz, weshalb es für die Förderung und als zukünftiger Veranstaltungsort ausgewählt wurde.

Die Besonderheit:

Im Mittelpunkt des Projektes steht für alle Beteiligten der Erhalt der traditionellen Baukultur des Altenburger Landes. Die Projektakteure engagieren sich überwiegend privat für das Projekt und werden immer wieder von zahlreichen Helferinnen und Helfern unterstützt. Um die Akzeptanz für das Vorhaben von Anfang an sicherzustellen, sorgt der Verein bereits im Aufbauprozess dafür, dass Bevölkerung, Verwaltung sowie Politik auf örtlicher, regionaler und Landesebene umfassend informiert werden. Schon in der Bauphase finden auf dem Hof Kulturveranstaltungen statt, zu denen lokales, regionales und überregionales Publikum geladen wird. So hat sich das alte Bauerngehöft schon heute einen Namen als gut besuchter Kulturort in der Region gemacht.

So geht's weiter:

Die Projektakteure haben sich mit dem Ziel, die drei noch erhaltenen Gebäude des Vierseithofes umzugestalten, viel vorgenommen, schon heute viel erreicht und noch einiges vor sich. Neben der Aufnahme in den Denkmalschutz 2018, aus der sich die Unterstützung des Thüringer Landesamtes für Denkmalschutz und Archäologie und der Deutschen Stiftung Denkmalschutz ergab, war LandKULTUR die Initialzündung für das Projekt. Die Förderung des Bundes führte zu großer Aufmerksamkeit für das Vorhaben und erleichterte es, weitere Quellen für die Finanzierung der bevorstehenden Bauabschnitte zu erschließen.

Kultur- und Begegnungsorte organisieren

Für die Entwicklung und den Bestand eines Kultur- und Begegnungsortes ist eine gute Planung der zentrale Erfolgsfaktor. Welche Organisations- und Finanzierungsmodelle für ein Projekt geeignet sind, ist daher frühzeitig zu klären. Die LandKULTUR-Beispiele zeigen, wie sich Aufbau und Betrieb eines Kultur- und Begegnungsortes organisieren lassen und welche Modelle in Frage kommen. Was im Einzelnen geeignet ist, hängt unter anderem von Größe und Wirkungskreis des Kultur- und Begegnungsortes sowie den Eigentumsverhältnissen ab.

- Eine kommunale oder kirchliche Trägerschaft hat den Vorteil, dass eine langfristige finanzielle und organisatorische Unterstützung durch Gemeinde oder Kirche gesichert ist. Gleichzeitig ist der Kultur- und Begegnungsort an den jeweiligen Träger gebunden und gegebenenfalls von diesem abhängig.
- Eine private Trägerschaft, beispielsweise durch Einzelpersonen, Vereine oder Unternehmen, bietet mehr Gestaltungsspielraum und Flexibilität. Sie ist jedoch mit viel Verantwortung und einem hohen persönlichen Risiko, sowohl finanziell als auch in Bezug auf den möglichen Arbeitsaufwand, verbunden.

Kultur- und Begegnungsorte sind langfristige Projekte. Daher ist es unabhängig von der Trägerschaft wichtig, von Beginn an ausreichend Ressourcen für den dauerhaften Betrieb und die Unterhaltung einzuplanen.

SO ORGANISIEREN SIE IHREN KULTUR- UND BEGEGNUNGSRORT ERFOLGREICH

- **Koordination (möglichst) hauptamtlich organisieren:** Machen Sie sich frühzeitig Gedanken, wer die Koordination des Kultur- und Begegnungsortes übernimmt. Angebote müssen aufeinander abgestimmt und die Bereitstellung der Räumlichkeiten für verschiedene Gruppen geregelt werden. Außerdem sollte es möglichst eine oder mehrere feste Ansprechpersonen für alle Interessierten geben. Da diese Aufgaben mit einer gewissen Verantwortung verbunden sind, sollten sie möglichst von Hauptamtlichen übernommen werden. Planen Sie von Beginn an genug Personal und finanzielle Mittel für den dauerhaften Betrieb ein.
- **Öffentlichkeitsarbeit als Kernaufgabe verstehen:** Für die Außenwahrnehmung und die Auslastung Ihres Kultur- und Begegnungsortes ist eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit wichtig – sowohl beim Aufbau als auch im laufenden Betrieb. Während bei lokalen Treffpunkten insbesondere die Mund-zu-Mund-Propaganda eine wichtige Rolle spielt, wächst mit der Größe und dem gewünschten Wirkungsradius Ihres Angebotes auch der Bedarf an professioneller Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.
- **Helferinnen und Helfer aus der Bevölkerung einbinden:** Suchen Sie nach Ehrenamtlichen, die bei der Organisation von Veranstaltungen helfen, zum Beispiel beim Ticketverkauf, bei der Verpflegung von Künstlerinnen und Künstlern oder beim Auf- und Abbau, um Ihr Projekt im Ort zu verankern. Bedenken Sie dabei stets den nötigen Versicherungsschutz und den zusätzlichen Aufwand für die Koordination der Beteiligten.

Kultur- und Begegnungsorte finanzieren

Egal, ob ein alter Bauernhof saniert, ein Fabrikgebäude für die kulturelle Nutzung umgebaut oder ein Kultur- und Begegnungsort im Neubau entsteht – oftmals ist der Aufbau mit viel Arbeit und hohen Investitionskosten verbunden. Auch im späteren Betrieb fallen Kosten für Miete, Strom sowie Organisation und Koordination an. Lassen Sie sich davon nicht abschrecken, sondern verschaffen Sie sich mit einer vorausschauenden Planung frühzeitig einen Überblick über die Kosten und suchen Sie nach passenden Finanzierungsmöglichkeiten.

SO STELLEN SIE EINE SICHERE FINANZIERUNG FÜR IHREN KULTUR- UND BEGEGNUNGSRORT AUF

Tipps für den Start

- **Bei Bauvorhaben mit Kostensteigerungen rechnen:** Planen Sie – wo möglich – finanzielle Puffer ein und nutzen Sie die Kompetenzen und Beratung von Fachleuten. Diese können Sie bereits bei der Erstellung der Kostenpläne für den Förderantrag unterstützen.
- **Projektmanagement für aufwendige Investitionen einplanen:** Größere Investitionen sind in der Koordination aufwendig – planen Sie möglichst Ressourcen für eine professionelle Betreuung ein.
- **Möglichkeiten der Mischfinanzierung nutzen:** Definieren Sie bei komplexen Projekten und hohen Investitionen verschiedene Projektbausteine, um unterschiedliche Förderprogramme nutzen zu können. Holen Sie dabei am besten zunächst Informationen zu Fördermöglichkeiten ein und legen Sie daraufhin die Projektbausteine fest, sodass diese zu den Förderangeboten passen.
- **Mit Förderregularien vertraut machen:** Berücksichtigen Sie die Bedingungen für die Fördermittelabwicklung und Auszahlung von Fördermitteln. Sie können je nach Programm variieren. Nehmen Sie frühzeitig Kontakt zu Ihren Ansprechpersonen beim Fördermittelgeber auf und klären Sie beispielsweise Möglichkeiten für Vorabauszahlungen, wenn Sie keine größeren Summen vorfinanzieren können.

Tipps für die langfristige Finanzierung

- **Vielfältige und multifunktionale Orte schaffen:** Kombinieren Sie die Nutzung der Kultur- und Begegnungsorte mit anderen unternehmerischen Tätigkeiten und streben Sie, wenn möglich, eine multifunktionale Nutzung der Räume für die Dorfgemeinschaft, Kommune, Vereine und weitere Gruppen an.
- **Einnahmequellen schaffen und Kosten senken:** Generieren Sie zusätzliche Einnahmen, indem Sie die Räume zum Beispiel vermieten. Prüfen Sie, wie Sie laufende Kosten senken können, etwa durch eine eigene Stromerzeugung.

6

Mobile Angebote: Hin und weg

Ein Fahrdienst bringt Seniorinnen und Senioren zum Konzert im Nachbarort, eine mobile Bühne verwandelt den Marktplatz in ein Open-Air-Kino, mit einem Bulli kommt der Kunstunterricht auf den Schulhof – mobile Angebote sind bunt und vielfältig. Sie ermöglichen, dass Jung und Alt sowie Menschen ohne Auto an kulturellen Angeboten teilhaben. In diesem Kapitel erfahren Sie mehr darüber, was sich bei den LandKULTUR-Projekten bewährt hat und worauf Sie beim Aufbau und der Organisation mobiler Kulturangebote achten sollten.

Mobilität in ländlichen Räumen: Eine Herausforderung

Der nächste Bahnhof ist zu Fuß kaum erreichbar, der Bus fährt ab nachmittags nur noch alle zwei Stunden und nach 20 Uhr wird es schwierig, mit öffentlichen Verkehrsmitteln überhaupt nach Hause zu kommen. Das kommt sicher vielen Menschen auf dem Land bekannt vor. Denn: Die Taktdichte bei Bus und Bahn ist in ländlichen Räumen geringer als in der Stadt, Haltestellen liegen weiter auseinander, Fahrten sind meist auf den Schulverkehr ausgerichtet. Das Auto gehört für die meisten dazu, wenn sie mobil sein wollen. Gerade Jugendliche und Menschen, die auf den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) oder Fahrdienste angewiesen sind, können daher kulturelle Angebote in der Umgebung oder den nächstgrößeren Städten nur sehr eingeschränkt wahrnehmen.

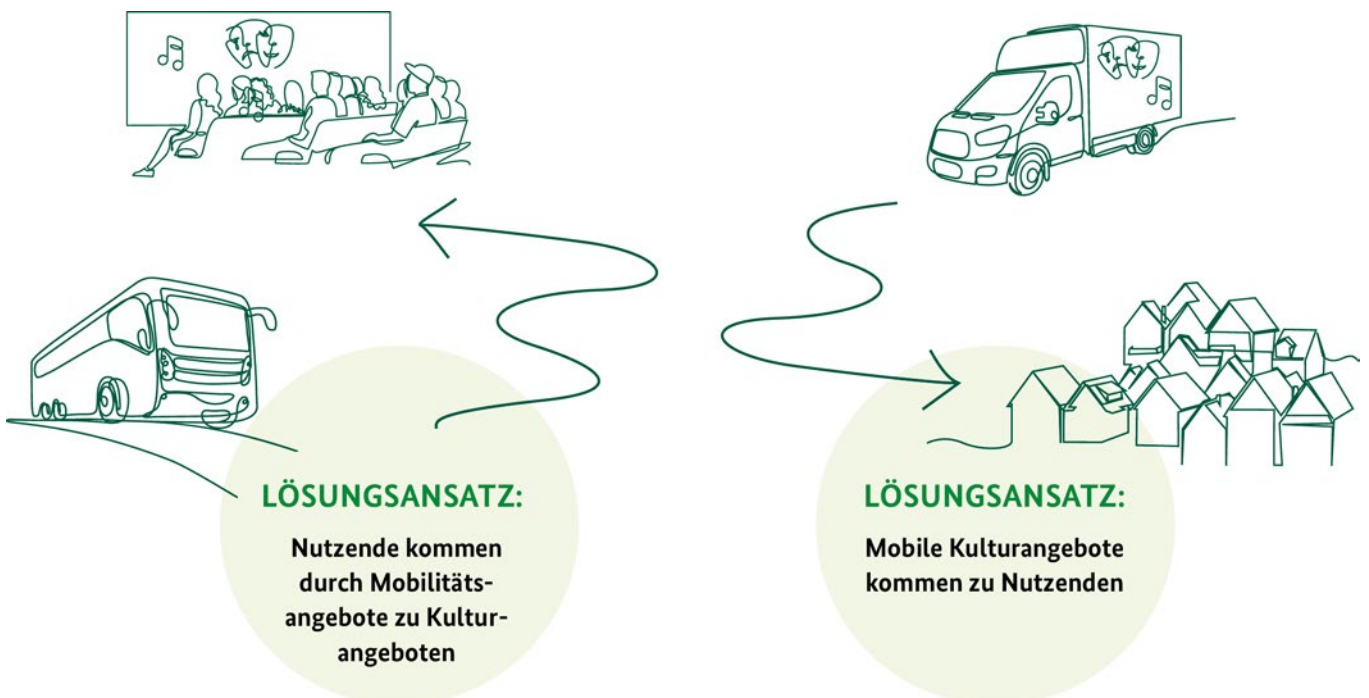
Sie möchten es diesen Menschen in Ihrer Region ermöglichen, Kultur zu erleben? Mobile (Kultur-)Angebote können eine Lösung sein. Mit Unterstützung von LandKULTUR konnten zwei Ansätze erprobt werden:

Mobilitätsangebote bringen Menschen zur Kultur. Beispiele sind

- die Einrichtung von Bustransfers oder
- die Erstattung von Fahrtkosten.

Mobile Kulturangebote bringen Kultur zu den Menschen. Beispiele sind

- eine mobile Bühne, die sich an unterschiedlichen Standorten aufbauen lässt,
- ein Kleinbus oder Anhänger als Workshop-Location oder
- mobil einsetzbare Technik für Open-Air-Veranstaltungen.



Mobilitätsangebote: Fahrtziel Kultur

Fahrdienste sowie vergünstigte oder kostenfreie Angebote im ÖPNV: Für alle ohne eigenes Auto erleichtern sie den Weg zum nächsten Konzert, der Theateraufführung in der Stadt oder dem Workshop im Nachbarort.

Mobilitätsangebote führen jedoch nicht zwangsläufig zu einer erhöhten Nachfrage für Kulturveranstaltungen. Besonders erfolgreich waren Modelle, die sich an Gruppen oder Einrichtungen richteten. Hier fehlen häufig finanzielle und personelle Ressourcen, um

die Fahrten zu organisieren. Gibt es kostengünstige oder -freie Angebote, ist eine hohe Nachfrage zu erwarten. Bei Angeboten für Einzelnutzende sieht dies jedoch anders aus: Wenig Routine bei der Nutzung von ÖPNV- und anderen Mobilitätsangeboten oder schlechte Erfahrungen mit diesen sind Hemmschwellen. Abbauen lassen sie sich durch gute und kontinuierliche Kommunikation mit den Nutzenden und ein regelmäßiges Angebot, bei dem sich Routine einstellen kann.

MOBILITÄTSANGEBOTE – DAS SOLLTEN SIE KLÄREN

Schritt 1: Zielgruppen- und Angebotsausrichtung bestimmen

- Wen möchten Sie zu welchen Angeboten bringen?
- Ist es ein offenes Angebot für alle Menschen im Ort beziehungsweise aus der Region oder wenden Sie sich damit an bestimmte Gruppen oder Einrichtungen wie Schulen oder Senioreneinrichtungen?
- Können Sie Weiteres anbieten, wie Verpflegung, vergünstigte Eintrittspreise oder Ähnliches? (Idee: Entwicklung von Kultur-Pauschalangeboten)

Angebote für Einzelne:

- Über welche Kommunikationskanäle erreichen Sie Ihre Zielgruppen?
- Wie schaffen Sie Vertrauen zum Angebot?
- Wie können Sie möglichst frühzeitig und umfassend darüber informieren?

Angebote für Gruppen oder Einrichtungen:

- Wo und wie erreichen Sie die Zielgruppen?
- Wer sind Ihre Ansprechpersonen in den Einrichtungen?
- Wie können Sie deren Vertrauen gewinnen?

Schritt 2: Organisation und Koordination des Angebotes klären

- Welches Mobilitätsangebot passt zu Ihnen und zum Bedarf Ihrer Zielgruppen?
- Gibt es einen lokalen Partner wie ein Busunternehmen vor Ort oder die Kommune, mit der Sie zusammenarbeiten können, oder sollten Sie ein eigenes Fahrzeug anschaffen?
- Welche Voraussetzungen beziehungsweise Vor- und Nachteile gilt es bei den Varianten zu berücksichtigen?

Bei Zusammenarbeit mit Unternehmen der Transportbranche, anderen Partnerunternehmen oder der Kommune:

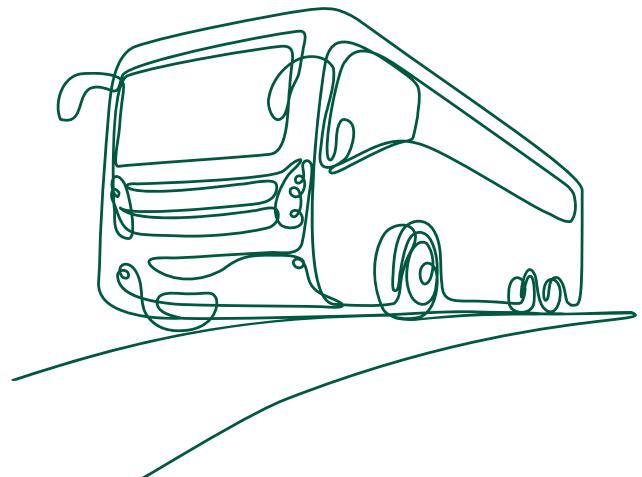
- Wer übernimmt die Kommunikation und Ansprache?
- Welche Rahmenbedingungen, beispielsweise Größe der Transportmittel oder Verfügbarkeit der Fahrerinnen und Fahrer, sind zu berücksichtigen?

Bei Anschaffung eines eigenen Fahrzeugs:

- Wer kann das Fahrzeug fahren? Ist eine Personenbeförderungserlaubnis erforderlich?
- Wer übernimmt den Unterhalt für das Fahrzeug? Wer trägt laufende Kosten wie die Versicherung?
- Wer ist nach dem Auslaufen der Förderung für das Fahrzeug zuständig?

SO GELINGEN AUFBAU UND ORGANISATION IHRES MOBILITÄTSANGEBOTES

- **Kosten und Aufwand für Nutzende möglichst gering halten:** Insbesondere bei Schulen, Kindergärten und anderen sozialen Einrichtungen sind die Finanzen oft zu knapp, um selbst Mobilitätsangebote zu organisieren. Bieten Sie ihnen kostengünstig etwas an, können Sie mit großer Nachfrage rechnen. Häufig fehlen auch personelle Ressourcen in den Einrichtungen. Achten Sie deshalb darauf, dass das Angebot bei den Verantwortlichen möglichst wenig Aufwand macht. Auch bei Angeboten für Einzelnutzende sollte der Aufwand möglichst gering sein. Das ÖPNV-Ticket kann zum Beispiel Bestandteil der Eintrittskarte sein.
- **Ausreichend Ressourcen für Koordination und Öffentlichkeitsarbeit einplanen:** Generell sollten Sie ausreichend personelle Ressourcen für die Projektkoordination und für die Öffentlichkeitsarbeit einplanen. Das Transportangebot ist zu organisieren und auf die Veranstaltungsangebote abzustimmen – das ist mit personellem Aufwand verbunden, ebenso wie eine gute Öffentlichkeitsarbeit. Im Vergleich zu Angeboten für Gruppen oder Einrichtungen ist die Bewerbung bei Angeboten für Einzelnutzende aufwendiger. Wichtig ist ein kontinuierliches Angebot, das Schritt für Schritt selbstverständlich für die angesprochenen Zielgruppen wird. In der Anlaufphase von Bustransfers und Shuttleangeboten oder als Werbemaßnahme für Rufbusse können zum Beispiel vergünstigte Eintrittspreise für die Veranstaltung ein Anreiz sein, die Angebote zu nutzen.
- **Fahrzeug oder Transportmöglichkeit entsprechend den Bedarfen der Zielgruppen wählen:** Achten Sie darauf, dass das gewählte Fahrzeug die Bedarfe Ihrer Zielgruppe erfüllt. Sind beispielsweise Ältere oder Menschen mit Mobilitätseinschränkungen Ihre Zielgruppe, so sollten Sie darauf achten, dass der Transport auch für Personen im Rollstuhl möglich ist.
- **Möglichst mit Partnerinnen und Partnern für den Transport zusammenarbeiten:** Die Zusammenarbeit mit lokalen Bus- oder Taxiunternehmen oder mit kommunal oder ehrenamtlich organisierten Mobilitätsangeboten wie Bürgerbussen oder Dorfautos hat sich bewährt. Diese können zudem von dem zusätzlichen Angebot profitieren: Holt beispielsweise der Bürgerbus das Publikum für eine Kulturveranstaltung zuhause oder bei einer Einrichtung ab, ist das für einige häufig die erste Erfahrung mit diesem Angebot. Vorbehalte gegenüber den sogenannten On-demand-Mobilitätsangeboten bauen sich dabei oft ab, und die Nachfrage steigt. Nutzen Sie diesen Mehrwert, um bei der Anbahnung von Partnerschaften zu überzeugen.
- **Nutzen und Aufwand bei Anschaffung eines eigenen Fahrzeugs gut abwägen:** In Einzelfällen kann es auch sinnvoll sein, ein eigenes Fahrzeug anzuschaffen. Wenn es beispielsweise vor Ort keine passenden Anbieter gibt oder wenn Sie bei der Organisation des Angebotes lieber unabhängig sein wollen, können Sie überlegen, etwa einen Kleinbus oder PKW anzuschaffen. Die Anschaffungskosten und auch die laufenden Kosten sind jedoch nicht zu unterschätzen – Sie sollten Aufwand und Nutzen gut abwägen.





Kultur erreichbar für Jung und Alt. Die Fahrtkostenerstattung bei KuBiMobil ermöglichte zahlreichen sozialen Einrichtungen und Gruppen den Besuch von Theatern, Museen und Bibliotheken.



KuBiMobil – Fläche trifft KULTUR

Erstattungsmodell für Fahrtkosten zu Kultureinrichtungen für Gruppen

Projektakteure: Kulturraum Oberlausitz-Niederschlesien, Netzwerkstelle Kulturelle Bildung (in Zusammenarbeit mit zahlreichen Kultureinrichtungen der Region)

Ort/Region: Oberlausitz-Niederschlesien, Sachsen

Mehr Infos: → www.kubimobil.de/flaeche-trifft-kultur.html

Laufzeit: 1. Juni 2019 bis 30. April 2022

Darum geht's:

Mit dem „KuBiMobil – Fläche trifft Kultur“ wurde ein Fahrtkostenerstattungsmodell eingeführt, bei dem jede Fahrt zu einer Kultureinrichtung im Kulturraum Oberlausitz-Niederschlesien pro Person nur zwei Euro kostete. Die Region zeichnet sich durch zahlreiche Theater, Museen und Bibliotheken aus, die sich jedoch vor allem auf Städte wie Bautzen oder Görlitz konzentrieren und ohne eigenes Auto nicht oder nur sehr zeit- und vor allem kostenaufwendig erreichbar sind. Das benachteiligt vor allem Menschen, die in ihrer individuellen Mobilität eingeschränkt sind, zum Beispiel durch körperliche oder sozioökonomische Faktoren. KuBiMobil machte es allen Menschen möglich, die vielfältigen Kulturangebote zu besuchen. Ursprünglich richtete es sich ausschließlich an Bildungseinrichtungen für Kinder und Jugendliche. Mit Hilfe der LandKULTUR-Förderung konnte das Angebot geöffnet werden, sodass auch andere Gruppen und Einrichtungen profitierten.

Die Besonderheit:

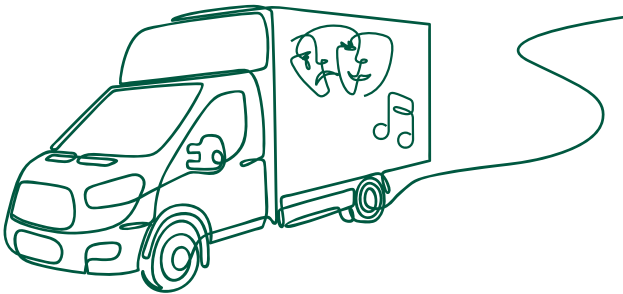
KuBiMobil war für alle Menschen offen: Gruppen aus Altersheimen oder Einrichtungen für Geflüchtete, Vereine, Seniorencafés, Wohngruppen oder einfach eine Gruppe von Freunden und Freundinnen – sie alle konnten sich die Fahrtkosten für den Besuch einer kooperierenden Kultureinrichtung bei einem Eigenanteil von jeweils zwei Euro erstatten lassen. Ob Taxi, ÖPNV oder rollstuhlgerechter Kleinbus, das Beförderungsmittel wählten die Nutzenden ganz nach ihren Bedürfnissen. Für eine reibungslose Abwicklung und Vernetzung sorgte eine Ansprechperson im Projektbüro der Netzwerkstelle Kulturelle Bildung. Diese übernahm die Projektkoordination und hat zu Transportmöglichkeiten und Kulturangeboten beraten. Gemeinsam mit den über 30 beteiligten Kultureinrichtungen wurden so neue Ansätze beispielsweise für inklusive und barrierefreie Angebote entwickelt.

So geht's weiter:

Bis Ende 2022 hat die sächsische Aufbaubank den Kulturraum Oberlausitz-Niederschlesien finanziell unterstützt, um das Angebot fortzusetzen. Derzeit ruht das Angebot, bis neue Finanzierungsmöglichkeiten geklärt sind.

Mobile Kulturangebote: Wir kommen

Kommen die Menschen nicht zum Angebot, dann kommt das Angebot zu den Menschen: Das steckt hinter der Idee der mobilen Bühnen oder anderer Angebote mit mobiler Ausstattung. Mobile Kulturangeboten bringen Veranstaltungen oder Workshops an neue Orte. Davon profitieren nicht nur die Menschen vor Ort, sondern auch die kulturellen Angebote und Einrichtungen. Als „Türöffner“ schaffen sie Aufmerksamkeit.



Nicht jedes Kulturangebot lässt sich mobil umsetzen – Sie sollten sich also zunächst fragen, ob Ihres dafür geeignet ist. Und wenn ja, für welche Art mobiler Ausstattung:

- Für Theater, Tanz-, Musik- oder andere Kulturveranstaltungen eignet sich beispielsweise eine **mobile Bühne**: Sei es der Anhänger, der zur Bühne wird, oder eine andere Art mobiler Infrastruktur, die sich flexibel an unterschiedlichen Orten aufbauen lässt.
- Bei Workshop-Angeboten bieten sich außerdem entsprechend **gestaltete und ausgestattete Kleinbusse, Anhänger oder PKWs** an. Sie transportieren Personal und Materialien, beispielsweise Bastelutensilien für einen Kunst-Workshop oder Laptops für ein Medienangebot. Sie können auch selbst zum Ort für Kultur und zur Bühne werden.
- Manchmal reicht es schon aus, **mobil aufbaubare Technik** anzuschaffen, beispielsweise einen Beamer und eine Leinwand für ein Open-Air-Kino

MOBILE KULTURANGEBOTE – DAS SOLLTEN SIE KLÄREN

Schritt 1: Zielgruppen- und Angebotsausrichtung bestimmen

- Lässt sich Ihre kulturelle Arbeit mobil umsetzen?
- An wen richtet sich Ihr mobiles Angebot und welche Vorteile bietet es Ihren Zielgruppen?
- Welches Angebot passt zu Ihnen und dem Bedarf Ihrer Zielgruppen?

Schritt 2: Organisation und Koordination des Angebotes klären

Transport:

- Wie kann das Angebot transportiert werden? Benötigen Sie ein eigenes Fahrzeug oder einen Anhänger oder können Sie diese von anderen ausleihen?
- Wer übernimmt den Transport zum Einsatzort? Sie selbst oder andere? Ist gegebenenfalls ein Anhänger- oder Busführerschein erforderlich? Ist entsprechende Fahrpraxis vorhanden?

Rahmenbedingungen vor Ort:

- Welche technischen und weiteren Voraussetzungen müssen vor Ort erfüllt sein? (beispielsweise Platzbedarf, passende Strom- und Wasseranschlüsse, Toiletten, Parkplätze)?
- Mit welchen Partnerinnen und Partnern vor Ort können Sie zusammenarbeiten? Können die Gemeinde oder örtliche Vereine bei Auf- und Abbau, Organisation, kulinarischen Angeboten, Durchführung und ggf. der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen?

Team und Organisation:

- Wer übernimmt in Ihrem Team welche Organisations- und Kommunikationsaufgaben?
- Wer ist für die Pflege der mobilen Ausstattung oder des Fahrzeugs zuständig?



Bunt und auffallend. Der KulTourDome R66 ist ein echter Hingucker und bietet Platz für Konzerte, Aufführungen, Workshop-Angebote oder Licht-Projektionen auf der Außenwand.

Projekt: KulTourDome R66

Ein transportabler Veranstaltungsort, der allerhand Möglichkeiten bietet

Projekttakteure: Aktion Musik/local heroes e. V.

Ort/Region: Umkreis von Salzwedel, Niedersachsen und Sachsen-Anhalt

Mehr Infos: → www.aktionmusik-saw.de/kultourdome.html

Laufzeit: 1. April 2019 bis 31. Dezember 2020

Darum geht's:

Der Verein Aktion Musik/local heroes e. V. hat sich das Ziel gesetzt, die dünnbesiedelte ländliche Region rund um die Hansestadt Salzwedel in Sachsen-Anhalt in eine lebendige kulturelle Region zu verwandeln. Gerade für jüngere Generationen mangelt es an Freizeitangeboten und die Region ist schlecht an das Straßennetz und den ÖPNV angebunden. Die Lösung? Ein mobiler Veranstaltungsort, der in der Region flexibel zum Einsatz kommen kann – der KulTourDome R66. Mit der LandKULTUR-Förderung konnte der Verein die mobile Bühne anschaffen und ausstatten. Einen Teil des Budgets haben die Beteiligten genutzt, um Mitwirkende und Vereinsmitglieder auf Basis von Freiwilligendienst und Ehrenamtspauschalen zu honorieren. Sie haben die Musik- und Theaterveranstaltungen sowie die Bildungsangebote im KulTourDome R66 organisiert und koordiniert.

Die Besonderheit:

Der speziell konstruierte Dome ist eine aufblasbare Bühne, die sich mit Hilfe eines Anhängers transportieren und innerhalb von einer Stunde ohne baurechtliche Genehmigung aufbauen lässt. Alles, was vor Ort benötigt wird, sind ausreichend Platz und eine Stromversorgung. Das verwendete Material hat nicht nur eine besondere Optik, die Aufmerksamkeit erregt, sondern sorgt auch für eine hervorragende Soundqualität. Bei Open-Air-Veranstaltungen nutzen die Künstlerinnen und Künstler den halbgeöffneten Dome als Bühne. Er bietet zudem ausreichend Platz für Seminare, Workshops oder Proben lokaler (Jugend-)Bands. Das Angebot setzt auf Kooperationen vor Ort. Verschiedene Partnerinnen und Partner helfen dem Verein, geeignete Flächen zu finden und organisieren selbst eigene Veranstaltungen im Dome.

So geht's weiter:

Der KulTourDome R66 ist zum festen Bestandteil der Veranstaltungsplanung des Vereins geworden. Ziel ist es, den Dome stets weiterzuentwickeln und neue Nutzungsmöglichkeiten zu erproben: Bereits während der Förderlaufzeit wurde das Projekt mit dem „Machen Award“ der ostdeutschen Länder prämiert. Das Preisgeld nutzte der Verein beispielsweise, um eine 360-Grad-Projektion auf der Außenwand des Domes zu installieren. Zukünftig will der Verein erproben, wie die Stromversorgung im Dome über selbst erzeugte erneuerbare Energien sichergestellt werden kann. Um die laufenden Kosten zu decken, wird der Dome vermietet. Die Einnahmen dienen auch dazu, die notwendigen Eigenanteile für neue Fördermaßnahmen aufzubringen, um weitere Veranstaltungen im Dome durchzuführen.

SO GELINGEN AUFBAU UND ORGANISATION IHRES MOBILEN KULTURANGEBOTES

Wahl der mobilen Ausstattung

- **Möglichst flexible mobile Ausstattung wählen:**
Ihr mobiles Angebot sollte sich möglichst an unterschiedlichen Orten aufbauen lassen. Berücksichtigen Sie, dass vor Ort so wenige Rahmenbedingungen wie möglich erforderlich sein sollten. Mobile Ausstattung – egal ob Pkw oder Transporter, mobile Bühnen oder mobil einsetzbare Technik – kann zudem von mehreren Akteuren genutzt werden. Überlegen Sie sich bereits bei der Wahl Ihrer Ausstattung, ob diese auch für andere Akteure in der Region interessant sein könnte. Durch die Vermietung lassen sich beispielsweise nach Ablauf der Förderung laufende Kosten wie Versicherungen, Wartungen oder Ähnliches decken.
- **Mit kreativer Gestaltung für Aufsehen sorgen:**
Von Vorteil kann es sein, die mobile Ausstattung so zu gestalten, dass sie Aufmerksamkeit erregt. Wecken Sie Neugierde und schaffen Sie einen Wiedererkennungswert, indem Sie eine mobile Bühne mit besonderer Bauweise schaffen oder den Transporter für Ihr Angebot farbenfroh gestalten.

Organisation des mobilen Angebotes

- **Ausreichend Ressourcen für die Koordination einplanen und auf Routinen setzen:** Sowohl die Vorbereitung als auch Durchführung mobiler Angebote sind zeit- und kostenintensiv. Neben der geeigneten mobilen Ausstattung müssen passende Standorte sowie Partnerinnen und Partner gefunden werden. Wenn Sie regelmäßig die gleichen Orte anfahren, wird es leichter. Routine stellt sich ein – sowohl für Sie als auch für Ihr Publikum.
- **Vertraute Orte für die Umsetzung und Durchführung nutzen:** Findet das Angebot an einem für die Zielgruppe vertrauten Ort statt, kann dies den Zugang erleichtern. Denken Sie dabei beispielsweise an öffentliche Plätze wie den örtlichen Marktplatz oder an Einrichtungen wie Schulen oder Jugendzentren.
- **Partnerschaften vor Ort für die Organisation aufbauen:** Der Erfolg Ihres Projektes hängt oft von entsprechenden Partnerinnen und Partnern vor Ort ab. Gemeinden können Stellplätze zur Verfügung stellen und lokale Vereine und Gruppen in die Organisation und Durchführung eingebunden werden. Sie können beim Auf- und Abbau helfen, die Parkeinweisung oder den Getränke- und Essensverkauf übernehmen. Außerdem kann die Einbindung lokaler Gruppen und Vereine die Akzeptanz des Angebots steigern. Sorgen Sie für eine transparente Kommunikation und vermitteln Sie Ihren Partnerinnen und Partnern, welche Bedingungen für die Umsetzung Ihres mobilen Angebots erfüllt sein müssen.



Unterwegs mit dem JKS Mobil. Kinder, Jugendliche und Betreuungspersonen freuen sich gleichermaßen über die Kunstaktionen bei ihnen vor Ort. Sie werden professionell von Kunstpädagoginnen begleitet.

Kinder erleben Kunst vor Ort

Das LandKULTUR-Projekt JKS Mobil bringt mit seinen Kunstwerkstätten außergewöhnliche Kunsterlebnisse in Grundschulen und Kindergärten im Ostalbkreis in Baden-Württemberg. Ein Besuch im Naturkindergarten in Iggingen.

Sind genug Pinsel und Papier und Farben da? Ist der Bus auch fahrtauglich? Wie ist die Zieladresse? Am Anfang jedes Einsatztages mit dem Bus der Jugendkunstschule Schwäbisch Gmünd (JKS), dem JKS Mobil, steht die Kontrolle, ob alles vorbereitet ist. Dann fahren die zwei Kunstpädagoginnen los zum Einsatzort. Wenn der bunt folierte Bus dort gut positioniert ist und alle Arbeitsstationen mit Farben, Stiften und Naturmaterialien wie Watte oder Wolle aufgebaut sind, kommen die Kinder. Es beginnt mit einer spielerischen Einführung in das Thema und die Materialische werden erklärt. Dann ziehen die Kleinen ihre Künstlerkittel an und – los geht's! An diesem Novembermorgen sind im Naturkindergarten in Iggingen Spuren das Thema.

Organisation ist das A und O

„Wir arbeiten schwerpunktmäßig mit Naturthemen und passen das Programm an die jeweilige Einrichtung an“, erzählt Projektkoordinatorin Gerburg Müller. Mottos sind neben Spuren zum Beispiel Wetter, Wolken, Schatten oder Herbstfarben. Gerburg Müller leitet das Gesamtprojekt JKS Mobil, bei ihr laufen alle organisatorischen Fäden zusammen. Das zentrale Projektbüro ist in der an die Schwäbisch Gmünder Volkshochschule e.V. angegliederten Jugendkunstschule angesiedelt. Hier gehen sämtliche Anrufe der Gemeinden, Grundschulen und Kindertagesstätten (Kita) ein, wo das JKS Mobil im Einsatz ist. Zwei Kunstpädagoginnen erstellen die Konzepte für die Kunstwerkstätten, zugeschnitten auf Gruppen von bis zu 18 Kindern ab einem Alter von etwa drei Jahren.

Eng vernetzt mit den Kooperationsgemeinden

Das Projekt JKS Mobil arbeitet fest mit acht vertraglich vereinbarten Kooperationsgemeinden im Ostalbkreis

zusammen. Mindestens einmal im Monat sind sie in jeder der Gemeinden vertreten. „Ein Vorteil, den wir haben, ist, dass wir hier in der ländlichen Region sehr vernetzt arbeiten“, sagt Gerburg Müller. Schon vor Projektstart hatte die Volkshochschule über die regionalen Bildungszentren im Landkreis gute Kontakte zu den Gemeinden und den jeweiligen Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern. Als die Förderung über LandKULTUR zugesagt und der JKS Mobil-Bus von den Fördergebern angeschafft war, konnte es losgehen. Das Organisationsteam versandte Briefe an alle Bürgermeisterinnen und Bürgermeister und kündigte darin feierlich das geplante Angebot an. Reges Interesse war von Anfang an vorhanden. Die Pressekonferenz zum Projektstart stieß auf große Resonanz – der Landrat und die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister waren mit an Bord. „Wir haben den Gemeinden dann sehr schnell angeboten, Kooperationsgemeinde zu werden“, so Gerburg Müller. Das heißt, dass sie mindestens einmal im Monat eine Kunstwerkstatt für 50 Euro buchen.

Zu den Erfolgsfaktoren gehören die intensive Kommunikationsarbeit des Organisationsteams und die festen Zuständigkeiten in den Gemeinden. In jeder Gemeindeverwaltung hat das JKS-Team feste Bezugspersonen, die die Organisation vor Ort übernehmen. In kleinen Städten ist es auch mal die Schulleitung oder jemand aus dem Kollegium. Inzwischen kennt Gerburg Müller sehr viele Ansprechpersonen gut.

Ein besonderes mobiles Angebot

Am Anfang war geplant, dass die Kunstwerkstätten nur unter freiem Himmel stattfinden. Darauf war die Ausstattung des Busses mit Stühlen und Tischen ausgelegt. Als dann Herbst wurde, suchte das JKS-Team nach Alternativen, um im Winter nicht pausieren zu müssen. Sie machten Begehungen in den Einrichtungen, schauten gemeinsam mit den Schul- und Kitaleitungen, wo die Kunstwerkstätten stattfinden könnten. Oft bietet sich die Aula oder der Turnraum an. Je nach Einsatzort kommt es darauf an, die richtigen Materialien dabeizuhaben: etwa eine hochwertige, stolpersichere Abdeckplane für empfindliche Musikräume oder einen Sonnenschutz im Sommer.

„Die Kinder freuen sich teilweise einen Monat lang, dass wir kommen – da muss unsere Arbeit auf den Punkt gut sein“, betont Gerburg Müller. Das Erfolgsrezept des JKS Mobil liegt auch in der Qualität des von den Kunstpädagoginnen konzipierten Angebots. Das Team legt großen Wert darauf, dass eine Kunstwerkstatt von JKS Mobil etwas sehr Besonderes ist. „Es ist nochmal mehr, als was die Kinder schon kennen, wie Sterne ausschneiden und bemalen. Wir arbeiten im Bereich der bildenden Kunst sehr intensiv mit den Kindern und ermächtigen sie, eigenständig zu handeln. Es geht

nicht darum, dass sie etwas produzieren, sondern dass sie was erleben.“ Da bei jeder Kunstwerkstatt andere Kinder dabei sind, erfordert dies einen hohen Einsatz für die Kunstpädagoginnen Verena Wunderlich, Ilknur Azaplioglu und Jana Königsmann. Sie müssen flexibel und kreativ sein und sich auf unterschiedliche Gruppenkonstellationen einstellen. Das sei die große Herausforderung an mobilen Angeboten, resümiert Gerburg Müller.

Anschlussfinanzierung früh gesichert

Rund 450 Fahrten hat das JKS Mobil seit Projektbeginn 2019 gemacht. Dass es noch mehr werden, dafür hat sich die Koordinatorin schon anderthalb Jahre vor Ende der Förderlaufzeit eingesetzt. „Wir haben Gespräche mit dem Ostalbkreis geführt und den Landrat in die Pflicht genommen. Das Projekt war so beliebt und sollte fortgeführt werden.“ Daraufhin hat der Landrat das Thema in den Kreistag gebracht. Es wurde mehrheitlich beschlossen, dass der Landkreis die Finanzierung für drei Jahre mit jährlich 25.000 Euro übernimmt. Aktuell ist das JKS-Team in einem Umkreis von 20 Kilometern rund um Gmünd unterwegs. Der Aktionsradius könnte sich in Zukunft erweitern: Sonderanfragen für Schulfeste oder andere regionale Veranstaltung gibt es viele.

Reflexion am Ende der Kunstwerkstatt

Im Naturkindergarten in Iggingen sind die Kinder mittlerweile zum Ende gekommen. Nach rund einer Stunde intensiver künstlerischer Arbeit folgt eine Reflexionsphase. Die Kleinen erzählen, was sie erlebt haben. Am Ende klärt die Gruppe offene Fragen: Dürfen die Werke mit nach Hause genommen werden oder bleiben sie in der Einrichtung? Muss noch etwas trocknen? Wenn alles aufgeräumt und eingeladen ist, geht die Fahrt nach rund fünf Stunden Einsatz für die Kunstpädagoginnen zurück in die Jugendkunstschule.

Von Lisa Kroggel

Auch die Kleinsten sind mit Begeisterung dabei.



7

Netzwerke: Zusammen stark

Ressourcen teilen, Erfahrungen austauschen oder gemeinsam Ideen entwickeln – Netzwerken kann Kulturschaffenden viele Vorteile bieten. Häufig fehlt es jedoch an Zeit, um sich aktiv um die Netzwerkarbeit zu kümmern. Hier setzen organisierte Netzwerke an, die Kulturschaffende zusammenbringen und ihnen einen Rahmen für den Austausch bieten. In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie mit Netzwerken Akteure in Ihrer Region entlasten können und worauf es bei der Organisation ankommt.

Netzwerke aufbauen und moderieren

In ländlichen Räumen gibt es zahlreiche engagierte Kulturschaffende, die sich jedoch oft nicht kennen und wenig zusammenarbeiten. Hierzu fehlt es häufig schlichtweg an Zeit und Ressourcen, um sich mit anderen Kulturschaffenden zu vernetzen. Dabei kann die Zusammenarbeit der Akteure große Chancen bieten: Künstlerinnen und Künstler, die sich eine mobile Bühne teilen, erfahrene Vereinsvorsitzende, die ihre Tipps zur Fördermittelakquise an andere Vereine weitergeben oder eine Veranstaltungsreihe, die die Aktivitäten unterschiedlichster Kulturschaffender einer Region miteinander verbindet und gemeinsam bewirbt – die Vorteile, die sich aus der Vernetzung ergeben, sind vielfältig.

Während in einigen Regionen bereits Fachverbände für Kultur, Landschaftsverbände, Kulturbeauftragte der Städte oder Landkreise oder kleinere lokale Initiativen Akteure zusammenbringen und das Knüpfen von Kontakten erleichtern, fehlen solche organisierten Netzwerke andernorts noch völlig. Einige Akteure nutzten daher die LandKULTUR-Förderung, um in ihrer Region Netzwerke aufzubauen oder dauerhaft zu verbessern. Dabei entstanden sowohl thematische Netzwerke zu bestimmten kulturellen Sparten und Themen als auch räumliche Netzwerke, die Kulturakteure einer Region zusammenbrachten.

Die Erfahrungen der Akteure zeigten, dass ein gemeinsames Anliegen Voraussetzung für das Gelingen von Netzwerken ist. Es ist wichtig, sich frühzeitig gemeinsam mit den Partnerinnen und Partnern des Netzwerkes bewusst zu machen, aus welchem Grund und mit welchem Ziel ein Netzwerk aufgebaut werden soll und welchen Mehrwert es den Beteiligten bietet, beispielsweise

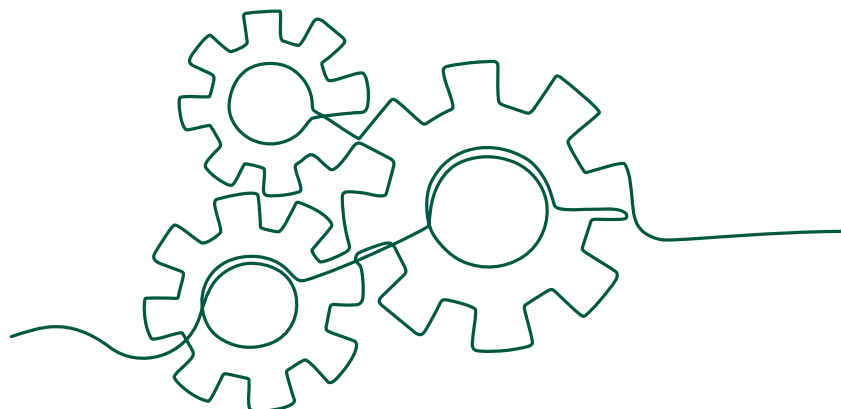
- **Erfahrungsaustausch und kollegiale Beratung** sowie gegenseitige Hilfestellungen,
- **Impulse und Zugang zu Qualifizierungsangeboten** zum Erlernen neuer Fähigkeiten,
- **neue Kontakte**, um Ressourcen zu teilen oder

- gemeinsame Angebote zu entwickeln,
- **gemeinsame Vermarktung** und damit Kosteneinsparungen oder
- **Gemeinschaft**, aus der Kraft und Motivation gezogen werden können.

Ob und wie die Vernetzung funktioniert, hängt oftmals davon ab, ob es jemanden gibt, der sich um die Netzwerkarbeit kümmert. Bewährt hat sich, für eine Netzwerkkoordination und -moderation zu sorgen, die folgende Aufgaben übernimmt:

- **Kontaktaufbau und Kontaktpflege**, das heißt, passende Netzwerkpartnerinnen und -partner ermitteln, Beziehungen aufbauen und pflegen und als zentrale Ansprechperson agieren,
- **Organisation und Koordination**, also Netzwerktreffen oder Austausch- und Wissensangebote konzipieren, organisieren und durch klare Ziele und Inhalte strukturieren,
- **Moderation**, das bedeutet unter anderem, Runden zum Erfahrungsaustausch und Diskussionen leiten und zwischen den Akteuren vermitteln, sowie
- **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**, also gemeinsamen Internetauftritt aufbauen und pflegen, Social-Media-Kanäle bespielen und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Akteure betreiben.

Netzwerke aufzubauen, zu koordinieren und zu moderieren, ist arbeitsintensiv. Prüfen Sie daher, ob eine Förderung für die Findungs- und Aufbauphase möglich ist und wie sich ein langfristiges Bestehen der Strukturen organisieren lässt.





„Man muss schon dauerhaft dranbleiben, so ein Netzwerk ist kein Selbstläufer und würde ohne Koordination einschlafen.“

Ulrike Dietrich, Projektkoordinatorin beim Landesheimatbund Sachsen-Anhalt e. V.

„Mit dem Netzwerk kommen wir an Orte, wo Menschen etwas bewegen wollen“

Das Kulturerbe-Netzwerk Sachsen-Anhalt bringt Vereine und Akteure zusammen, die sich für den Erhalt des kulturellen Erbes einsetzen. Die Koordinatorin Ulrike Dietrich vom Landesheimatbund Sachsen-Anhalt e. V. berichtet, worauf es bei der Netzwerkarbeit ankommt.

Frau Dietrich, wie entstand die Idee Ihres Projekts und welche Zielsetzung steht hinter dem Netzwerk?

Das Projekt hat sich über einen längeren Zeitraum hinweg entwickelt, es gab Vorgängerprojekte, die jedoch regional und zeitlich eingegrenzt waren. Die intensive Netzwerkarbeit über das ganze Bundesland hinweg hat sich dann für uns im Landesheimatbund Sachsen-Anhalt als Dachverband als Grundsatzaufgabe und Alleinstellungsmerkmal so herauskristallisiert: Wir bringen die Engagierten in ländlichen Räumen zu den Themen, die sie konkret betreffen, auf Augenhöhe zusammen und schaffen eine Plattform, wo sie ihre Erfahrungen mit anderen teilen, neue Impulse bekommen und ihr eigenes Wissen weitergeben können. Ein lebendiges Netzwerk zum Austausch, mit Workshops und Treffen, muss natürlich organisiert werden – dafür brauchten wir Fördermittel und so haben wir den Antrag über LandKULTUR gestellt.

Was wurde mit der LandKULTUR-Förderung umgesetzt?

Konkret wurde die hauptamtliche Stelle der Netzwerkkoordination gefördert. Ehrenamtlich wäre es auch nicht

möglich gewesen, eine solche intensive Netzwerkstruktur in einem so großen Bundesland aufzubauen. Dazu waren der kontinuierliche Einsatz und die Weiterentwicklung über mehrere Jahre hinweg unerlässlich. Insbesondere die Laufzeit der BULEplus-Förderung über drei Jahre wussten wir daher sehr zu schätzen.

Wie gewinnen und motivieren Sie die Teilnehmenden, sich im Netzwerk einzubringen?

Aus den Vorgängerprojekten bestanden schon einige intensive Kontakte. Den Zugang haben wir bewusst niedrigschwellig gehalten, es ist beispielsweise keine Mitgliedschaft im Landesheimatbund nötig, um Teil des Netzwerks zu sein. Dadurch müssen wir aber auch viel Geduld aufbringen und immer wieder zur Teilnahme motivieren können – denn die Teilnehmenden bekommen ja sozusagen nichts in die Hand, sondern nur in den Kopf. Auch deshalb ist es wichtig, dass eine Koordination immer wieder neue Informationen und Impulse in das Netzwerk hineinträgt, sonst würde es sich schnell verlieren.

Auf welche Herausforderungen sind Sie beim Aufbau des Netzwerks gestoßen?

Man muss schon dauerhaft dranbleiben, so ein Netzwerk ist kein Selbstläufer und würde ohne Koordination einschlafen. Wir im Dachverband brauchen viel Geduld und Demut – denn für mich ist es Teil meiner Arbeit, für die Engagierten ist es ihre Freizeit. Auch hier zeigt sich wieder, dass so ein Netzwerk kein Projekt für kurze Zeit ist. Die Kommunikation mit den Netzwerkpartnerinnen und -partnern über verschiedene Kanäle hinweg muss langfristig etabliert werden. Auf unserer Website haben wir beispielsweise eine Karte integriert, die Informationen zu allen teilnehmenden Vereinen zugänglich macht und die stetig wächst. Diese Vereinsporträts werden rege zur Kontaktaufnahme genutzt. Grundsätzlich ist es von Vorteil, gut in der Region vernetzt zu sein und Freude daran zu haben, immer wieder und viel mit den Netzwerkpartnerinnen und -partnern zu kommunizieren. Ich bin viel im Land unterwegs und schaue mir an, was die Vereine planen und wie ihre Bedürfnisse sind, wie viele Mitglieder sie haben, ob es genug Nachwuchs und Orte des Engagements wie ein Vereinsheim gibt. Das ist für mich das Besondere an meiner Arbeit: Man kommt an Orte, wo Menschen etwas bewegen wollen und wo kein Stillstand herrscht, sondern sich etwas entwickelt. Das ist etwas ganz Wunderbares.

Welche Veranstaltungen finden innerhalb des Netzwerks statt?

Regelmäßige Treffen in Präsenz, um sich vorzustellen, auszutauschen und ins Gespräch zu kommen, haben die Netzwerkpartnerinnen und -partner als sehr gewinnbringend zurückgemeldet. Bei den regionalen Werkstätten bringen wir zu einem bestimmten Thema alle Vereine zusammen, die dazu gut zusammenpassen. Der intensive Austausch in kleinerer Runde hat eine umso größere Wirkung für die Teilnehmenden. Bei unseren großen Jahrestreffen kamen zuletzt über 60 Vereine zusammen – hier veranstalten wir eine Vereinsbörse, wo sich alle Vereine mit Plakaten, Roll-ups oder Videos präsentieren und die anderen Netzwerkpartnerinnen und -partner kennenlernen können. Das „Bad in der Menge“ ist ein wichtiger Motor für das Netzwerk und die Teilnehmenden.

Wie konnte die Fortführung des Projekts sichergestellt werden und wie geht es in Zukunft mit dem Netzwerk weiter?

Das Projekt konnte mit der BULEplus-Förderung sehr erfolgreich durchgeführt werden. Mit der dreijährigen bundesweiten Aufmerksamkeit durch unsere eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, verbunden mit zahlreichen Gesprächen auf Landes-

Hier stehen die Akteure im Mittelpunkt. Auf den großen Jahrestreffen präsentieren sich die teilnehmenden Vereine anderen Netzwerkpartnerinnen und -partnern.



Kreis- und Kommunalebene, ist eine Integration in die Kernaufgaben unseres Verbandes gelungen – nun als Netzwerk der Heimat- und Kulturvereine Sachsen-Anhalts, das das kulturelle Erbe bewahrt, rettet und entwickelt. Die Zukunft unseres Netzwerks liegt in den Händen vieler Akteure, die sich vor Ort engagieren und bereit sind, ihr Wissen zu teilen. Aber auch wir als Dachverband haben große Verantwortung: Wir wollen das Netzwerk weiter etablieren, die Engagierten stärken und noch mehr in den Blick der Öffentlichkeit bringen – zum Beispiel mit einem Preis, der Vereine auszeichnet. Dafür suchen wir erneut bundesweit nach Fördermitteln.

Das Gespräch führte Alexandra Karnaoukh.



Netzwerkmittglieder kommen gezielt zu bestimmten Themen zusammen und tauschen Erfahrungen, Tipps und Tricks aus.

SO BAUEN SIE NETZWERKSTRUKTUREN AUF

- **Mehrwert bieten und kommunizieren:** Überlegen Sie zu Beginn, was Sie potenziellen Partnerinnen und Partnern mit dem Netzwerk bieten, beispielsweise Möglichkeiten, neues Wissen aufzubauen, Kosten einzusparen oder Teil einer Gemeinschaft zu werden. Machen Sie die Ziele der Netzwerkarbeit und den Nutzen deutlich.
- **Ziele, Themen und Angebote der Netzwerkarbeit gemeinsam erarbeiten:** Nutzen Sie erste Treffen, um gemeinsam mit potenziellen Netzwerkpartnerinnen und -partnern Form und Inhalte der Netzwerkarbeit zu definieren.
- **Organisatorische Rahmenbedingungen berücksichtigen:** Beachten Sie, dass die Kapazitäten vieler Kulturakteure eingeschränkt sind. Orientieren Sie sich an den Möglichkeiten der Beteiligten und wählen Sie beispielsweise Zeitpunkte für Netzwerktreffen außerhalb der Kernarbeitszeiten.
- **Netzwerkkoordination und -moderation sicherstellen:** Bestimmen Sie jemanden, der die Netzwerkkoordination und -moderation übernimmt, und versuchen Sie die Finanzierung für eine hauptamtliche Stelle sicherzustellen.
- **Nachhaltiges Bestehen sichern:** Kümmern Sie sich frühzeitig darum, ob und wie das Netzwerk – mit oder ohne Förderung – dauerhaft bestehen bleiben kann oder ob eine Angliederung an bestehende Strukturen möglich ist.

DAS KOMPETENZZENTRUM LÄNDLICHE ENTWICKLUNG

Das Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung (KomLE) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung setzt das Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus) im Auftrag des BMEL um: Es wählt gemeinsam mit dem BMEL erfolgsversprechende Projektideen aus und begleitet die geförderten Projekte fachlich und zuwendungsrechtlich. Das KomLE verwaltet die Finanzmittel des BULEplus, koordiniert die Fördermaßnahmen mit verschiedenen Dienstleistern und berät das BMEL bei der fachlich-inhaltlichen Ausrichtung des BULEplus.

Aus den bundesweiten Modell- und Forschungsvorhaben, die das KomLE als Projektträger betreut, gewinnt es Erkenntnisse und leitet aus diesen zentrale Handlungs- und Forschungsbedarfe ab – gute Ideen können so überregionale Wirkung entfalten. Das gewonnene Wissen fließt in die Politikgestaltung für ländliche Räume ein.

Darüber hinaus führt das KomLE als Geschäftsstelle Wettbewerbe durch und verantwortet den Wissenstransfer des BULEplus: Sämtliche Ergebnisse stellen das BMEL und das KomLE der Fachöffentlichkeit in Broschüren, in Filmen, dem BULEplus-Newsletter, den digitalen BULEplus-Werkstattgesprächen sowie auf Messen und Fachveranstaltungen zur Verfügung.

→ www.ble.de/komle

Weitere Informationen und Neuigkeiten zum Bundesprogramm Ländliche Entwicklung und Regionale Wertschöpfung (BULEplus):

→ www.bmel.de/buleplus

Sie möchten über aktuelle Entwicklungen, Förderaufrufe, Veranstaltungen und Publikationen informiert werden? Dann melden Sie sich zum BULEplus-Newsletter an:

→ www.ble.de/buleplus-newsletter

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
Referat 815 – Zivilgesellschaft in ländlichen Räumen, Bildungspolitik
Wilhelmstraße 54
10117 Berlin
815@bmel.bund.de

FACHLICHER ANSPRECHPARTNER

Kompetenzzentrum Ländliche Entwicklung (KomLE)
in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn
bule@ble.de
www.ble.de/komle
Tel. +49 (0)228 6845-2290

STAND

Februar 2024

TEXT

KoRiS – Kommunikative Stadt- und Regionalentwicklung, Hannover
mit wissenschaftlicher Begleitung durch: Dr. Doreen Götzky und Dr. Kim Pollermann
BMEL – Ref. 815; BLE – KomLE

GESTALTUNG

SakenDesign, Hamburg

DRUCK

MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern

BESTELLINFORMATIONEN

www.bmel.de/goto?id=108584



BILDNACHWEISE

Stefan Schwill (Titel, S. 46, S. 47); Tom Schweers (S. 4/5, S. 11 unten);
Förderverein Fünf Türme e. V. (S. 10 oben); Brücker Verein/Reiner Nau (S. 10, zweites von oben);
Henriette Sehmsdorf (S. 10, Mitte); TanzSzene Baden-Württemberg e. V. (S. 10 zweites von unten);
Kohler's Kulinarik/Fichtelgebirgsmuseum 2020 (S. 10 unten); Thilo Neubacher (S. 11 oben);
Marion Kollenrott (S. 11 zweites von oben); Verein Erzählenswert e. V./Günter Wolters (S. 11, Mitte);
Förderverein Hofgestüt Bleesern e. V. (S. 11 zweites von unten); Gemeinde Wedemark/
Dirk Ihle (S. 19 links); KoRiS (S. 19 rechts); theater 3 hasen oben (S. 22); Karin Wiegand (S. 23);
Ilser Webgemeinschaft e. V. (S. 28); Stefanie Schennerlein (S. 29 links); Erhard Pötzsch (S. 29 rechts);
Hendrik Silbermann (S. 32); Kulturlandschaft Kahlgrund e. V./Markus Schmitt (S. 33 rechts, links);
Kulturlandschaft Kahlgrund e. V./Monika Ritter-Fenkl (S. 33 Mitte);
Freiwilligenagentur Jugend-Soziales-Sport e. V. (S. 36, 37, 38); Markus Büttner (S. 42);
Nekromanpix (S. 43, S. 44 oben); Ajda Kos Photography (S. 44 unten); Andrea Kleie (S. 51);
Bettina Lampadius-Gaube (S. 52 links, S. 53 unten); Judith Heimann (S. 52 rechts, S. 53 oben);
E-WERK Luckenwalde & Tim Haber (S. 54); Sigrun Brunsiek (S. 55 links); Tradition Innovation
Hochstedt e. V. (S. 55 rechts); Kulturhof Kleinmecka (S. 57); Dieter Herker (S. 66 links, S. 66 rechts);
Andi Weiland, BKJ (S. 66 Mitte); Gmünder VHS/Jugendkunstschule JKS (S. 68, S. 69);
Archiv Landesheimatbund Sachsen-Anhalt e. V. (S. 72, 73, 74)

Illustrationen: shutterstock.com

**Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben.
Die Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen
von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.**

Weitere Informationen unter
www.bmel.de
www.bmel.de/social-media