

Vernetzung

Bereits auf der Zukunftskonferenz wurde entschieden, dass die AG 4 (Vernetzung) den Schwerpunkt der konzeptionellen Arbeit auf die analogen Formen von Vernetzung legen will, da die (relevanten und sinnvollen) Möglichkeiten der digitalen Vernetzung in der Arbeitsgruppe „Digitales“ erarbeitet werden.

Die Bedeutung und Sinnhaftigkeit eines Portals für die digitale Vernetzung ist in dieser Gruppe unbestritten. Unterziele wie beispielsweise die Abstimmung und Koordination von Terminen und Ressourcen könnten über eine digitale Plattform ideal erreicht werden.

Die AG 4 definierte bereits auf der Konferenz die *Vernetzung* selbst als das Hauptziel.

Wobei dieses Hauptziel in Richtung dreier **Zielgruppen** gedacht werden kann.

- Vernetzung der Kulturschaffenden untereinander
- Vernetzung zum Publikum
- Vernetzung zur Verwaltung & Sponsor*Innen

Am breitesten wurde die Vernetzung der Kulturschaffenden untereinander diskutiert und die möglichen Formen einer Kulturkonferenz/Tagung definiert. Eine Konferenz sowie weitere sinnvolle Optionen, die den Kulturschaffenden bei der Vernetzung dienen könnten, können darüber hinaus auch für die Vernetzung in Richtung der anderen Zielgruppen (Publikum, Politik etc.) sinnvoll und geeignet sein.

Wichtig war den Teilnehmern, dass sich die Gruppe zunächst gedanklich auf Bochum beschränkt, wenngleich eine Offenheit in Richtung Ruhrgebiet perspektivisch gewünscht wird.

Ziele

Das übergeordnete Ziel besteht in der Installation konkreter Maßnahmen, die nachhaltig Vernetzung ermöglichen, verstetigen und effizient gestalten sollen. Dies soll in einem transparenten, offenen und partizipativen Prozess geschehen

UNTERZIELE:

1. **Einfluss/Gestaltungsmöglichkeiten:** Mehr Einfluss auf Kulturpolitik und kulturelle Entwicklungen für die Kulturschaffenden und Bürger der Stadt
2. **Sichtbarkeit:** Die Kulturschaffenden lernen sich kennen. Sie werden von der Politik und ggf. von Fördergebern und Stadtgesellschaft stärker wahr genommen.
3. **Austausch/Stärkung:** Kulturschaffende lernen voneinander und unterstützen sich gegenseitig.

Massnahmen

(Schwerpunkt: Kulturschaffende)

Die genannten Ziele können mit verschiedenen Maßnahmen erreicht werden. Eine ist eine digitale Plattform, die hier nicht Thema ist. Weitere Maßnahmen (mit Schwerpunkt-Zielgruppe *Kulturschaffende*) können sein:

1. **Konferenz/Tagung**
2. **Installation eines beratenden Gremiums**
3. **Vollversammlung der Kulturschaffenden**
4. **Benennung von Delegierten in den Ausschuss für Kultur**

Am detailliertesten und konkretesten wurde eine Konferenz in der AG diskutiert und formuliert.

Eine solche **Konferenz** sollte möglichst jährlich stattfinden und mindestens eintägig oder auch zweitägig sein.

Die AG stellt sich eine klassische Konferenz/Tagung vor, die begleitet wird von Formaten, die die Konferenz beleben und die wiederum von der Konferenz beeinflusst werden.

Zu den eher klassischen Formaten gehören Vorträge, Workshops, Diskussionen. Ergänzende Formate können sein: eine begleitende Messe, Salons, Barcamps, Matching-Formate (Kreative treffen Förderer) und Präsentations-Formate (Vorbild „Biz-Slam“). Der Termin einer solchen Konferenz könnte auch mit Veranstaltungen der Kultur-Schaffenden (z.B. BoBiennale) harmonisiert werden, um auch hier Synergien und einen möglichst breiten Austausch sowie die Sichtbarkeit zu befördern.

Als **beratendes Gremium** wäre ein Beirat denkbar. Vorbild könnten die Gestaltungsbeiräte im Bereich der Stadtplanung und Architektur sein. Ebenso denkbar wäre ein „Rat der Künste“ (wie z.B. in Düsseldorf). Wie ein solches Gremium konkret besetzt sein sollte, wie eine Ernennung von Mitgliedern formal organisiert werden sollte, und welche konkreten Befugnisse ein solches Gremium im Detail haben könnte, müsste die Politik gemeinsam mit den Kultur-Akteuren erarbeiten.

Massnahmen (Schwerpunkt-Zielgruppe Publikum)

Konkret in Richtung der Zielgruppe *Publikum* wurden folgende Maßnahmen diskutiert:

1. Kulturbus

Nach dem Vorbild des Bücherbusses wird ein Kulturbus angeschafft, der Kultur in die Stadtteile bringt. Der Bus wird mit schriftlichen Informationen, Spielplänen etc. der Bochumer Kulturinstitutionen ausgestattet. Vom Bus ausgehend sollen Performances / künstlerische Interventionen in die Stadtteile gebracht werden, im Bus selbst können Workshops angeboten werden.

Als zweite Variante eines Kulturbusses sollte ein Bus- und/oder Taxiangebot installiert werden, das Gruppen (z.B. Schulklassen, Vereine) möglichst kostenfrei zu Kulturinstitutionen befördert.

2. Präsenz im Haus des Wissens

Die Bochumer Kultur sollte mit einer Ausstellungsfläche/einem Stand im Haus des Wissens präsent sein/sich präsentieren. Möglich wäre auch ein Dauerstandplatz für den Kulturbus am zentralen Eingang des Haus des Wissens.

3. Regelmäßiges Printmedium

Es soll ein regelmäßiges Printmedium (erstellt von einer eigenständigen Redaktion) erscheinen, das die Termine (Festivals und planbare Termine), Akteure und Ansprechpartner*innen der Bochumer Kultur veröffentlicht

4. Kulturhotline

Eine Kulturhotline, angesiedelt z.B. beim Kulturbüro, soll zwischen den Informationsbedürfnissen der Bevölkerung und den Angeboten der Künstler*innen und Kulturinstitutionen vermitteln

5. Bochumer Kulturzeichen

Ein Bochumer Kulturzeichen, ein gut wiedererkennbares Symbol, könnte an allen Bochumer Kulturorten, aber auch als Wegweisung an Haltestellen oder auf einem digitalen Stadtplan, erscheinen, um so die Sichtbarkeit des reichen Kulturangebots in Bochum zu erhöhen.

Massnahmen (Schwerpunkt-Zielgruppe Verwaltung/Sponsoren)

In Richtung einer Vernetzung mit der **Verwaltung** wurden vor allem folgende Maßnahmen diskutiert:

1. Aufbau einer **Stelle für Kulturförderung** im Kulturbüro, von der Künstler*innen und Kulturinstitutionen über Förderprogramme, Antragstellung, Stiftungen etc. beraten werden
2. Sichtbare **klare Ansprechpartner*innen** für unterschiedliche Themen im Kulturbüro – Wiederherstellen des alten Zustandes vor Relaunch der städtischen Homepage (nicht anonymisiert).
3. Eine Kulturkonferenz und beratende Gremien wie sie unter *Maßnahmen für Kulturschaffende* erläutert wurden, könnten auch hier sinnvolle Maßnahmen sein.

In Richtung einer Vernetzung mit **Sponsor*innen** wurden vor allem folgende Maßnahmen diskutiert:

1. Verstärkung der Suche von Sponsor*innen für **Zwischennutzungen** von Räumen – über leerstehende Ladenlokale in der City hinaus
2. Ausweitung der Möglichkeiten der Spenden für Kulturprojekte: Kultur-Groschen oder Crowdfunding für freie Fördertöpfe oder konkrete Projekte
3. Eine Kulturkonferenz könnte auch hier eine sinnvolle Maßnahme sein (z.B. Matching-Formate: Kultur trifft auf Förderer)

Kosten und Finanzierung

Da keiner der AG-Teilnehmer aus dem Event-Business war, konnten wir keine realistische Kostenschätzung in Hinblick auf eine Konferenz erarbeiten. Die Kosten lassen sich je nach Größe der Konferenz, Dauer, Redner-Qualität etc. aber sehr gut steuern. Auch eine geringe Teilnahmegebühr ist denkbar sowie Gegenfinanzierung über Sponsoren und Messteilnehmer.

Beratende Gremien wären voraussichtlich Ehrenämter und erforderten eher administrativen Aufwand auf Seiten der Verwaltung als Budgets.

Für einen Kulturbus oder Kulturtaxen könnten sich Sponsoren finden.

Ein Bochumer Kultur-Zeichen könnte ggf. aus den Reihen der Kreativen selbst entwickelt werden. Produktionskosten (z.B. für Wegweiser) können stark variieren (aber auch sehr individuell skaliert werden).

Prozess

Als erster Schritt sollte eine 1. (KEP)-Konferenz organisiert werden. In ihrem Rahmen kann (neben der Vernetzungsarbeit) über Formate eines möglichen beratenden Gremiums diskutiert und ggf. entschieden werden.

Vielleicht kann dort auch (z.B. per Wahl) eine Arbeitsgruppe für die konkrete Ausformulierung der Form, des Anspruchs, der Aufgaben etc. eines solchen Gremiums gebildet werden. Diese Arbeitsergebnisse würden dann gemeinsam mit der Stadt ausgearbeitet, um ein solches Gremium rechtssicher und zukunftsfähig in Bochum zu installieren.

Die anderen Maßnahmen-Ideen könnten ebenfalls auf einer Konferenz (z.B. im Format eines Barcamps) vorgestellt und diskutiert werden. Auf diese Weise könnte die Relevanz überprüft und vielleicht sogar Akteure gewonnen werden, die solche Maßnahmen allein oder mit der Stadt umsetzen möchten.

Eine Stärkung des Kulturbüros kann nur seitens der Stadt-Verwaltung entschieden und umgesetzt werden.

