

Kulturelle Bildungsbilanz Ostwestfalen Lippe

Ergebnisse der Online-Umfrage und der Interviews des KK KuBi
Ostwestfalen Lippe

Inhalt

Auswertung der Online-Umfrage	2
1. Namen der Institutionen	3
2. Weitere Informationen zu den Institutionen	7
3. Ehrenamt in den Institutionen	16
4. Die Angebote der Institutionen	22
5. Weitere Informationen	26
6. Pläne für die kommenden Jahre	29
7. Telefoninterviews	33
Auswertung der Interviews	36
8. Kulturelle Bildung	38
9. Gelingensfaktoren	46
10. Herausforderungen	51
11. Abschluss	59

Auswertung der Online-Umfrage

Berichtzusammenfassung

Allgemeines	
Umfragetitel	Kulturelle Bildung in OWL
Datum	Montag, 11.Dezember 2023 14:15
Umfragezeitraum	6.11.2023 bis 11.12.2023
Vollständige Antworten	156
Nicht vollständige Antworten	305
Abschlussquote	33.8%
Berücksichtigte Antworten	171
Verbreitungskanäle	Abgeschlossen (nicht abgeschlossen)
Link	156 (302)
QR-Code	0 (3)

1. Namen der Institutionen

n= 167

- /tmp
- Afrika Ba
- AGORA - Gesellschaft für Literatur, Kunst und Kultur e.V.
- Amalthea-Theater
- Atelier brosterhus+meyer
- Bahn-Orchester Altenbeken 1919 e.V.
- BauernhausMuseum Bielefeld
- Besucher-Bergwerk und Museum Kleinenbremen
- Bielefelder Bloomsday
- Bielefelder Puppenspiele - Dagmar Selje
- Blaskapelle Ovenhausen e.V.
- Blaskapelle Ovenhausen e.V.
- Blaskapelle Reelsen e.V.
- Bühnen und Orchester der Stadt Bielefeld
- Bundesschützen-Blaskapelle Hövelriege e.V.
- Bunker Ulmenwall e.V.
- create music NRW
- Curia Regis Gmbh
- Dampf-Kleinbahn Mühlenstroth
- denk-mal! Windheim No2 e.V.
- Detmolder Kammerorchester
- Deutsches Polizeimuseum e.V.
- Deutsches Traktoren und Modellauto Museum e.V.
- Die Stereotypen - Improtheater Bielefeld
- Druckerei Begegnungszentrum Bad Oeynhausen e.V.
- DS9 Kunstraum
- Eggeländer böhmische
- Ensemble Horizonte
- Forum Jacob Pins, Höxter
- Freies Sinfonieorchester Bielefeld
- Freilichtbühne Bökendorf e. V.
- Freilichtbühne Kahle Wart
- Galerie Mellies
- Gemeinde Altenbeken
- Gemeindebibliothek Steinhagen
- Gesellschaft in Bewegung e.V.
- Gesellschaft zur Förderung der Bodendenkmalpflege im Kreis Minden-Lübbecke e.V.
- Goethe-Freilichtbühne Porta Westfalica e.V.

- Grabbe-Gesellschaft e.V.
- Heimatverein Oeynhausen e. V.
- Heimatverein Verl e.V.
- Heinz Nixdorf MuseumsForum
- Herforder Kunstverein e.V.
- Historisches Museum Bielefeld
- Hof Atelier Jutta Lange
- Holzhandwerksmuseum Hiddenhausen
- Ilser Webstube
- JFK Stemwede e.V. / Life House
- Jugendkunstschule LÖHNE
- Kanal 21
- Katholische St. Jodokus Kirche
- Kibojuco - Junger Chor Kirchborchon
- Kindermuseum OWL e.V.
- Kleines Theater Rehme
- Kommunalarchiv Herford
- Konzertchor Bielefeld e.V.
- Korbmacher-Museum Dalhausen
- Kreis Gütersloh, Bildungsbüro
- Kulturkreis Höxter-Corvey gGmbH
- Kulturlounge Minden e.V.
- KulturScheune1a
- Kulturstiftung Manfred O. Schröder u. Helga Schröder / Vereinigte Museen im
Wasserschloss St. Hubertus-Heerse
- Kulturstiftung Marienmünster
- Kulturteam der Stadt Detmold
- Kulturverein ART D Driburg
- Kulturverein Borgholzhausen e. V.
- Kulturwerkstatt Hiddenhausen
- Kulturwerkstatt Paderborn
- Kunsthalle Bielefeld
- Künstlerinnenforum Bielefeld
- Kunstverein Gruppe 13 e.V.
- Landesverband Lippe, Kulturagentur, Burg Sternberg
- Lippische Landesbibliothek
- Lippisches Landesmuseum Detmold
- Literaturbüro OWL
- Liz Mohn Stiftung
- LWL-Freilichtmuseum Detmold
- LWL-Museum Glashütte Gernheim
- LWL-Preußenmuseum Minden
- Malschule Lichtenau

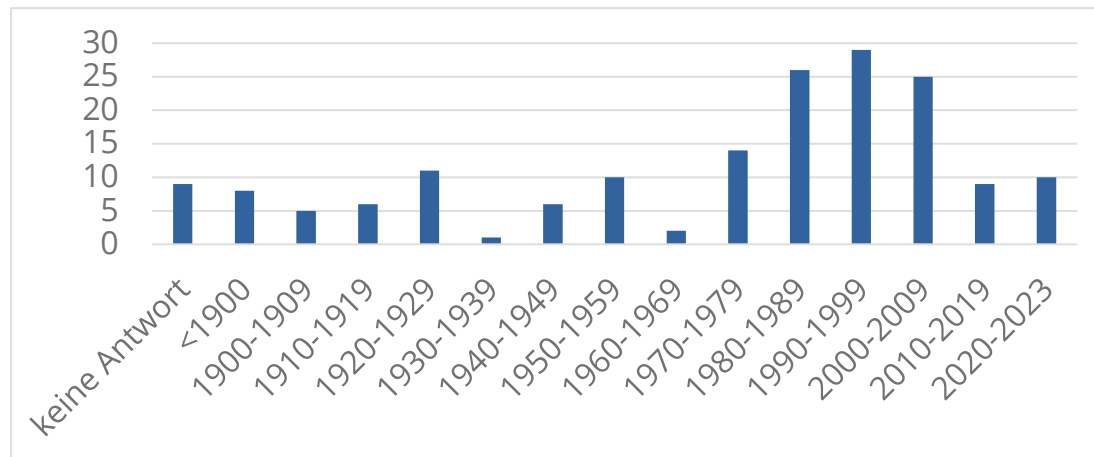
- Marta Herford
- Marta Herford
- Marta Herford gGmbH
- Medienzentrum im Erzbistum Paderborn
- Mindener Museum
- Mobiles Theater Bielefeld
- Movement Theater Bielefeld
- Museen der Stadt Lemgo
- Museum "Alte Brennerei"
- Museum der Stadt Löhne
- Museum für russlanddeutsche Kulturgeschichte
- Museum Huelsmann
- Museum Schloss Fürstenberg
- Musikfreunde Westenholz e.V.
- Musikkapelle Wewer
- Musikschule Bünde
- Musikschule der Stadt Lage
- Musikschule Herford
- Musikschule Hille
- Musikschulverband Espelkamp-Rahden-Stemwede
- Musikverein 1921 Daseburg e.V.
- Musikverein Bökendorf e.V.
- Musikverein Dahl 1926 e.V.
- Musikverein Hegensdorf
- Musikverein Husen
- Musikverein Leiberg 1925 e.V.
- Musikverein Scherfede
- Musikverein Siddinghausen e.V.
- MV Weine
- Oberwälder Blaskapelle Bellersen
- Orgelmuseum Borgentreich
- Owls n Bats UG
- Paderborner Stadthallen-Betriebs GmbH
- Raumstation
- Rumpelstilzchen-Literaturprojekt
- Salzufler Musikanten e. V.
- Senne Bücherei Hövelhof
- Sennekult Hövelhof e.V.
- Sintfeld-Echo Haaren e.V.
- Soloselbständiger
- Spielgemeinschaft Harth-Ringelstein
- Spielmannszug
- Städt. Musikschule Petershagen

- Stadtbibliothek
- Stadtbibliothek Detmold
- Stadtbibliothek Gütersloh GmbH
- Stadtbibliothek Herford
- Stadtbibliothek Minden
- Stadthalle Delbrück
- Städtische Museen Paderborn
- Städtische Musikschule
- Städtische Musikschule Paderborn
- Stadtkapelle Bad Driburg
- Stadtmuseum Brakel
- Stadtteilzentrum Bürgerwache
- Stadttheater Herford
- Stadttheater Minden
- Talentakademie OWL
- Tambourcorps Boke
- TanzBau
- Tanzschule Stüwe-Weissenberg
- Theater Gütersloh
- Theatergemeinschaft Westfälische Mausefalle
- Theaterimpulse e.V.
- Theaterwerkstatt Bethel
- Trotz-Alledem-Theater
- Tucholsky Bühne Minden e.V.
- Verein für aktuelle Kunst im Kreis Minden-Lübbecke e.V.
- VHS vor Ort
- Volkshochschule Gütersloh
- Volkshochschule Paderborn
- WeserARTelier
- Weserrenaissance-Museum Schloss Brake
- Weserrenaissance-Museum Schloss Brake
- Widukind-Museum Enger
- Wiedenbrücker Schule Museum

2. Weitere Informationen zu den Institutionen

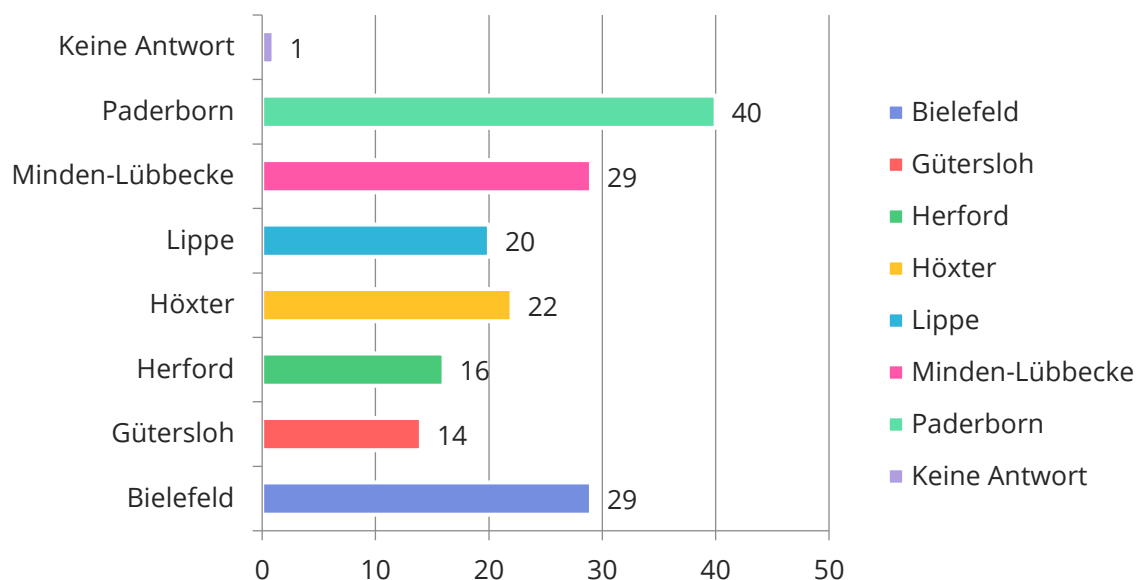
Q3: Existiert seit

n= 171



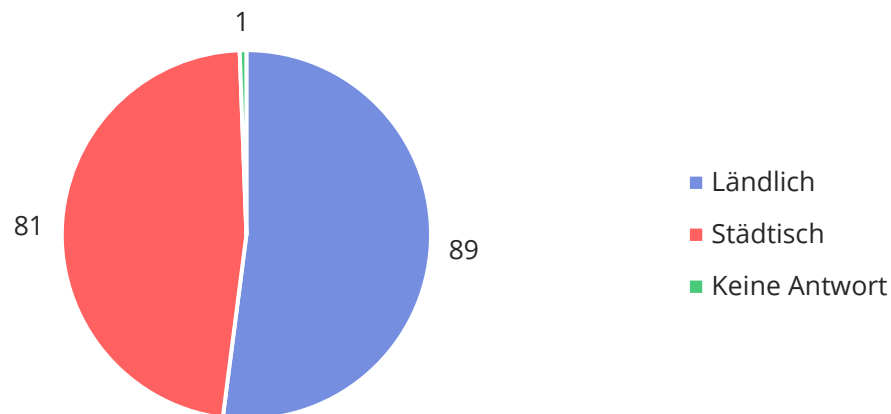
Q4: Kreis/Stadt

n= 171



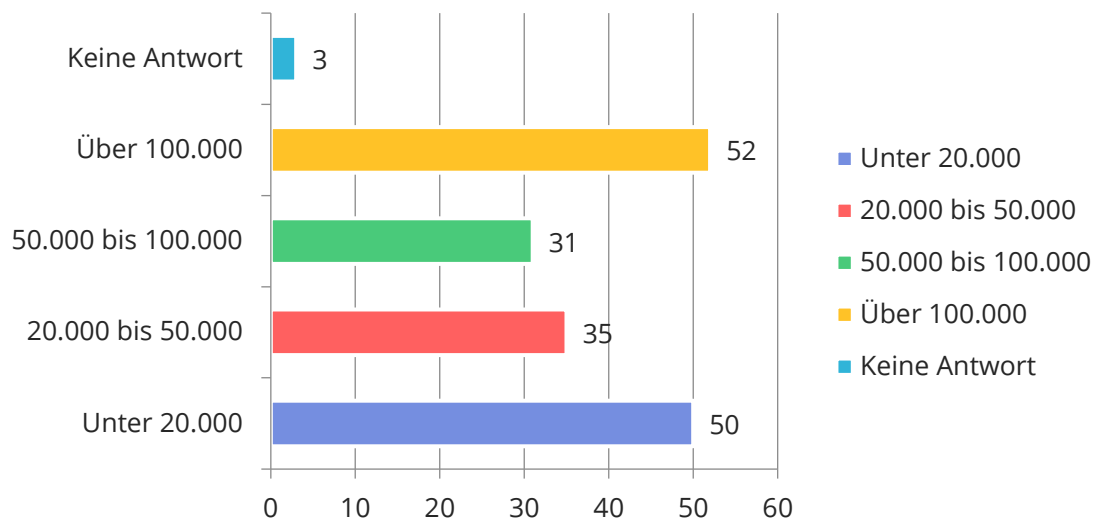
Q5: Welchem Raum würden Sie Ihre Institution zuordnen?

n= 171



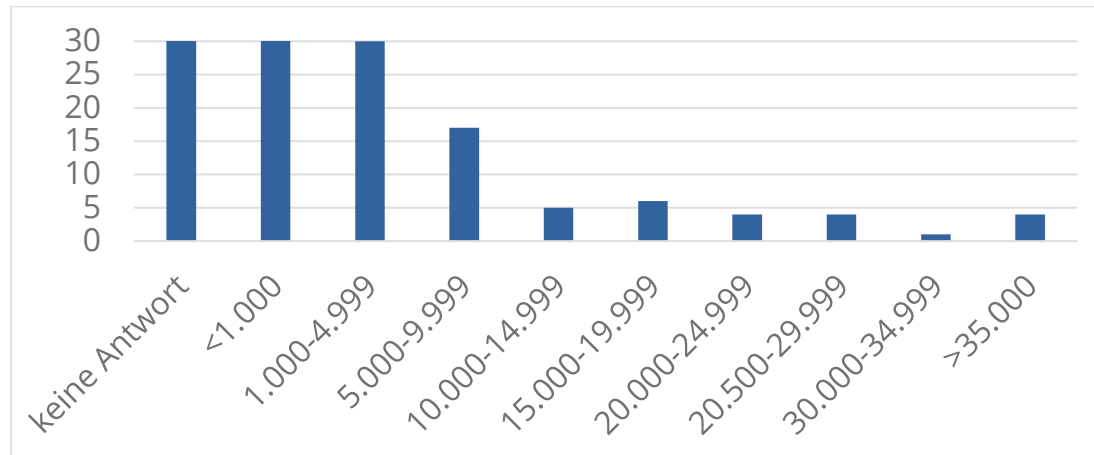
Q6: Einwohner:innenzahl

n= 171



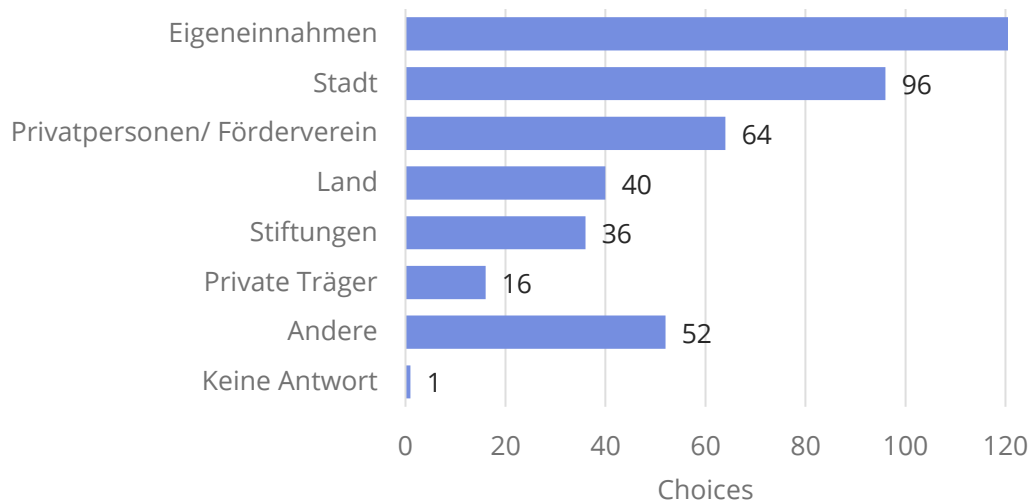
Q7: Wie waren die Besucher:innenzahlen Ihrer Institution im Jahr 2022?

n= 171



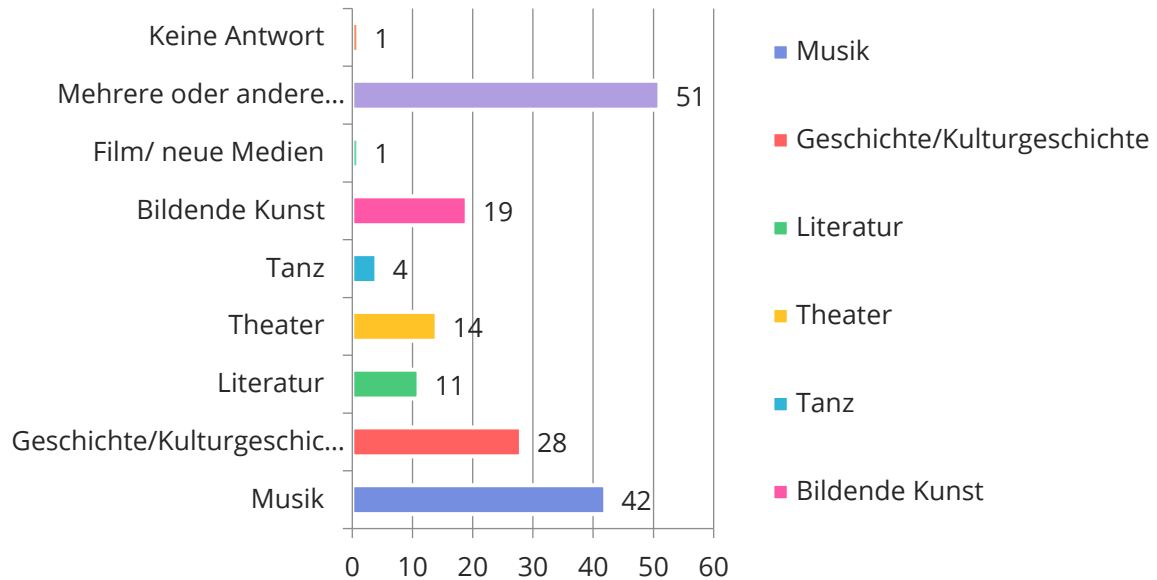
Q8: Aus welchen Quellen wird Ihre Institution finanziert? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171

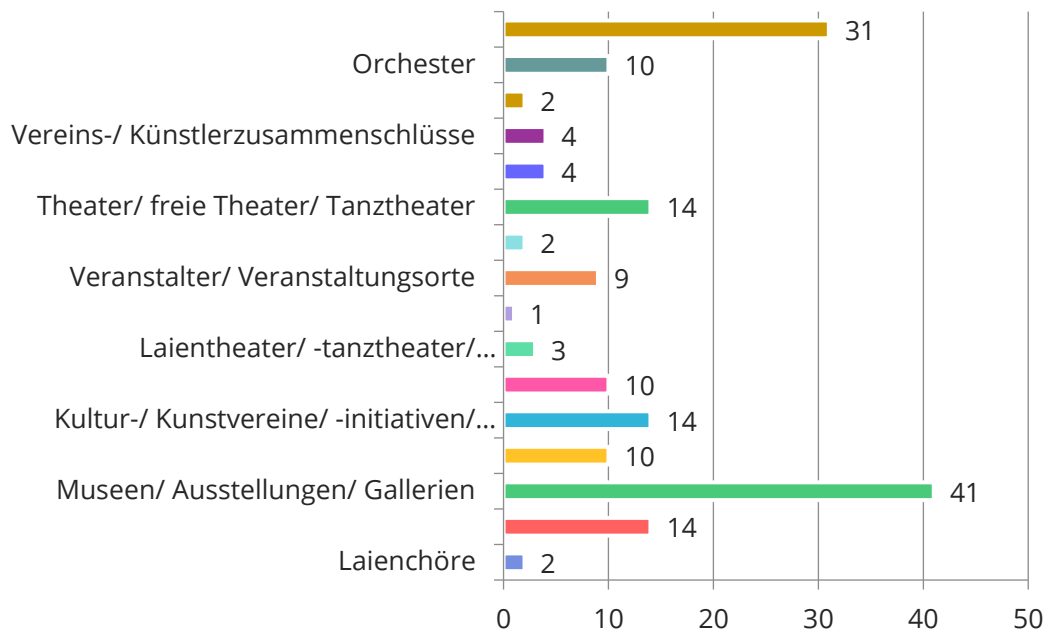


Q9: Bitte geben Sie die Sparteneinrichtung Ihrer Organisation an:

n= 171



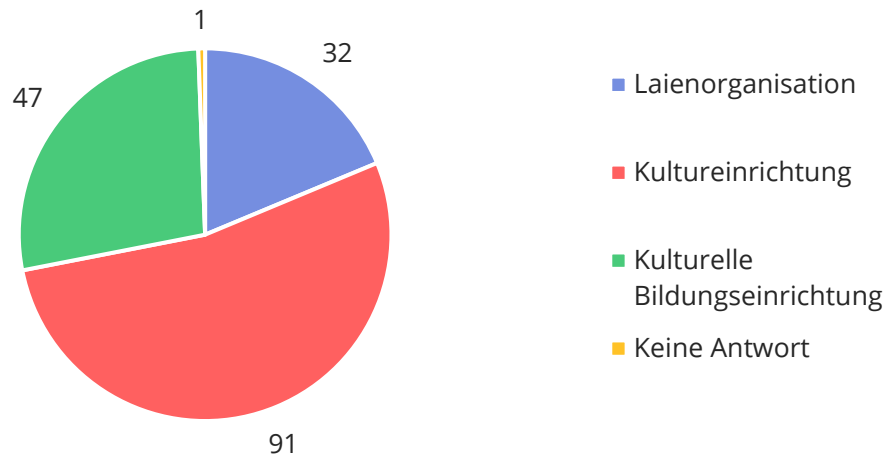
Q10: In welcher der folgenden Kategorien würden Sie Ihre Institution einordnen?



- Laienchor
- Laienorchester/-ensembles
- Museen/ Ausstellungen/ Gallerien
- Büchereien/ Archive/ Medienzentren
- Kultur-/ Kunstvereine/ -initiativen/ Fördervereine
- Musik-/ Sing-/ Tanzschulen
- Laientheater/ -tanztheater/ Puppentheater
- Laientanzgruppen
- Veranstalter/ Veranstaltungsorte
- Tanz/ Ballettschulen
- Theater/ freie Theater/ Tanztheater
- VHS/ Bildungsstätte
- Vereins-/ Künstlerzusammenschlüsse
- Kultur-/ Medienwerkstatt/ (Sozio-)kult Zentrum
- Orchester

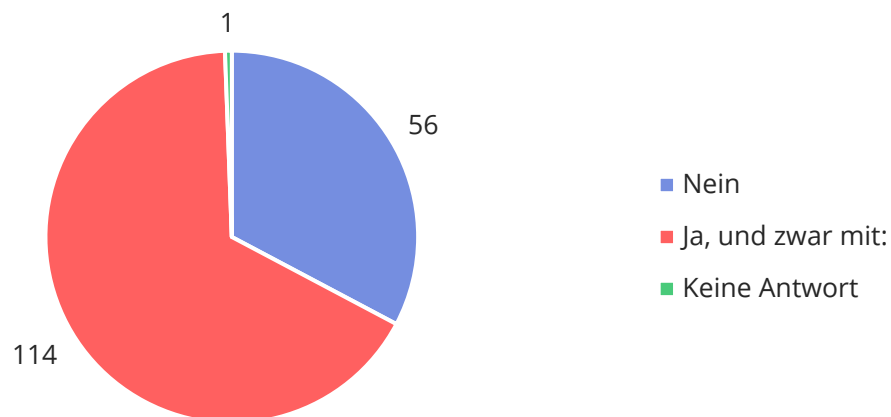
Q11: In welcher der folgenden Organisationsarten würden Sie Ihre Institution einordnen?

n= 171



Q12: Arbeitet Ihre Institution mit freien Kulturschaffenden zusammen?

n= 171



Q12.1: Ja, und zwar mit:

n= 105

Kunst

- Künstler:innen (n=26)
- Bildene Künstler:innen (n=3)
- Darstellende Künstler:innen (n=2)
- Kunstvereine (n=3)
- Freien Kunstvermittler:innen (n=2)
- bildende Künstler:innen (n=2)
- Designer:innen (n=2)
- Kunsthandwerker:innen (n=2)
- Ensembles und Künstler:innen, die Theaterproduktionen für den Gastspielbetrieb anbieten
- Glaskünstlervereinigung NRW, BBK

Musik

- Musiker:innen (regional und international) (n=25)
- Sänger:innen (n=2)
- Bands (n=2)
- Musikacts
- Gesangspädagog:innen
- Freie Musikpädagog:innen
- Instrumentalist:innen, Orchestern, etc.
- anderen Musikvereinen
- Instrumental ausbilder
- Chorleiter:innen, Solist:innen

Film/Medien

- Regisseur:innen (n=4)
- Bühnenbildner:innen, Kostümbildner:innen (n=2)
- Filmemacher:innen, Kurator:innen
- Medienpädagog:innen
- Kameralleute

Schauspiel/Theater

- Schauspieler:innen (n=7)
- Theaterpädagog:innen (n=3)
- Theatergruppen (n=2)
- Theater
- Theaterleuten
- Theaterschauspieler:innen

- Choreograph:innen, Dramaturg:innen
- Kabarettist:innen, Erzähler:innen
- Darsteller:innen

Literatur

- Autor:innen (n=6)
- Literaten (n=2)
- Historiker:innen (n=2)
- Poetry Slammer:innen
- Schriftsteller:innen
- Literaturschaffende
- Literaturwissenschaftler:innen

Tanz/Performance

- Performancekünstler:innen (n=3)
- Tänzer:innen
- Tanzpädagog:innen

Vermittlung

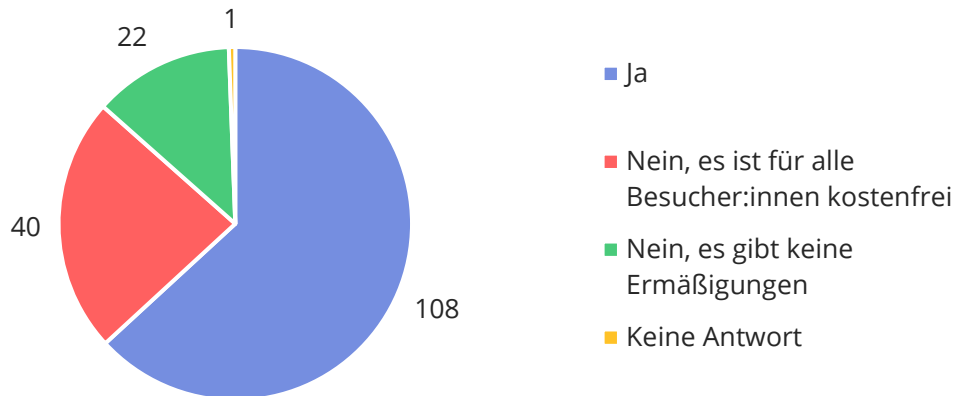
- Vermittler:innen (n=2)
- Demokratiepädagog:innen
- Freien Dozent:innen
- Referent:innen

Weitere

- Mehreren/Diversen/Verschiedenen/Vielen/Wechselnd/Allen (n=23)
- Honorarkräften (n=2)
- Kulturschaffende (n=2)
- Anderen Soloselbständigen
- Diversen Soloselbständigen
- Verschiedene Vereine
- kulturelle Bildungseinrichtungen
- Bettina Broer
- Kulturamt, Marketing Bielefeld
- Rösch, Jenal, Heiß
- Landesprogrammen Kultur und Schule / Wege durch das Land
- Wissenschaftler:innen, Kunstschaffenden
- „Mir“
- Vereinigungen
- Gelegentlich
- sporadisch bei Projekten, Events

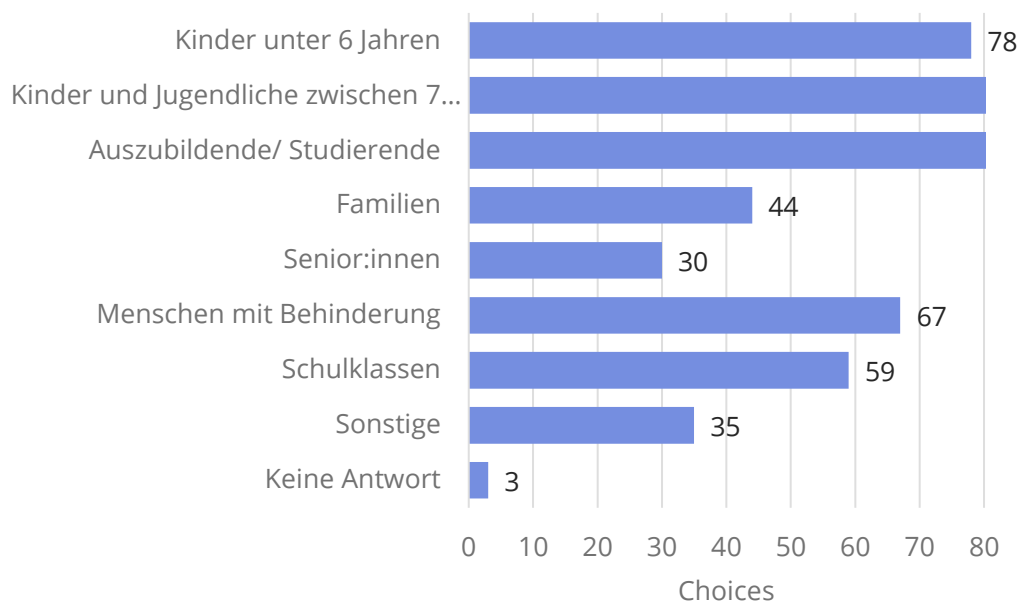
Q13: Gibt es bei Ihnen Ermäßigungen auf Eintrittspreise bzw. Kursgebühren für spezielle Zielgruppen?

n= 171



Q14: Welche der folgenden Zielgruppen profitieren von solchen Vergünstigungen? (Mehrfachauswahl möglich)

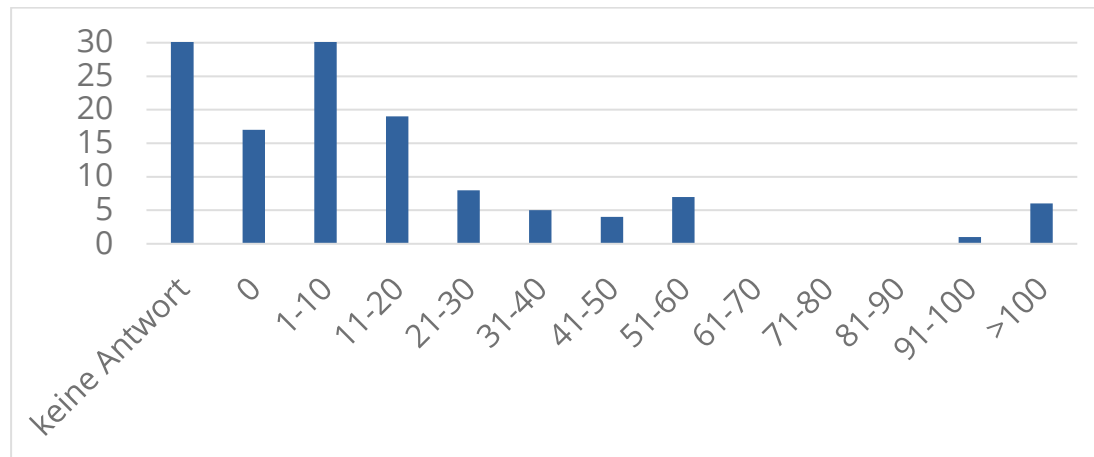
n= 171



3. Ehrenamt in den Institutionen

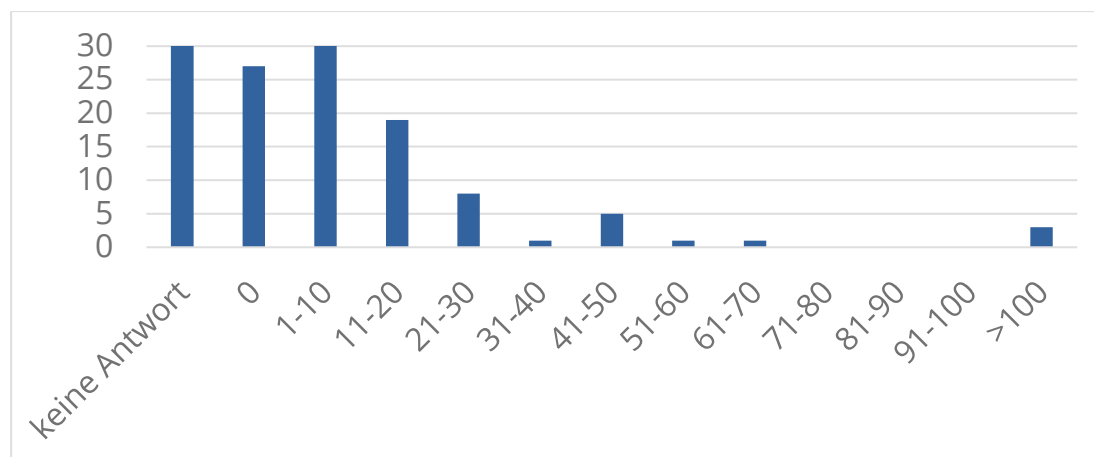
Q15.1: Wie viele Personen sind in Ihrer Institution als Ehrenamtliche beschäftigt?

n= 171



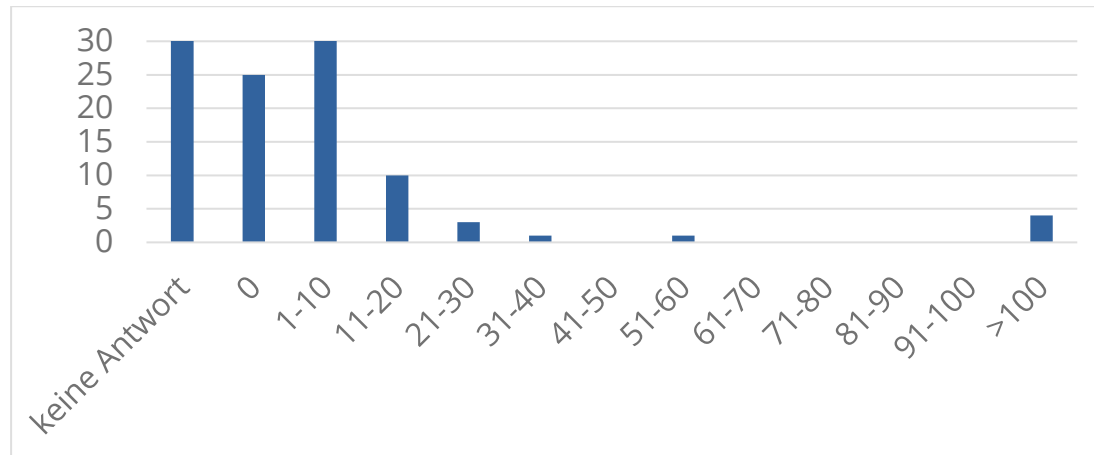
Q15.2: Wie viele Personen sind in Ihrer Institution als feste Mitarbeitende beschäftigt?

n= 171



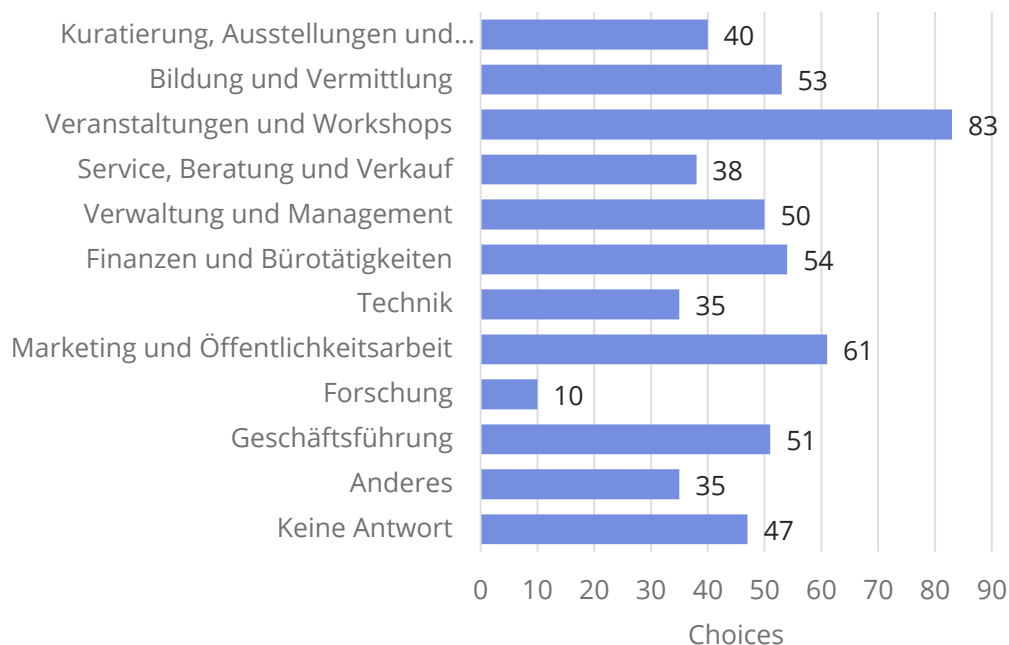
Q15.3: Wie viele Personen sind in Ihrer Institution als Freie MA/Honorarkräfte beschäftigt?

n= 171



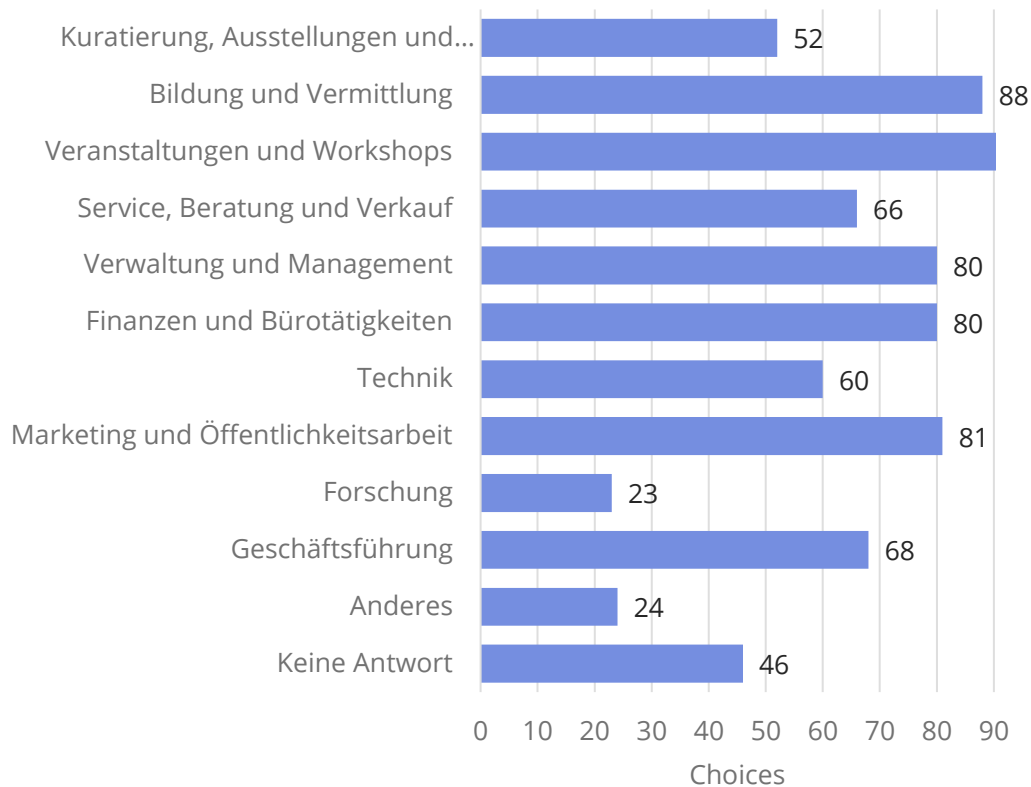
Q16: In welchen Bereichen ist das Ehrenamt in Ihrer Institution tätig? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



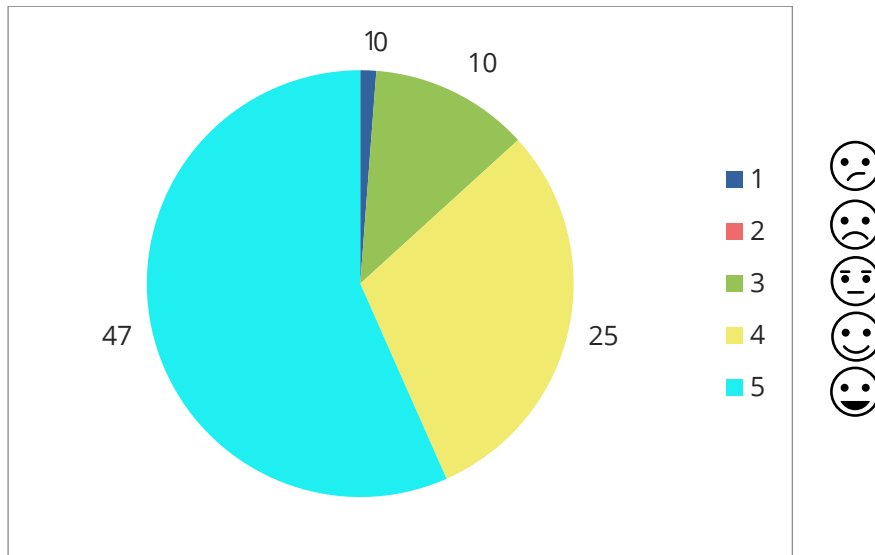
Q17: In welchen Bereichen sind die Hauptamtlichen, Freien Mitarbeiter:innen und Honorarkräfte in Ihrer Institution tätig? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



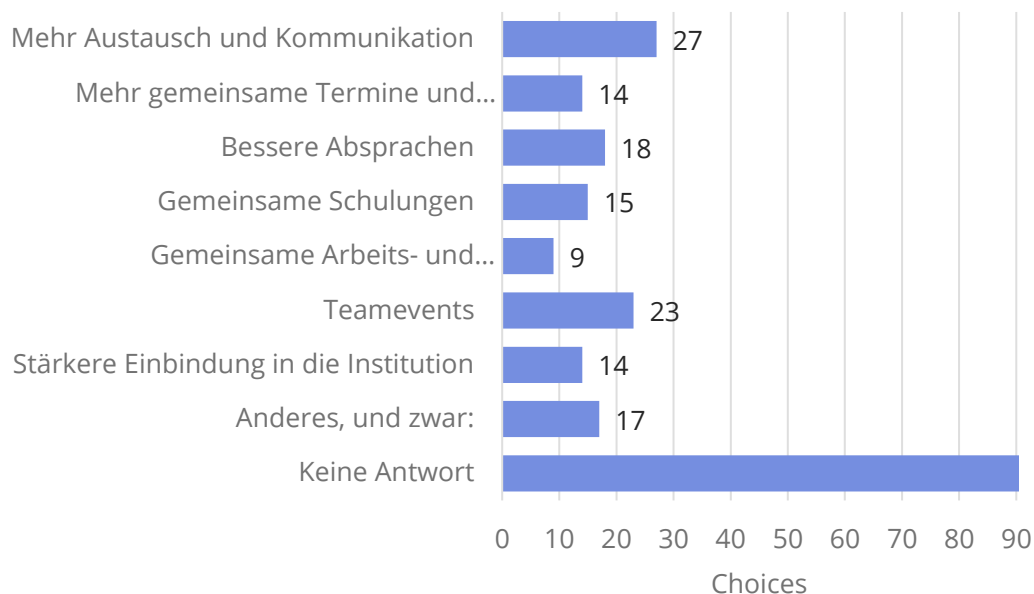
Q18: Wie schätzen Sie die Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamt in Ihrer Institution ein?

n= 171



Q19: Was könnte die Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamtlichen in Ihrer Institution verbessern? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



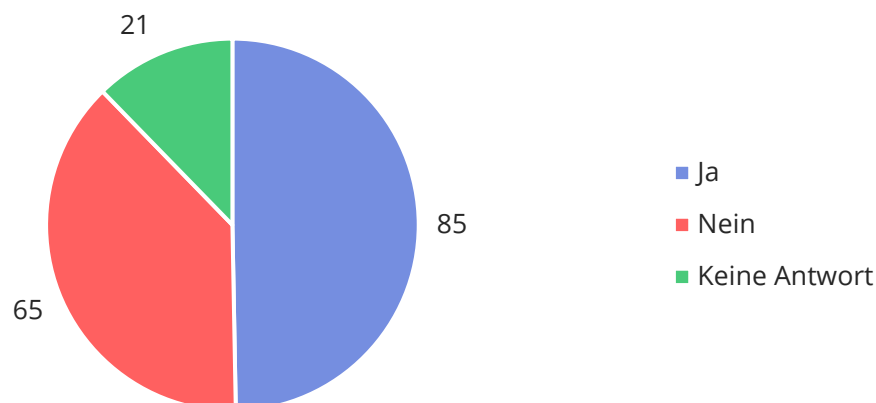
Q19.1: Anderes, und zwar:

n= 16

- Haben derzeit keine Ehrenamtlichen (n=2)
- Aufwandsentschädigung
- finanzielle Mittel für mehr Hauptamt
- Im Kulturbereich gibt es keine Hauptamtlichen
- keine Verbesserung
- mehr Geld
- mehr Stellen
- n.m.
- nicht nur projektbezogen zusammenarbeiten
- Überhaupt wieder welche generieren
- Verjüngung des Fördervereins
- wir sind ein städtisches Amt
- Die Zusammenarbeit ist sehr gut, viele der genannten Dinge laufen gut.
- Es läuft (eigentlich) gut (n=2)

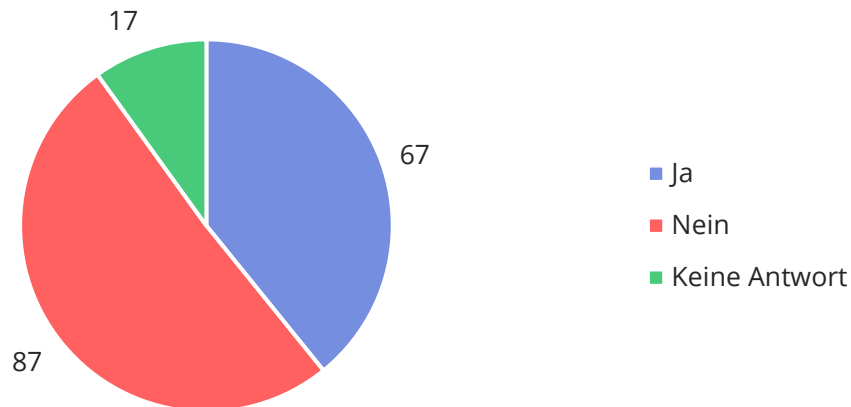
Q20: Besteht in Ihrer Institution Bedarf nach mehr Bürgerschaftlichem Engagement?

n= 171



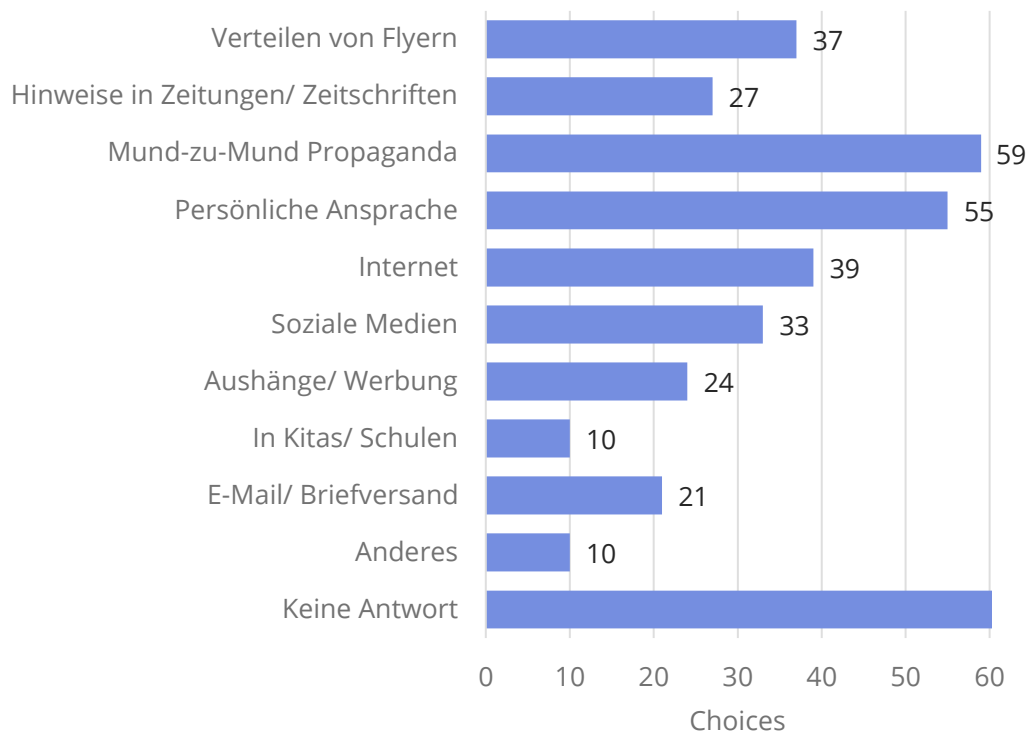
Q21: Werben Sie aktiv für die Gewinnung von Ehrenamtlichen?

n= 171



Q22: Über welche Arten bewerben Sie Ihre Institution bei Engagierten?

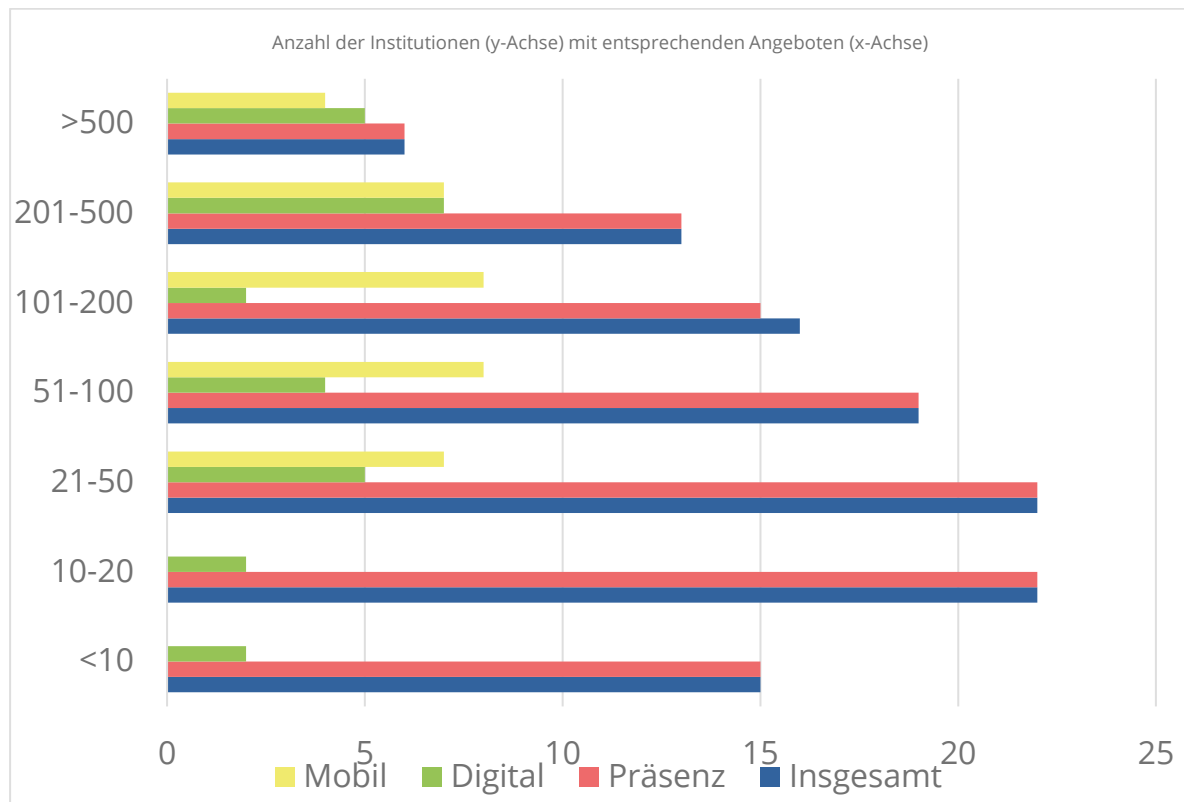
n= 171



4. Die Angebote der Institutionen

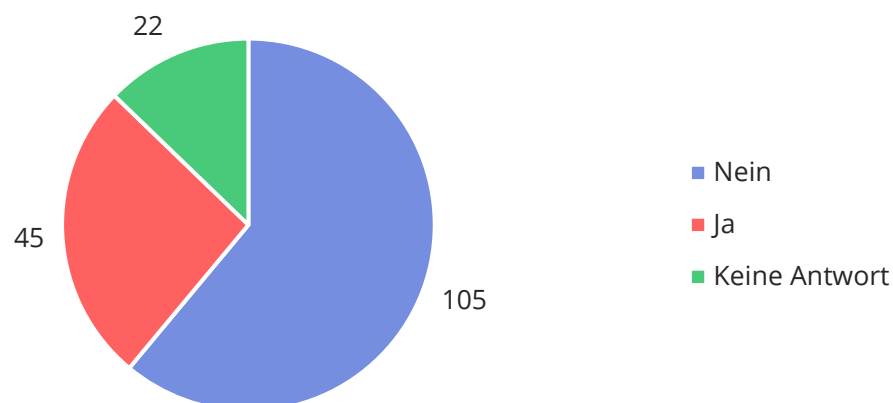
Q23: Angebote – Insgesamt, Präsenz, Digital und Mobil

n= 113



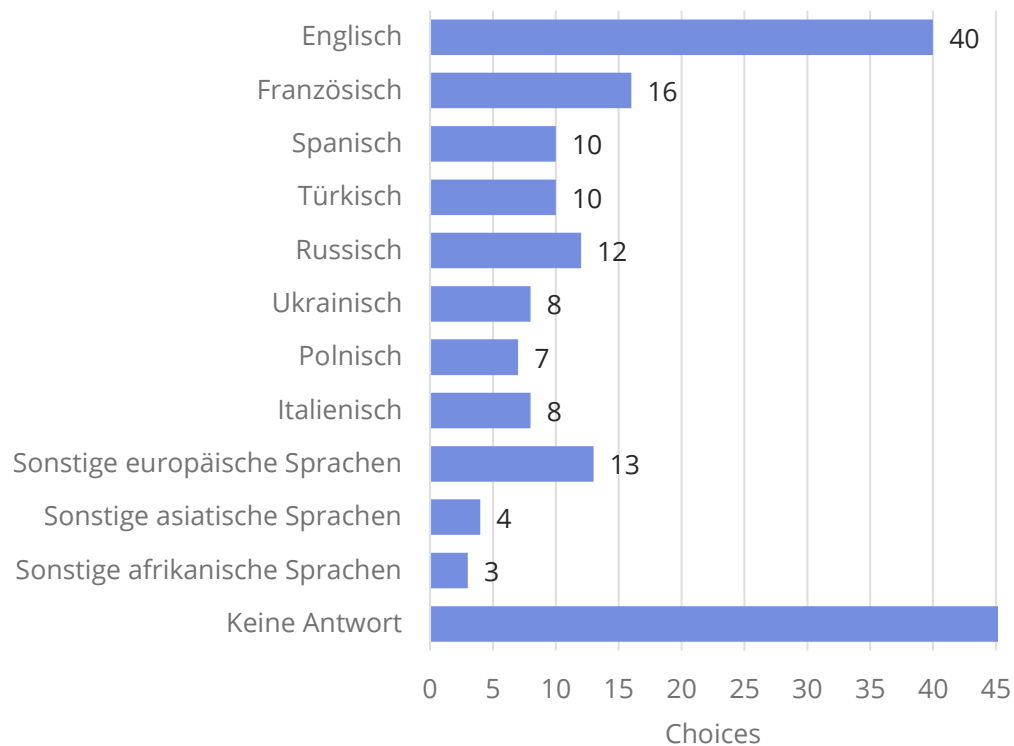
Q24: Haben Sie Angebote in Fremdsprachen?

n= 171



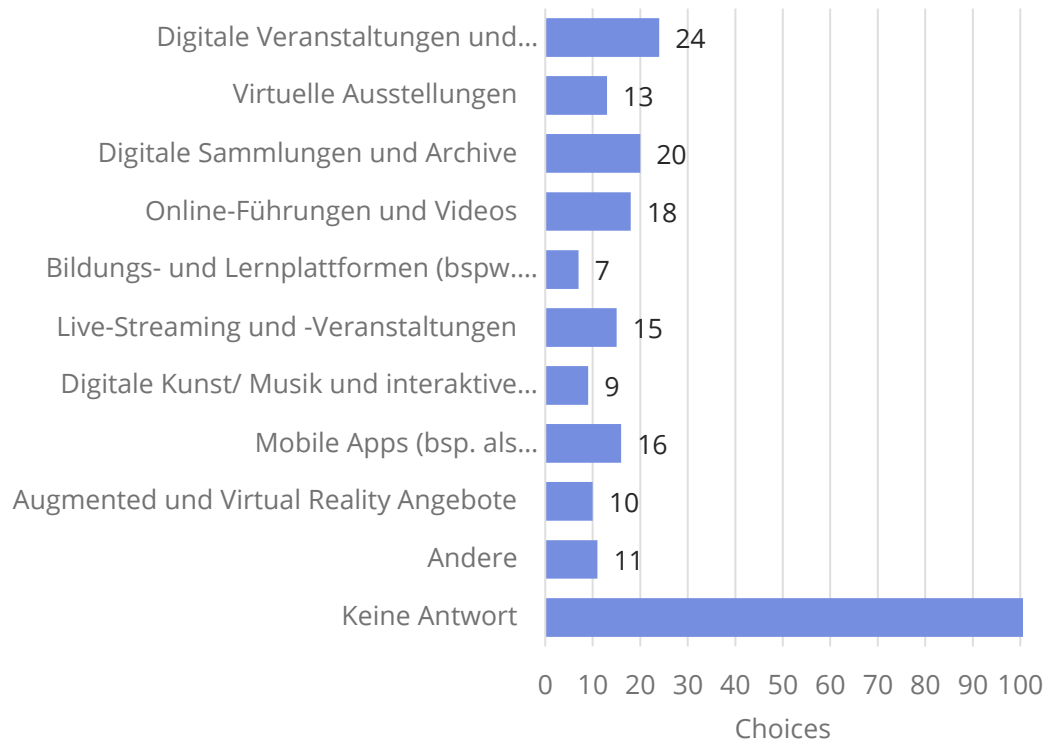
Q25: In welchen Sprachen bieten Sie Ihre Angebote an? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



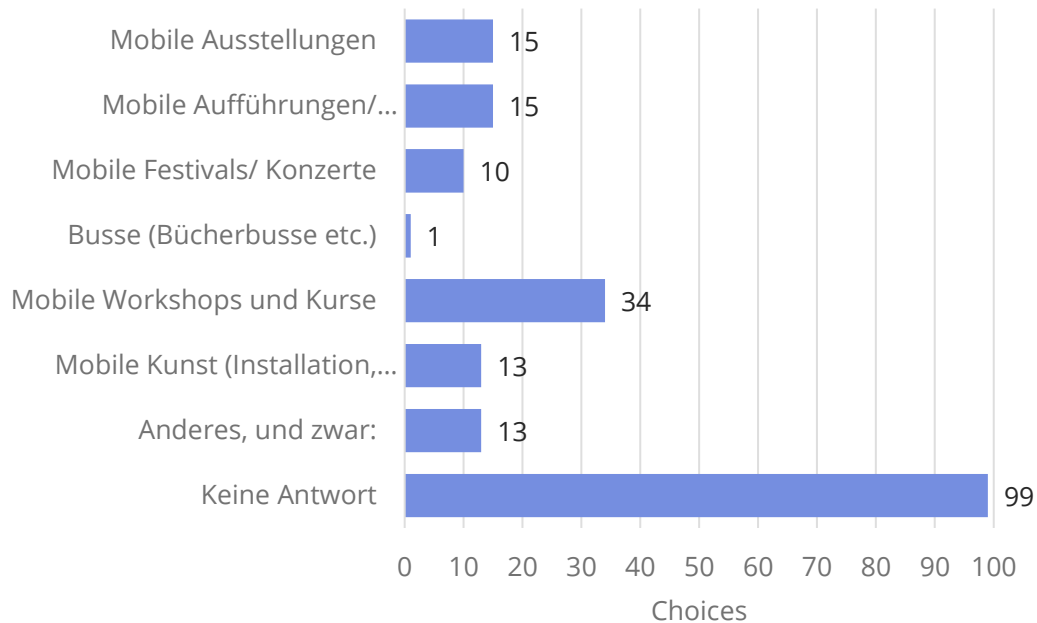
Q26: Welche Art der digitalen Angebote bieten Sie an? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



Q27: Welche Art der mobilen Angebote (aufsuchende Angebote) bieten Sie an? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



Q27.1: Anderes, und zwar:

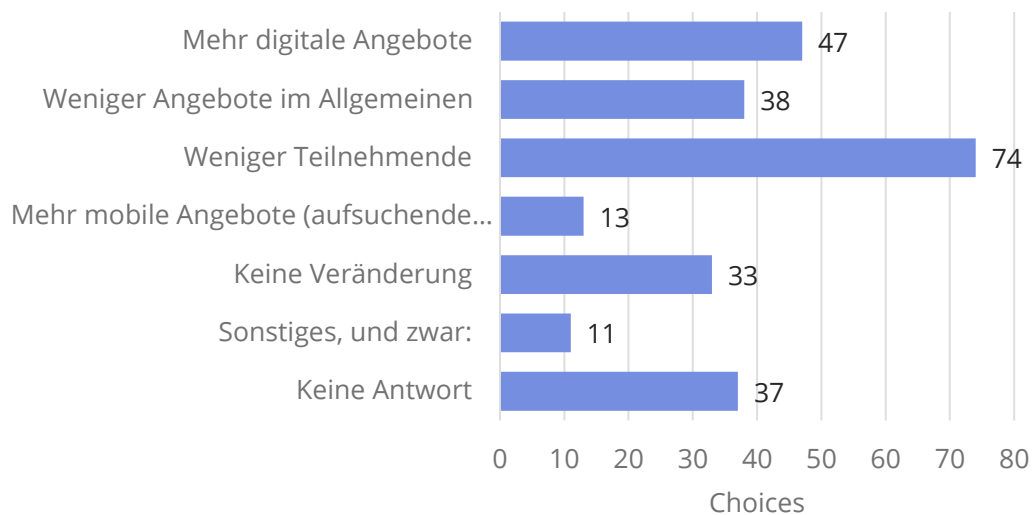
n= 13

- Lesungen (n=2)
- Die Künstler kommen in die Schule
- Exkursionen
- Führungen
- Kitabesuche
- Kreativangebote
- Leseförderveranstaltungen
- Online Mitmachaktionen
- Schulbesuche
- Tag des offenen Denkmals
- Unterricht bei den Kooperationspartner:innen (Schule, Kita)
- Unterricht vor Ort

5. Weitere Informationen

Q28: Wie haben sich Ihre Angebote durch die Corona Pandemie verändert? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



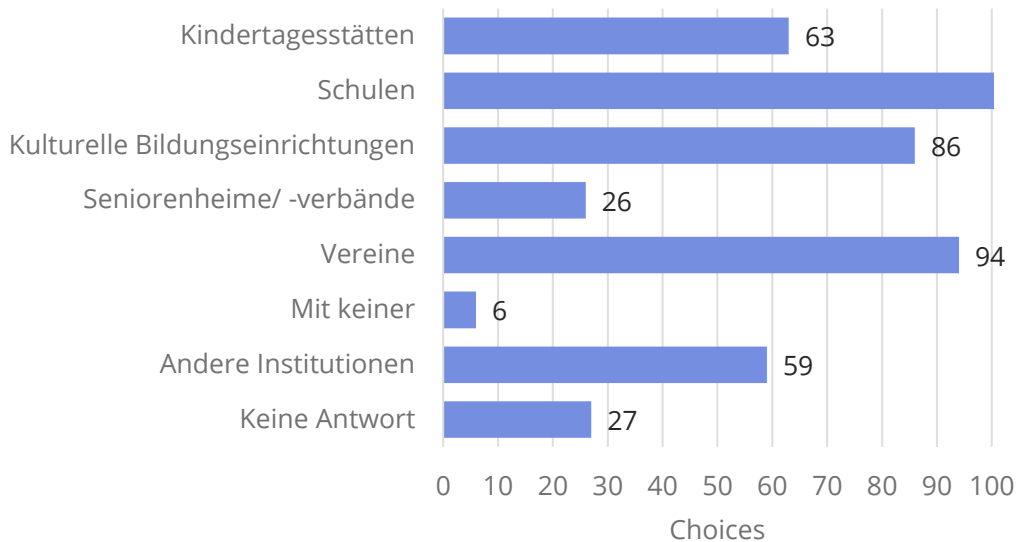
Q28.1: Sonstiges, und zwar:

n= 11

- Mehr Teilnehmende (n=2)
- Nachfrage/Angebot für Angebote für Schulen ist gestiegen
- zeitweise weniger Angebote
- strukturelle massive Änderungen
- Einnahmeeinbußen, Inflation
- Weniger Finanzen
- Grundsätzlich sind Instrumental- und Vokalunterrichte per Online-Unterricht möglich, die Angebotszahl sind die Jahreswochenstunden aus dem VdM- Bericht 2022
- keine Bildungsangebote mehr
- Veränderte Nutzer:innenstruktur: mehr Menschen in besonderen Lebenslagen, weniger "bürgerliches" Publikum
- Während der Pandemie weniger bis keine; jetzt wieder zurück auf Stand davor

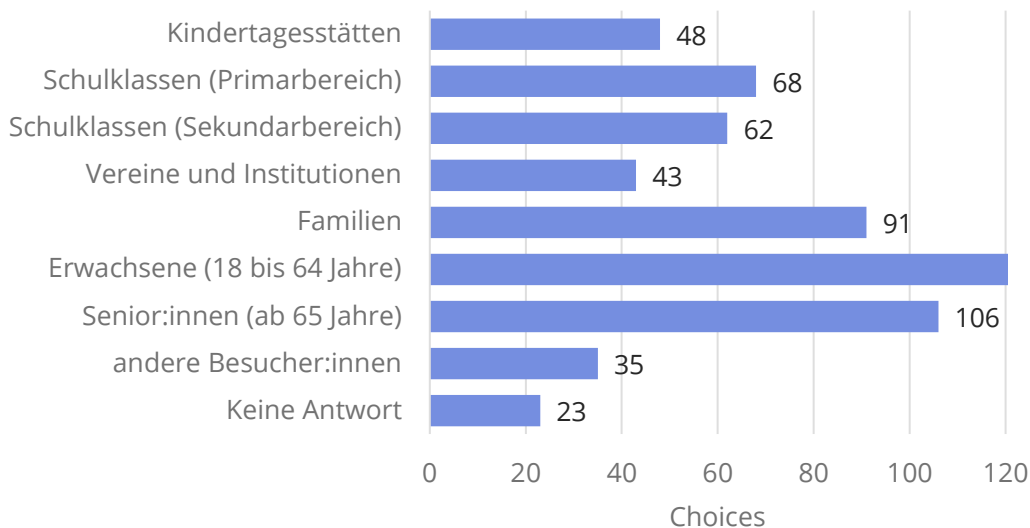
Q29: Mit welchen Institutionen pflegen Sie regelmäßige Kooperationen? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



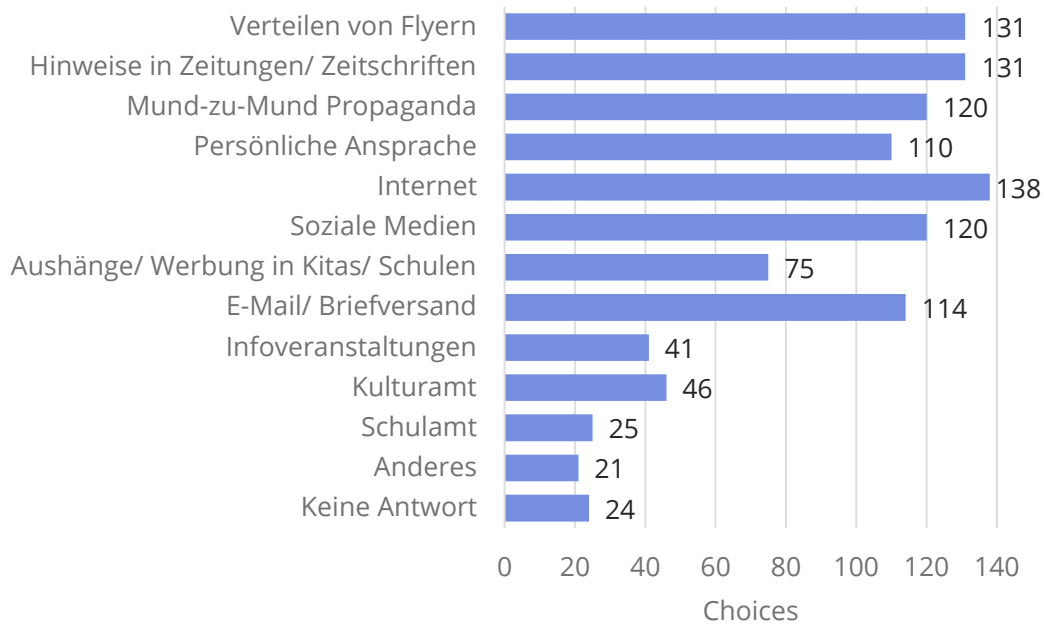
Q30: Wer besucht hauptsächlich Ihre Angebote? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



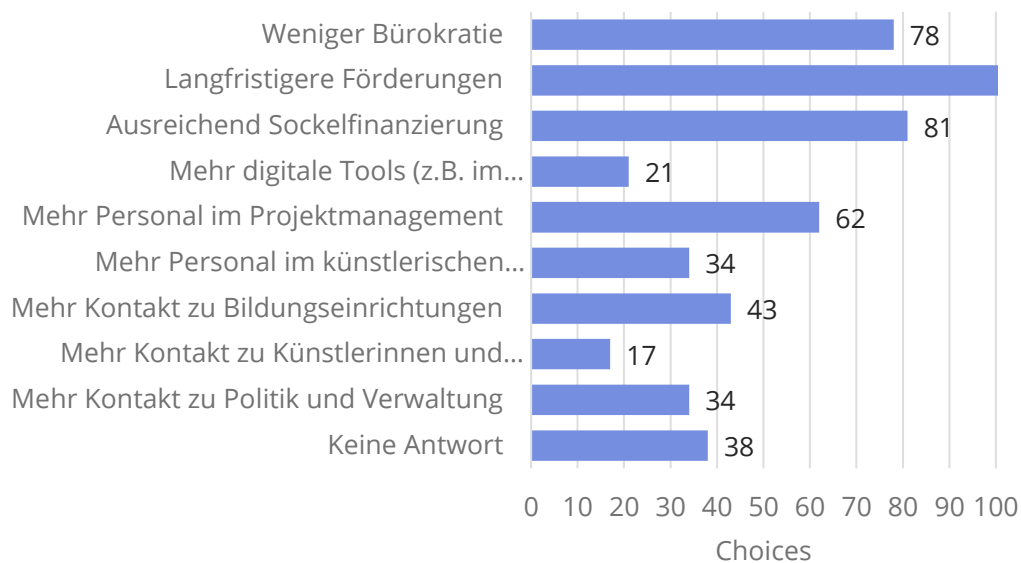
Q31: Welche Öffentlichkeitsarbeit leistet Ihre Institution? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



Q32: Welche Maßnahmen würden helfen, um Ihre Arbeit zu erleichtern? (Mehrfachauswahl möglich)

n= 171



6. Pläne für die kommenden Jahre

Q33: Was sind Ihre Pläne für die kommenden Jahre?

n= 99

Zielgruppen

- Erreichen von jungen Zielgruppen (n=2)
- Neue Zielgruppen erschließen (n=2)
- Ausbau der Jugendarbeit/-förderung (n=2)
- Bürger:innen gewinnen (n=2)
- Breite Zielgruppe ansprechen
- „Erweiterung der Angebote für Familien: Eltern-Kind-Workshops bzw. Workshops für Kinder mit erwachsenen Begleitpersonen- Weiterhin enge Verzahnung der kulturellen mit der politischen Bildung: Kultur als Mittel der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Realitäten und Unzulänglichkeiten begreifen“
- „Mehr Kinder und Jugendliche, Lehrkräfte, Künstler:innen, Eltern, Erziehungsberechtigten für das Gelingen der Kulturellen Bildung in Bielefeld zu gewinnen.“
- „Audience development“

Diversität und Inklusion

- Inklusion und Barrierefreiheit weiter ausbauen (n=4)
- Als dritter Ort etablieren/Ort der Begegnung (n=5)
- Angebote/Programme für die gesamte, diverse Stadtgesellschaft bieten. (n=3)
- „Erweiterung der Zielgruppen, insb. im Hinblick auf marginalisierte Gruppen: Angebote der kulturellen Bildung für Menschen mit Behinderungen, Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, Armutsbetroffene, FINTA*“
- „fremdsprachige Performance anbieten“
- „Sichtbarkeit für marginalisierte Gruppen schaffen / Öffentlichkeit generieren“
- „Entwicklung und Erforschung neuer Teilhabemöglichkeiten für Menschen in besonderen Lebenslagen und Krisen“
- Es bestehen Herausforderungen in der Inklusion (Finanzierung und Denkmalschutz)

Vernetzung und Kooperationen

- Ausweitung der Kooperationen (n=10)
- Mehr Vernetzung (in der Region/Stadt) (n=5)
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen (n=3)
- „Einbindung der Bevölkerung in die ehrenamtliche Arbeit“
- Kooperation weiterführen
- „Relevant bleiben als Ansprechpartner und Veranstalter, Kontakte pflegen“

- „sich weiter öffnen- mehr Partizipation- mehr vom Besucher her denken- Vermittlung stärken“
- „Weitervermittlung von projekteigenen Wanderausstellungen, Lesungen; Entwicklung verschiedener Projekte für das Festival „Aufbrüche“ des Netzwerks literaturland westfalen (2025) in Kooperation mit diversen Partner:innen.“

Besucher:innen

- Besucher:innenzahlen steigern (n=5)
- „Konsolidierung der Besuchszahlen“
- „Mitgliedergewinnung Inventarisierung Sonderveranstaltungen“
- „Die Musikschule wieder auf den Stand vor der Corona-Pandemie bringen, wir haben viele Schüler*innen im Verlauf der Pandemie verloren. Dies wird vermutlich noch 5 Jahre in Anspruch nehmen.“
- „Mehr jüngere Besucher (18-30 Jahre)“
- „Gewinnung von zusätzlichem Publikum, vor allem jüngere (20-45)“
- „Digitales Publikum besser erreichen.“

Sanierung/ Räumlichkeiten

- Sanierung oder Neubau des Gebäudes (n=6)
- neue Ausstellungsbereiche gestalten
- Vereinsraum finden

Programm/ Angebote/ Ausstellungen

- Erweiterung des Programms/Angebotes (n=15)
- Erweiterung des digitalen Angebotes (n=6)
- Medienbildung ausbauen und medienpädagogischen Angebote (n=2)
- Fortführung des aktuellen Programms/Angebotes (n=2)
- Weiterführung der aktuellen Arbeit/ Qualität halten (n=10)
- Dauerausstellungen aktualisieren (n=4)
- Ausstellungen veranstalten/attraktives Ausstellungsprogramm (n=3)
- (Verstärkte) Kulturelle Bildungsangebote (n=3)
- Offenes Atelier anbieten (n=2)
- Konzerte spielen/gutes Konzertangebot (n=3)
- Internationale Angebote (n=2)
- Lokale Projekte/Sozialraumorientierung (n=3)
- Workshops (MINT, Schreibworkshops) (n=2)
- Mobile Angebote anbieten
- Partizipative Angebote
- Sonderausstellungen
- Lesungen
- Therapeutische Angebote
- Interdisziplinäre Projekte
- Flechtangebote

- Mach-Mit Angebote

Finanzierung/ Förderung

- Förderungen erhalten/akquirieren (n=7)
- Umgang mit fehlenden Personalstellen (n=3)
- Stabilisierung/ Ausbau der Finanzierung (n=6)
- „Einsparungen überstehen“
- „Energiewirtschaftlicher Ausbau zur Finanzierung der Kulturangebote“
- „Zurückhaltung, da kaum Förderung und zu hohe Kosten (Gesamtentwicklung der wirtschaftlichen Lage in BRD)“
- „drohende Kürzungen aufhalten“
- „kämpfen um Aufstockung der Mittel“
- "Neue Ausstellung finanzieren und fertigstellen"
- „Zentrales Anliegen ist die Selbstausbeutung der hier Beteiligten deutlich zu verringern. Hierzu bräuchte es eine Sockelfinanzierung, wofür die Anerkennung als soziokulturelles Zentrum ein erster Schritt wäre.“

Mitarbeiter:innen/ Interne Prozesse

- Generationenwechsel (n=5)
- Weitere (junge) Mitarbeitende/Mitmacher:innen akquirieren (n=3)
- Ehrenamtliche akquirieren
- Neue Honorarkräfte finden
- "Dem Fachkräftemangel entgegenwirken. Mehr Schüler*innen generieren."
- „Optimierung der Kommunikation“
- "Weiter umfassende Nachwuchsausbildung"
- „Teilprofessionalisierung durch Schaffung einer Stelle für Veranstaltungs- und Programmplanung.“
- „Professionalisierungen“
- „Teambuilding- Events“
- „Stabilisierung der Struktur“
- "Verstetigung der Arbeit, Standardisierung der Abläufe, Schärfung des Profils, Wirtschaftlichkeit erreichen, weitere Projekte, Wachstum quantitativ und qualitativ,,
- „über eine zu schaffende Organisationsform für Künstlernachlässe in der Region nachdenken"

Öffentlichkeitsarbeit

- Öffentlichkeitsarbeit über soziale Medien (n=2)
- „Mehr Öffentlichkeitsarbeit“
- „Neukonzeption Naturkundemuseum, Öffentlichkeitsarbeit verbessern, Inventarisierung“
- „Publikationen veröffentlichen (Kataloge zu Ausstellungen herausgeben, Reihe "Künstlermonographien" fortsetzen)“

- „verbesserter Online Auftritt“

Digitalisierung

- „Erneuerung der Technik, Umfassende Digitalisierung des Museums Automatisierung von Prozessen etc.“
- „Weiterentwicklung der Digitalisierung in den Feldern Online-Unterricht, Social Media und Musikproduktion, Wir möchten gerne eine digitale Plattform für außerschulische Angebote etablieren, die es den Schulen und auch Kindergärten erleichtert passende Lernorte aufzusuchen. Hier vor allem mit dem Fokus MINT-Bildung und Kulturelle Bildung. Wir sind zur Zeit in Gesprächen mit Bildungspartner NRW das Projekt heißt BiPaLap.“
- „VR Oper“
- „digitale Technik für Führungen nutzen“
- „Digitale Bibliothek“

Bislang nicht gewertet

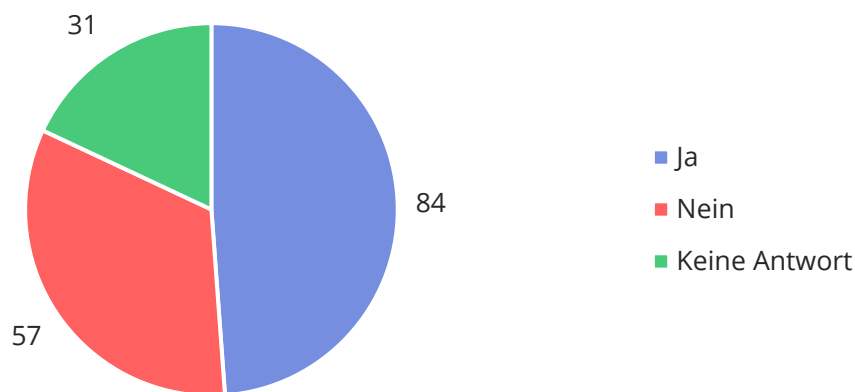
- „meine eigenen Projekte stärker verfolgen“
- „Das LWL-Preußenmuseum Minden ganz neu zu erfinden und als kultureller Leuchtturm in der Region zu etablieren.“
- „Den Fortbestand des Museums zu sichern.“
- „Die bestehenden Strukturen weiterentwickeln, einen Förderverein gründen, weiter anspruchsvolle Projekte zu entwickeln, nicht aufgeben“
- „Keine - es sieht nicht gut aus.“
- „leider gehe ich in knapp zwei Jahren in den Ruhestand“
- „Zeitgemäße Weiterentwicklung der Institution, um relevant zu bleiben“
- „Im Jahr 2024 werden wir eine Paderborner Stadtmeisterschaft im Poetry Slam ausrichten.“
- „Mehr Nachhaltigkeit“
- „Öffnungszeiten verändern. Literaturpädagogik;“
- „Fertigstellung einer Abteilung des Museums, Teilhabe und Partizipation der Stadtgesellschaft.“
- Einführung einer Bibliothek der Dinge
- „Jemanden finden, der das Marketing für mich übernimmt. Öffentliche Shows in Bielefeld ausverkaufen und ökonomisch festigen. Leute glücklich machen.“
- „Ich bin selbständig arbeitende Künstlerin mit eigenem Atelier, habe keine Angestellten, gebe Kurse für Kinder ab 5 Jahren, Jugendliche und Erwachsene. Ein Zweitjob (seit 2019) als Angestellte hat mich über die Pandemiezeit finanziell gerettet. Die Coronazeit und die folgende Inflation haben erhebliche finanzielle Einbußen zur Folge. Die Preise für meine Kurse kann ich nicht der Inflation anpassen ohne Kursteilnehmende zu verlieren. Ich möchte nach wie vor auch bezahlbare Angebote für Familien mit mehreren Kindern im Programm haben. Diese Umfrage passt eigentlich nicht auf mein Atelier, ein Ein-Frau-Betrieb. Besucherzahlen in 2022: Anmeldungen stark rückläufig. Kurzfristige Abmeldungen

gehäuft, wegen Coronaschutzverordnung Atelier umgebaut. Statt sechs Plätzen nur noch vier Plätze wegen der damals einzuhaltenden Abstände, u.s.w.. Projekte mit Schulen (Kultur und Schule, Kulturrucksack) vielen aus und damit vielen auch die Einnahmen weg. Die Coronasoforthilfe vom Bund war im Nachhinein eher eine Belastung als eine Hilfe und hat mich nicht nur nerven sondern auch fast die Existenz gekostet. Den Großteil musste ich zurückzahlen und habe mich dafür verschulden müssen. Pläne für die kommenden Jahre: Mein Hof Atelier weiterführen und Kinder, Jugendliche und Erwachsene auf ihrem individuellen künstlerischen Weg zu unterstützen.“

7. Telefoninterviews

Q32: Dürfen wir Sie im Anschluss an die Umfrage telefonisch kontaktieren, um in einem circa 15 bis 20 minütigem Telefonat vertiefende Fragen zu Ihrer Institution zu stellen?

n= 171



Name und Institution, der Personen die „Ja“ angegeben haben:

n= 83

- Kulturverein Borgholzhausen e. V., Astrid Schütze
- Volkshochschule Gütersloh, Mariella Gronenthal
- Stadtbibliothek Gütersloh GmbH, Silke Niermann
- Verein für aktuelle Kunst im Kreis Minden-Lübbecke e.V., Ulrich Kügler

- Bühnen und Orchester der Stadt Bielefeld, Heide Koch
- Wiedenbrücker Schule Museum, Christiane Hoffmann
- Marta Herford , Anna Peplinski
- Kleines Theater Rehme, Mandy Fuchs
- Heinz Nixdorf MuseumsForum, Irmgard Rothkirch
- Gesellschaft in Bewegung e.V. , Andreas Wegwerth
- DS9 Kunstraum, Liselotte Bombitzki
- Widukind-Museum Enger, Regine Krull
- LWL-Preußenmuseum Minden, Sylvia Necker
- Heimatverein Verl e.V. , Holzmeier
- Deutsches Polizeimuseum e.V., Felix Hoffmann
- /tmp, Jessica Koppe
- Landesverband Lippe, Kulturagentur, Burg Sternberg, Frank Jendreck
- denk-mal! Windheim No2 e.V. , Wolfgang Riesner
- Gemeindebibliothek Steinhagen, Manuela Heinig
- Amalthea-Theater, Dietmar Hiller
- Forum Jacob Pins, Höxter, Eva Greipel-Werbeck
- Tucholsky Bühne Minden e.V., Eduard Schynol
- Theatergemeinschaft Westfälische Mausefalle, Ernst Stahlhut
- Lippisches Landesmuseum Detmold, Elke Treude
- Hof Atelier Jutta Lange , Jutta Lange
- Kultslam e.V., Alex Paul
- Ilser Webstube, Gisela Limbach
- Kulturgut Winkhausen , Klaus Lurse
- Theater Gütersloh, Karin Sporer
- Die Stereotypen - Improtheater Bielefeld, Marvin Meinold
- Raumstation, Imke Brunzema
- Kulturgemeinschaft Beverungen und Umgebung e.V., Dr. Andreas Knoblauch-Flach
- Ensemble Horizonte, Jörg-Peter Mittmann
- Katholische St. Jodokus Kirche , Gusia Georg
- Kreismuseum Wewelsburg, Kirsten John-Stucke
- Kulturstadt der Stadt Bielefeld, Gülhatun Akbulut-Terhalle
- Kulturagentur des Landesverbandes Lippe, Dr. Mayarí Granados
- Atelier brosterhus+meyer, Elisabeth Brosterhus
- Holzhandwerksmuseum Hiddenhausen, Bertram
- Kulturagenten für kreative Schulen, Saskia Köhler
- Kulturlounge Minden e.V., Stella Ballare
- Kindermuseum OWL e.V., Anna Behring
- Städtische Museen Paderborn, Dr. Andrea Brockmann
- Museum Huelmann, Nora Penlington
- Kunsthalle Bielefeld, Lara Bechauf-Nguyen
- KulturScheune1a, Peter Gödde

- Musikverein Bökendorf e.V., Karin Laufer
- Movement Theater Bielefeld, Anke Koster
- Musikschule Herford, Guido Kostmann
- Musikkapelle Wewer, Andre Lorang
- AGORA - Gesellschaft für Literatur, Kunst und Kultur e.V., Michael Scholz
- Rumpelstilzchen-Literaturprojekt, Michael Hellwig
- Theaterwerkstatt Bethel, Matthias Gräßlin
- Dampf-Kleinbahn Mühlenstroth, Julian Brown
- Kunstverein Gruppe 13 e.V., Cathrin Adämmer
- Kulturstiftung Marienmünster, Hans-Hermann Jansen
- Grabbe-Gesellschaft e.V., Peter Schütze
- Kulturwerkstatt Hiddenhausen, Kerber
- Konzertchor Bielefeld e.V., Gisela Grah-Kautzky
- Bielefelder Bloomsday, Gunther Möllmann
- Kreis Gütersloh, Bildungsbüro, Ingrid Weitzel
- Marta Herford, Friederike Korfmacher
- Stadttheater Herford, Marlies Leibitzki
- Kultur und Art Initiative e.V., Lukas Arslan
- Kanal 21, Dirk Rehlmeier
- Museum der Stadt Löhne, Sonja Voss
- Medienzentrum im Erzbistum Paderborn, Christoph Quasten
- Owls n Bats UG, Matthias Reimann
- JFK Stemwede e.V. / Life House, Wilhelm Lindemann
- Musikverein Dahl 1926 e.V., Stefan Buschmeier
- Goethe-Freilichtbühne Porta Westfalica e.V., Christoph Imming
- LWL-Museum Glashütte Gernheim, Carolin Krämer
- Kulturwerkstatt Paderborn, Arnd Voß
- Kulturamt Paderborn, Susanne Kirchner
- Historisches Museum Bielefeld, Friederike Meißner
- Sennekult Hövelhof e.V., Christian Bökamp
- Städt. Musikschule Petershagen, Mario Scholz
- Städtische Musikschule, Boelsen
- Museen der Stadt Lemgo, Fabian Schröder
- Freilichtbühne Bökendorf e. V., Marcel Hünnefeld
- Gesellschaft zur Förderung der Bodendenkmalpflege im Kreis Minden-Lübbecke e.V., Daniel Bake
- Bunker Ulmenwall e.V., Frieda Wieczorek
- Freilichtbühne Kahle Wart, Frederik Kirchhoff

Auswertung der Interviews

Berichtzusammenfassung

Zeitraum	13.02.2024 bis 08.03.2024	
Befragte Personen		
Hans-Hermann Jansen	Kulturstiftung Marienmünster	Kreis Höxter
Elisabeth Brosterhus	Atelier brosterhus + meyer	Kreis Höxter
Kirstin Hünnefeld	Freilichtbühne Bökendorf	Kreis Höxter
Karin Laufer	Musikverein Bökendorf	Kreis Höxter
Eva Greipel-Werbeck	Forum Jacob Pins	Kreis Höxter
Dr. Andreas Knoblauch-Flach	Kulturgemeinschaft Beverungen und Umgebung	Kreis Höxter
Julia Brown	Dampf-Kleinbahn Mühlenstroh (DKBM)	Kreis Gütersloh
Silke Niermann	Stadtbibliothek Gütersloh GmbH	Kreis Gütersloh
Astrid Schütze	Kulturverein Borgholzhausen e. V.	Kreis Gütersloh
Karin Sporer	Theater Gütersloh	Kreis Gütersloh
Imke Brunzema	Raumstation	Stadt Bielefeld
Dirk Rehlmeier	Kanal 21	Stadt Bielefeld
Andreas Wegwerth	Gesellschaft in Bewegung	Stadt Bielefeld
Marvin Meinold	Die Stereotypen Improtheater Bielefeld	Stadt Bielefeld
Anna Behring	Kindermuseum OWL e.V.	Stadt Bielefeld
Kirsten John-Stucke	Kreismuseum Wewelsburg	Kreis Paderborn
Dietmar Hiller	Amalthea Theater	Kreis Paderborn
Alex Paul	Kultslam e.V.	Kreis Paderborn
Peter Götde	Kulturscheune	Kreis Paderborn

Andre Lorang	Musikkapelle Wewer	Kreis Paderborn
Klaus Lurse	Kulturgut Winkhausen	Kreis Paderborn
Guido Kostmann	Musikschule Herford	Kreis Herford
Ingrid Kerber	Kulturwerkstatt Hiddenhausen	Kreis Herford
Hans-Hermann Jansen	Grabbe Gesellschaft e.V.	Kreis Lippe
Jörg-Peter Mittmann	Ensemble Horizonte	Kreis Lippe

8. Kulturelle Bildung

8.1 Was ist für Sie „kulturelle Bildung“?

Gemeinschaft, Gesellschaft und Heimat

*„Kulturelle Bildung bedeutet **Zugang und Möglichkeit**, Kunst und Austausch für sich, andere und die Gesellschaft zu schaffen.“*

- **Einblicke in das Denken einer kulturellen Gemeinschaft** bekommen.
- Es ist der Bezug zur **Heimat**. Es geht hier darum den Jüngeren einen Heimatsbegriff zu vermitteln.
- Kulturelle Bildung ist eine Möglichkeit, beziehungsweise ein Beitrag, zur **Schaffung von Vielfalt** und einem **niedrigschwelligen Zugang** zum Museum. Sie fördert dadurch das Gemeinschaftsgefühl und macht Lust auf mehr.
- Kulturelle Bildung ist ein **breites, vielfältiges Thema**, so dass man als Akteur:in nicht alle Facetten abbilden kann. Sie ist auch das **Gestalten und Verhandeln des Miteinanders**, wozu auch die Grundwerte wie Demokratie, Kommunikation und gesellschaftliche Strömungen zählen.
- Kulturelle Bildung ist die **Interaktion** zwischen Menschen, beziehungsweise **Beteiligung** von Menschen an kulturellen Aktionen. Sie findet **aktiv** statt. Insbesondere ist die Medienbeteiligung **Partizipation und Teilhabe**.

Kultur und kulturelle Erfahrungen

*„Es ist ein Bildungsangebot, dass das **Schaffen und Bilden von Kultur** zu gesellschaftsrelevanten Themen ermöglicht beziehungsweise vermittelt.“*

- Kulturelle Bildung bedeutet **Kultur verstehen lernen**.
- Es bedeutet **Multi-Kultur** verstehen.
- Kultur hat immer auch etwas mit **Tradition und Gegenwart** zu tun, und etwas aus der Vergangenheit zu erhalten, was sich bewährt und einen Wert hat und vergangene Geschichte erzählt.
- Kulturelle Bildung ist ein **Bildungsansatz im künstlerischen Bereich** und umfasst **sämtliche Kultursparten**, wie die bildende Kunst, darstellende Kunst (Tanz, Theater und Film), Musik und Literatur, aber auch Museum, Architektur und Design.

Heranführen an Kultur

- Durch kulturelle Bildung werden Kinder und Schüler:innen an **weitere Kulturformen herangeführt**.
- Das **Heranführen** von Menschen an die Kultur.
- Kulturelle Bildung bedeutet **Kinder mit Musik verbinden**, sie an die Musik **heranzuführen**.

- Kulturelle Bildung hat viele Aspekte. Existenziell wichtig ist die Hinführung zur Musik, Vermittlung von allen weiterbildenden Möglichkeiten, die ein Verständnis für **verschiedene Kulturformate erzeugen** (Konzerte, bildende Kunst und so weiter). In einer Gesellschaft, die durch die Digitalisierung oftmals auf einen persönlichen Austausch verzichtet, ist es umso wichtiger.
- Dass sich die Leute an die Literatur, Kunst und Musik **herantrauen und sich mehr damit beschäftigen**.

Ausdruck und Erleben

- **Selbst Erleben und selbst erfahren**, was Kultur für jede:n Einzelne:n für eine Bedeutung hat.
- Das Erleben von Kultur anhand **bereitgestellter Kulturveranstaltungen**.
- Kulturelle Bildung ist die Beschäftigung mit **kulturellen Ausdrucksformen**.

Potenzialentfaltung und Persönlichkeitsentwicklung

*„Die kulturelle Bildung verschafft mir und anderen die Möglichkeit, verschiedene Bereiche, **soziale Räume und Ideenräume zu erschließen**, und Fähigkeiten und Verhalten passiv und **aktiv auszuprobieren**.“*

- Im „Werkzeugkasten“ ist das **„Handwerkszeug“ in Form von sozialen Fähigkeiten und Fertigkeiten**, egal ob im Bereich Theater, Literatur, Musik oder Weiterem.
- Kulturelle Bildung bedeutet nicht nur das Erlernen eines Musikinstruments, sondern auch die **Förderung menschlicher Potentiale**.
- **Persönlichkeitsbildung** innerhalb einer Gemeinschaft.
- Eine Definition für kulturelle Bildung wäre die **„Menschwerdung“** und die **„Potentialentfaltung“**.
- Mit der grundlegenden Überzeugung, dass die Beschäftigung mit Ästhetik, in allen möglichen Formen, **wichtig für die einzelnen Lebenswelten** ist - in Bezug auf zum Beispiel Persönlichkeitsentwicklung, Lebensqualität und die Anregung gesellschaftlicher Kommunikationen.
- Wichtig ist die **kulturelle Teilhabe zur Entwicklung der eigenen Persönlichkeit** und die eigene Rolle in der Gesellschaft.
- Kulturelle Bildung ist die **Befähigung zur Selbstverwirklichung**.
- Die eigene Erfahrung, etwas zu **verwirklichen**.

Ästhetik und Gestaltung

- Auseinandersetzung mit **Kultur und künstlerischer Darstellung**.
- Kulturelle Bildung ist das **Erlernen ästhetischer Bezüge**.
- Die **Sensibilisierung für Ästhetik oder Gestaltung**.
- **Gestaltungselemente mit ihren Ausdrucksformen** sehen, verstehen und anwenden lernen.
- Kulturelle Bildung bedeutet **Bildersprache lernen**.

Lernen, Wissen, Vermittlung und Förderung

- Kulturelle Bildung bedeutet **Wissensvermittlung** über das jüdische Leben und der modernen Kunst.
- Ein Lerneffekt in der Kulturellen Bildung ist vorhanden, wenn die **Vermittlung unerwartet oder niederschwellig** erfolgt.
- Kulturelle Bildung bedeutet **Leseförderung** und das Heranbringen an Literatur und die **Kulturform „Lesen“**.
- **Förderung** der Musik und der Jugend durch die Musik.
- Es ist ein breites Feld, im Interesse der Veranstalter:innen, Künstler:innen, Kunst, Menschen (Kinder, Erwachsene, Senior:innen), ihre **Inhalte zugänglich zu machen oder zu vermitteln** und **Publikum zu gewinnen**.
- Kindern möglichst frühzeitig einen **niedrigschwelligen und positiven Zugang** zur Stadtbibliothek zu vermitteln.
- Kulturelle Bildung ist die **Summe aller möglichen Erfahrungen**, die die Kinder, Jugendliche und Erwachsene machen können.
- **Vermittlung von alten Handwerkstechniken** kombiniert mit **künstlerischen Methoden** in Workshops, Kindergeburtsstagen und Kulturveranstaltungen wie Vorträge oder Lesungen.

Weitere

- Zugang zur Kulturellen Bildung für Vereinsmitglieder durch das **Kennenlernen von Vereinsstrukturen**.
- Grundsätzlich gibt es **verschiedene Formen** von Bildung, so auch von der Kulturellen Bildung.
- **Angebote auch jenseits des „Mainstreams“** anbieten.
- Der Interviewte selbst findet, dass er im Punkt der Kulturellen Bildung nicht vertreten ist.

8.2 Was für Angebote der kulturellen Bildung bieten Sie an?

Angebote

Performance, Musik und Tanz

- **Konzerte** (n=4)
- **Musikauftritte** (n=2)
- Performances
- Konzertreihen (jüdische Musik und klassische Musik)
- **Vorspiele**
- **Tanzprojekte**
- Tanzdarbietungen
- **Musikalische Ausbildung**

- **Kulturwerkstätten:** Querbeziehungen zu anderen Kulturschaffenden (Kunst + Musik)
- Aktuell das Projekt „**Ost-Asien-Tournee**“
- Dialogräume
- Formate, bei denen neue und alte Musik in Beziehung gesetzt werden
- **Kulturstrolche** (an Grundschulen)
- **Unterrichtsangebot über Gesang und Instrumente** in der Musikschule
- **Dezentrale Angebote** der Musikschule in Schulen für einen niederschwellig Zugang zu Instrumenten
- **Orchesterklassen und Schulorchester** in weiterführenden Schulen
- **Digitale Angebote der Musikschule**

Verschriftlichung

- **Konzepte**
- **Texte**

Ausstellungen

- **Ausstellungen** (n=2)
- **Ausstellungen verschiedener Kunstarten**, unter anderem auch eine Veranstaltung im Jahr, die von Kindern gestaltet ist.
- **Bilderausstellung**

Vorträge

- Lesungen (n=3)
- Poetry Slam (n=2)
- **Literaturveranstaltungen** (Vorstellung neuer Bücher zum jüdischen Leben und zur modernen Kunst)
- **Vorträge**
- **Lesungen** für Grundschüler:innen
- Vorbereitung (Workshop) und Durchführung von **Poetry Slams** mit Schüler:innen, in Kooperation mit der Peter-August-Böckstiegel-Gesamtschule.
- Lesungen mit musikalischer Untermalung
- **Reisevorträge**
- **Einführungsvorträge** zu Veranstaltungen
- **Themenbezogenen Literaturlesungen**
- Kulturveranstaltungen (**Vorträge oder Lesungen**)

Beteiligung und Interaktion

- **Gemeinsame Aktivitäten** innerhalb der Gruppe, die teilweise auch von den Jugendlichen selbst durchgeführt werden.
- **Spiele in einer Gemeinschaft** für Kinder und Jugendliche
- **Fahrgeschäft** mit der Dampf-/Kleinbahn

- **Interaktive Führungen**
- **Partizipative Angebote**, wie Workshops, Spielclubs, Fortbildungsangebote für Lehrkräfte in der Kulturvermittlung, Schultheatertage (auch Forum für Austausch).
- **Mitmachprojekte**
- **Offene Werkstatt**

Führungen

- **Führungen**
- **Rundgänge**
- Führungen durch das Haus
- Schüler:innenführungen
- Stadtführungen

Film

- **Ausstrahlung preisgekrönter Filme** über jüdische Geschichte
- **Mediotheken**
- **Videoaktionswochen**

Aufführungen

- **Aufführungsstücke**
- **Shows**, die zur kulturellen Bildung zählen
- Theateraufführung
- Organisieren von **Theaterstücken**, Aufführen von **Musikstücken**, reinen **Theaterstücken** und auch **Kabarett**.

Veranstaltungen

- **Workshops** (n=6)
- **Musikveranstaltungen**
- **Art-Nights**
- **Sonderveranstaltungstage**
- **Infotage** (Musik selbst erleben)
- **Event-Tage**
- **Veranstaltungen und Reisen** mit Bezug zur **Literatur**

Bildung und Vermittlung

- **Zusammenarbeit** mit Bildungseinrichtungen
- Angebote zum **Erwerb von Medienkompetenz** (technisch und inhaltlich)
- **Seminare**
- **Kinder- und Schüler:innenprogramm**
- **Einzel- und Gruppenunterricht**
- **Kinder- und Jugendtheaterprogramm**

Allgemeines

- **Spartenkombinierende/übergreifende Angebote** (n=2), wie zum Beispiel Auf-
führungen.
- Mit dem Heimatverein zusammen wird ein **Museum** betrieben.
- Allgemeine **Vereinsarbeit**
- Angebote auf Freiwilligenbasis, wie unter anderem **Angebote zum Singen und
zu MINT-Themen**.
- **Aufsuchende und stationäre Angebote im Bereich Zeichnen**.
- **Mobile, projektbezogene Angebote** (wie Ausstellungen).
- Darstellende Kunst und Musik, die zum einen zum passiven Gebrauch angebo-
ten wird (z.B. großes **Kinder- und Jugendtheaterprogramm**).
- **Kindergeburtstage**

Zielgruppen und Altersgruppen

In den Angeboten werden **verschiedene Altersgruppen** angesprochen. **Hauptsächlich** richten sich die Angebote an **Kinder und Jugendliche**. Viele Angebote richten sich auch an **Schüler:innen**. Grundsätzlich sollen aber alle Altersgruppen miteinbezogen werden.

Bedürfnisorientierung und Ansprache

- Angebote richten sich **nach den Bedürfnissen der Menschen**.
- Die **zielgruppengenaue Ansprache** über beispielsweise ein Konzert für Men-
schen, die in Einrichtungen leben.
- Für die Zukunft werden **neue Angebote** geplant, die weiteres Publikum anspre-
chen.
- Die Angebote sind **niedrigschwellig** und sollen von den Kindern selbst erfasst
beziehungsweise begriffen werden. Erklärtafeln gibt es nicht.

Verschiedene Altersgruppen

- Ein Grund für die **Ausrichtung** auf Angebote für Kinder und Jugendliche, waren
die **notwendigen Kürzungen** in 2010, wo der Schwerpunkt auf diese Zielgruppe
gelegt wurde. Der Erwachsenenbereich hat dabei kein eigenes Budget und kann
nur von Kooperationspartner:innen selbstfinanziert werden.
- Es wurde auch davon berichtet, dass die Angebote **interaktiv** und **abhängig
von dem Publikum** gestaltet werden – dadurch werden Menschen in jeder Al-
tersklasse angesprochen.
- Manche Angebote richten sich je nach Anfrage an **viele verschiedene** Altersgrup-
pen. Es gibt auch Angebote für Erwachsene.
- Die meisten Angebote sind **alterslos**, aber oft sind die Teilnehmer:innen, bezie-
hungsweise Besucher:innen, **zwischen 50-80 Jahren**. Die Ausnahme bildet die
Arbeit in den Grundschulen. Die **Jugendlichen** sind sehr **schwer erreichbar**.

- Es gibt keine Angebote für nur eine spezielle Altersgruppe (alle Gruppen sind vertreten, abwechslungsreiches Programm), aber die Nachfrage der „älteren“ Erwachsenen ist größer als die der jüngeren.
- Die Ansprache von Jugendlichen zwischen 10 und 14 Jahren erfolgt über die Teilnahme an anderen Angeboten.
- Die Angebote sind **kostenlos**.
- Nach der **Corona-Pandemie** kommen **vermehrt Anfragen von Schulklassen**, die eine Bezuschussung erhalten haben.

Qualität der Angebote und der Weg zum Erfolg

*„Die Qualität spricht für sich: Immer neue Gäste und Auftritte. **Es ist eigentlich immer gut besucht.**“*

Grundsätzlich beschrieben die Befragten die **Qualität ihrer Angebote als hoch**. Hier wurde häufig benannt, dass sie qualitativ hochwertige Angebote anbieten.

Als **Teil des Erfolgs und Gelingensfaktoren** wurden dabei diese Aspekte genannt:

Kommunikation und Netzwerk

- Die **Kommunikation auf Augenhöhe** und das **Menschenverständnis**
- Inhalte, Termine und Orte **gut aufeinander abstimmen**
- **Kontakte und Netzwerke pflegen**
- **Wertschätzung** untereinander
- **Dialog bedeutet Vertrauensaufbau**
- Die Kommunikation ist das Wichtigste. **Miteinander sprechen** und einen **guten Ideenaustausch** haben ist enorm wichtig.

Angebote, Inhalte und Programm

- Eine **gute Auswahl** an Aufführungen (Wechsel zwischen Theater und Musical sowie Klassik und Moderne)
- Alle Angebote sind so ausgerichtet, dass sie **Freude bereiten** sollen.
- Die Angebote sind **generationsübergreifend** und bieten Kindern und Jugendlichen **erste Kulturerfahrungen**.
- Es finden regelmäßige **Qualitätskontrollen** bezüglich der Angebote statt, mit einbezogen, ob sie gut angenommen werden.
- Beschäftigung damit, **was sinnvoll ist und was nicht**.
- In Ausstellungen können auch **Werke bekannter Künstler:innen** ausgestellt werden, die dann besonderer Publikumsmagnet, auch von außerhalb, sind.
- Verlässliche **wissenschaftliche Arbeit** funktioniert einwandfrei.

Team und Einbindung Externer

- Es gibt eine Erzieherin im Team, die die pädagogische Perspektive sehr gewinnbringend für die Schulangebote miteinbringt. Außerdem wird mit **Kooperationspartner:innen mit hoher Fachkompetenz** zusammengearbeitet.
- **Flexibilität in der Teamzusammensetzung** aus internen und externen Personen.
- Die **Ausbildung** von Ehrenamtlichen
- Der Erfolg kommt durch die **ehrenamtlichen Mitarbeiter:innen**, durch die **Lage** der Kulturscheune sowie durch die **gute Kommunikation**.
- Durch viel **ehrenamtliches Engagement**
- In allen Veranstaltungen werden auch **lokale Künstler:innen** mit eingebunden.
- Durch **internationale Musik und Musikgruppen beziehungsweise Musiker:innen** wird die Musik anspruchsvoller.
- Gelingensfaktor ist die **sehr gute Arbeit der Leitung** und die **gute Rahmenbedingung** von Seiten der Stadt Gütersloh.
- Das Einbringen von **Vorstand, Geschäftsführung, viele engagierte Ehrenamtliche und der Beirat**.
- Was immerzu sehr gut funktioniert ist die **Kombination von Musik und Malerei** – die **Vernetzung der Künstler:innen**.
- Ideen vom Vorstand und aus dem Team, welche anschließend **mit dem Theater team gemeinsam umgesetzt** werden.

Zielgruppenorientierung

- **Zielgruppenorientierte Angebote**
- Ein **großes und diverses Spektrum an Angeboten**, um möglichst alle Zielgruppen zu erreichen.
- Vielfältige Angebote, die **wissenschaftlich abgesichert und recherchiert** und **adressatengerecht vermittelt** sind.
- Erfolgreich sind die Angebote, die für die Zielgruppe **adressatengerecht** vorbereitet und ansprechend vermittelt werden.
- Für Jüngere **altersgerechte Angebote**, wie Kindergeburtstagsangebote mit hohen Partizipationsmöglichkeiten, Puppentheater, Bilderbuchkino et cetera für Jugendliche Poetry Slams, Workshops (zum Beispiel Graffiti, Comics oder Social Media).
- **Gute Qualität von Künstler:innen, beziehen** das **Publikum mit ein** und ermöglichen ein persönliches Erlebnis.

Niedrige Kosten und Zugang der Angebote

- **Kostenfrei und draußen**, wie als Beispiel: „Farbfelder 2003 Steinheim“ - Hier kamen viele Menschen und viele Erinnerungsbilder sind entstanden.
- Die **Teilnahmegebühr ist günstig** und darüber die Teilnahmemöglichkeit **niedrigschwelliger**.

- **Leichter Zugang**

Ort der Begegnung

- „**Erfahrungsräume**“ und Möglichkeiten schaffen, sich zu **begegnen** und aufeinander zuzugehen.
- Der Erfolg beruht darauf, es möglich zu machen, dass man **gehört und gesehen wird**.
- Durch die Schaffung einer Atmosphäre, in der sich **alle wohlfühlen**, nicht nur Kinder und Jugendliche, sondern auch Erwachsene.
- **Ort der Begegnung**, des Austausches sowie der Erfahrung.

Allgemeines

- **Pressearbeit**
- Die **professionelle Regie** als Qualitätsmerkmal
- Die **Räumlichkeiten** werden für Aufführungen **von Schulen** zur Verfügung gestellt, wodurch Kinder/Jugendliche und auch die Eltern das Gebäude nutzen/kennenlernen können und damit eine Verortung stattfindet.
- **Eine gute Lage**
- **Flexibler Umgang mit Traditionen**
- Es kommen auch Teilnehmende aus **überregionalen Gebieten**.

9. Gelingensfaktoren

9.1 Was läuft in Ihrer Institution gut?

Kooperationen und Zusammenarbeit

- **Kooperation** mit vielen verschiedenen Partner:innen.
- Es handelt sich um einen Verein mit einer breiten Basis, der sehr **eng mit der Stadt kooperiert und gut vernetzt** ist. Die enge Zusammenarbeit mit der Stadt ermöglicht ein zuverlässiges, eigenständiges und schnelles Arbeiten.
- Durch das engagierte Museumsteam kann eine **gute Zusammenarbeit** erfolgen.
- **Gut laufende Kooperationen.**
- Die Kooperationen mit den Schulen laufen gut.
- Das Improtheater hat in Bielefeld **gute Partner:innen mit guten Räumlichkeiten**, wie zum Beispiel das Theaterhaus TOR 6, gefunden.
- Die **gute Vernetzung der Kulturakteur:innen** in Bielefeld ist sehr wichtig.
- Durch eine **lange Tradition** konnte man sich in Paderborn sehr gut etablieren.
- **Eine gute Gemeinschaft**
- Die **Mitglieder ziehen an einem Strang** für ihre Auftritte.
- Die **Entscheidungen treffen alle gemeinsam**.

- Kooperationen sind wertvoll.
- **Kooperationen mit allgemeinbildenden Schulen** laufen gut.
- **Kombinationsveranstaltungen aus Schul- und Landesjugendjazzorchester** bieten Raum für Kennenlernen und Austausch.

Wertschätzung und Respekt

- Achtung aller und **respektvoller Umgang**
- Gegenseitige **Wertschätzung** und Achtung
- In den Videoaktionswochen wird versucht, alles, was produziert wird, **in der Öffentlichkeit feierlich zu präsentieren**. Kinder und Jugendliche feiern sich dabei selbst. Dieses ist ein gemeinsames Erleben mit **wechselseitigem Respekt**.
- Wir sind sehr aufgeschlossen für alle Impulse, um so dem **Publikum wieder mehr Wertschätzung zukommen** zu lassen.
- Die entstehenden Produkte finden **Respekt und Anerkennung** und sind beteiligungsorientiert.
- Die Angebote, die gut laufen, fußen auf einer **langen Tradition**. Bei Angeboten, die über viele Jahre hinweg laufen, bildet sich ein **Stamm-Publikum, dass das Angebot zu schätzen weiß** und auch bei neuen Angeboten immer wieder kommt. Dieses Stammpublikum trägt die Informationen weiter und bringt neues Publikum (**Mund-zu-Mund-Propaganda**).

Niedrigschwelliger Zugang und Willkommenskultur

- Durch das **niedrigschwellige Angebot**, soll sich jede:r willkommen fühlen.
- Es ist kein Casting erforderlich, **jede:r darf kommen**.
- Durch Auftritte im Sputnik schafft man eine gemütliche Atmosphäre und **spricht so mehr Leute an, die vorher vielleicht nicht** von solchen kulturellen Angeboten gewusst haben.

Bezug zur Lebensrealität und Aktualität

- **Aktualitätsbezug**
- **Anerkennung der Lebensrealität**
- Es gibt bestimmte Führungsangebote, die aufgrund ihrer **Aktualität besonders gut gefragt sind**. Zum Beispiel Fußball im Nationalsozialismus oder Verschwörungstheorien.

Förderung und Fortbildung

- Die Möglichkeit für Darsteller:innen, an **Fortbildungen** teilzunehmen.
- Die Möglichkeit, **Stärken zu fördern und Verantwortung zu übernehmen**.
- Durch **Ausbildungen** in diesem Bereich und durch **Jugendförderung**, kann man die jüngere Generation mehr für die Kultur begeistern und ihnen neue Perspektiven bieten.

- **Gute und fundierte Vermittlung** in Workshops zu handwerklichen Techniken, sodass die Anwendung auch gelingt und die Besucher ein Erfolgserlebnis haben („solides, altes Handwerk grundlegend vermitteln zu können“).
- **Begeisterung für das eigene Tun** kommt gut an (sie sind von ihrem Handwerk überzeugt), eine gute **Ausbildung und Fachkenntnis** der Workshopleitung ist ein Gelingensfaktor für qualitativ hochwertige Angebote.

Bedarfsorientierung

- **Vielfältiges Angebot**
- **Große Auswahl** an Stücken, die jede Altersgruppe ansprechen.
- Die **Möglichkeit, Filme zu gucken, da es in Höxter kein Kino gibt.**
- **Veranstaltungen auch in der Winterpause** anbieten.
- **Themen kommen vom Publikum** und sind damit tagesaktuell und interaktiv.
- Im Hochstiftmuseum laufen besonders gut die Kindergeburtstage, die **adressaten- und altersgerecht** laufen; mit Bildungsanspruch, aber auch viel Aktivität, Kostümmierungsmöglichkeiten, Experimente, Ausprobieren, Rallye und Weiterem.
 - In der Gedenkstätte läuft das „Hingucker“-Programm für die Jüngeren sehr gut (4. Klasse); hier gibt es ein theaterpädagogisches Programm mit **hohem Mitmachfaktor** und **selbstständigen Entwickeln** vor dem Hintergrund der Diskriminierung und Ausgrenzung von Minderheiten im Nationalsozialismus.
- Gehen **auf die Wünsche der Zuschauer:innen ein** und sind sehr flexibel mit ihren Stücken.
- **Kreativität und Einfallsreichtum** beim Entwickeln der Angebote der Kollegen, die sich Kurse ausdenken, führen zum Erfolg.

Einbindung der Zielgruppe

- Jugendprojekte, in denen **die Jugend** in die literarische Gesellschaft **eingebunden wird**, laufen **durch das junge Theater** und die **verstärkte Werbung in den Schulen** gut.
- Sie bieten ein **persönliches Erlebnis für jede:n Besucher:in** (direkter Kontakt mit den Künstler:innen).
- Die **Kindergeburtstage und Kinderkurse** laufen gut. Insbesondere auch die Angebote, die wenig oder gar nichts kosten, weil sie gefördert werden.

Sichtbarkeit und Ansprache

- **Soziale Medien** nutzen, um Aufsehen zu erregen.
- **Ansprache eines diversen Publikums** läuft gut. *„Dieses Selbstverständliche, dass eben auch Menschen, die in irgendeiner Form gehandicapt* sind, einen Zugang haben, finde ich gut.“*

Hohe Resonanz und gutes Feedback

- Die **Veranstaltungen werden sehr gut angenommen.**

- **Sehr gute und anhaltende Akzeptanz** in der Bevölkerung, auch durch den Fakt, dass es den Verein schon sehr lange gibt.
- Vorleseangebote, die auch zum Teil mit Basteln verbunden sind, sind **oft direkt ausgebucht**. Die Beliebtheit hängt bestimmt auch mit der **Teil-Renovierung und Neugestaltung** der Kinderbibliothek im Jahr 2021 zusammen.
- Es gibt hohe Besucher:innenzahlen.
- **Gut laufen die theaterpädagogischen Angebote**, insbesondere der wöchentlich stattfindende und sehr angefragte Spieleclub, für Kinder und Jugendliche.
- Aber auch Klassiker wie Sprichwörterführungen oder „Lichterführung“, bei der das Ambiente der nächtlichen Wewelsburg **besonders attraktiv** ist. Aber auch hier ist es wichtig, dass wir uns nicht als Freizeitpark, Jahrmarkt etc. verstehen, sondern die kulturelle Bildung im Vordergrund steht
- **Viel Leidenschaft und Spaß** führen zum Erfolg.

Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

- Durch viel Werbung konnte man sich, vor allem bei der jüngeren Generation, **bekannt machen (nachher wurde es zum Selbstläufer)**
- Die Angebote werden durch Mund-zu-Mund-Propaganda kommuniziert, was zu **einer hohen Nachfrage** führt, so dass das Museum nicht alle Anfragen, insbesondere für Ausstellungen, annehmen kann.
- Kindergartengruppen- und Grundschultermine **laufen sehr gut** und das Angebot wird Schneeballeffekt-mäßig weitergetragen.
- Durch eine gute Lage, eine **positive öffentliche Wahrnehmung**, ein interessantes Programm und durch ein vorhandenes Netzwerk, **läuft das Programm des Kulturgutes gut**.

9.2 Wie können andere von Ihren Erfahrungen profitieren?

„Kunst kommt zu den Menschen - nicht umgekehrt.“

Motivation, Leidenschaft und Authentizität

- Die **Freiwilligkeit der Beteiligten** und die **gemeinsame Leidenschaft und Motivation**.
- Wichtig ist, dass man bei allem, was man tut, **authentisch** ist. **Die Leidenschaft, die Ausdauer und die Freude** an der Arbeit sowie die Menschenachtung und die Verbundenheit mit der Region führen zum Erfolg.
- Die **Freude an der Musik**
- **Authentische, individuelle Themen** finden, die zur Bedeutung der Einrichtung passen und diese dann adressatengerecht vermitteln.

- In machen Fällen kann es sich anbieten mit den **Trends** zu gehen (wie Nutzung von Trendsprache bei Titel von Angeboten, um mehr Publikum zu erreichen), dennoch sollte man **hinter seinen Angeboten stehen** und authentisch bleiben.

Weiterbildung

- Die Fachliche Qualität: es wurden daher **Weiterbildungen** und **Workshops mit Externen**, für alle zugänglich, angeboten.
- **Auffrischung von Kenntnissen**

Inhaltlicher Fokus

- Indem man sich **um die Inhalte bemüht** und nicht um den wirtschaftlichen Erfolg.
- **Klare Vorgaben und eine gute Vorbereitung**, um Zusagen einhalten zu können. („Hier plane ich immer rückwärts, um zu wissen, was wann fertig sein muss.“) Das heißt, ein **komplexer Zeitplan und klare Aufgabenverteilung**.

Persönliche Beziehungen, Austausch und Netzwerk

„Man sollte einen Ort erschaffen, beziehungsweise eine Atmosphäre, in der sich die Menschen oder Kulturinteressierten **wohl fühlen**.“

- **Mitbestimmung der teilnehmenden** Kulturschaffenden bei den Angeboten (ohne Zwang und ehrenamtlich).
- „Ein Gelingens-Faktor ist die lange Zeit, die ich bereits in Bielefeld arbeite und dadurch **bekannt bin**.“
- Bei den Angeboten wird **respektvoller Umgang** miteinander vermittelt und gelebt.
- Der Kanal 21 hat sich zum **Ort der Begegnung** entwickelt.
- **Verbindung verschiedener Sparten**, hier Musik und Kunst, Vorbild der Musik- und Kunstschulen
- **Kombiprojekte** – „Wir sind weg von den Zeiten, wo man sagt, wir wollen jetzt die erste Sinfonie von Beethoven spielen. Wir sind da an dem Punkt, Kombiorchester zu machen.“

Austausch

- Einen **Ort des Austausches** erschaffen.
- Durch **regelmäßigen Austausch** von Kulturinstitutionen kann man sich besser vernetzen und so sich gegenseitig unterstützen beziehungsweise enger zusammenarbeiten.
- „*Sich in städtische Arbeitsgruppen mit reinzusetzen*“, zu denen man erst nicht mitgedacht wurde, aber eine Teilnahme, bezüglich des Austausches, viel Sinn ergibt. Dadurch entstehen **direkter Austausch, wichtige Kontakte**, leichter neue Netzwerke, Kooperationen und eine neue Wahrnehmung.

Vernetzung

- **Netzwerke schaffen, Brücken bilden** und Mut und Motivation für eigene Ideen und Durchführungen aufbringen.
- **Aufbau persönlicher Beziehungen und ein Netzwerk** schaffen.
- **Gute Vernetzung, Kontakte pflegen**
- Die **Vernetzung und der Austausch** sind sehr wichtig und sollten immer genutzt werden.
- **Vernetzungen und der Austausch** sind in der kulturellen Bildung sehr wichtig, um diese zum Erfolg zu bringen.

Best Practice

- **Theaterstärkung für Zuschauer:innen ab 10 Jahren.** Die Vorstellungen finden abends statt und sind damit generationsübergreifend und in Anknüpfung an das Kindertheateralter und stellen erste Abendangebote für Kinder im Übergang zum Jugendalter dar. Das Angebot wird sehr gut angenommen und ist auch für die Bereitsteller:innen der Kinder- und Jugendstücke interessant, da sie nicht nur vormittags gespielt werden.
- Die **Stadtführungen**, auch in den Stadtbezirken, funktionieren sehr gut. (Die Stereotypen Improtheater Bielefeld)

Weiteres

„Man sollte einfach Ausprobieren.“

- Eigene **Erfolge in Förderantragsstellung:** „Wenn man den eigenen Enthusiasmus darstellt und herüberbringt, dann kann das gut klappen“.
- Arbeit mit **Erinnerungsbildern**, um eine **prägende Wirkung** zu erzielen.
- „Es gibt eine **hohe Bereitschaft der Bürgerinnen und Bürgern**, sich ehrenamtlich für die Gesellschaft zu engagieren. Es ist wichtig, ihnen den Freiraum dafür zu gewähren.“
- **Positives Menschenbild**
- **Lebensrealitäten akzeptieren** bietet Flexibilität.
- Es lohnt sich immer, **neue Perspektiven zu erschließen**.
- „Ein erfolgreiches Angebot für mich ist, dass man ohne Stress zwischen Online- und Präsenzunterricht wechselt.“

10. Herausforderungen

10.1 Was sind besondere Herausforderungen Ihrer Institution?

Finanzierung

- **Finanzielles Überleben**

- **Das Kapitalistische Denken zu überwinden:** leider steht nicht die Idee im Vordergrund, sondern das Geld.
- Es besteht **zu wenig Bereitschaft, Kunst zu bezahlen.**
- Die **Bezahlung** der Honorarkraft.
- Der Verein kann aus sich heraus **nicht kostendeckend arbeiten beziehungsweise bestehen**, sondern ist auf Spenden und Förderungen angewiesen.
- Die **Finanzierung ist immer problematisch** und erfolgt aus Eigeneinnahmen und durch private Träger.
- Es fehlt an einer **Basisfinanzierung** und eine gute **Öffentlichkeitsarbeit**.
- Die **Finanzierung ist schwer zu stemmen.**
- Man muss sich **immer neue Wege ausdenken, wie man an Geld kommt.**
- Das, was nicht geht, scheitert immer an **Finanzierungsproblemen.**
- Sie kommen **schlechter an die benötigten Zuschüsse** als größere Institutionen.

Räumlichkeiten

- Es handelt sich um ein **denkmalgeschütztes Haus**, das einerseits gepflegt und auf den neuesten Stand gebracht werden muss, andererseits Eingriffe in die Bausubstanz vermieden werden müssen.
- **Es ist eine energetische Verbesserung** notwendig.
- Der bisherige **Ausstellungsraum (Raumstation) ist zu klein** für größere Ausstellungen oder Angebote.
- Problematisch ist, dass das Museum über **keinen eigenen festen Raum** verfügt, der gut angebunden und finanzierbar sein müsste. Deshalb besteht auch keine Möglichkeit zur Vorbereitung der Angebote. Dieses erfolgt im privaten Wohnbereich.
- Besondere Herausforderungen bestehen in der **Enge der Museumsräumlichkeiten** (nur beschränkte Personen- und Gruppenzahlen möglich), **es fehlen Seminarräume.**
- **Locations für Spielorte** finden, die in Kooperationen mit allgemeinbildenden Schulen stattfinden und einen Mehrwert gegenüber Musikschuleigenem oder schuleigenem Vorspielraum bieten, ist aus finanziellen Gründen schwierig (zum Beispiel konnte der Wunsch, im Namen der Marta Herford ein Vorspiel zu veranstalten, aufgrund der hohen Mietkosten für Räume nicht umgesetzt werden).
- Das bestehende Gebäude ist nur noch knappe zwei Jahre zu halten, weil dann der **Pachtvertrag ausläuft**. In diesem Fall gibt es eine alternative Räumlichkeit, die durch die Gemeinde und einen finanziellen Zuschlag möglich wurde. Mit der neuen Location entstehen jedoch neue Herausforderung für die Gestaltung der Angebote und der Institution.

Stellen, Personal und Ressourcen

- Es gibt aktuell **keine Möglichkeit, neue Stellen auszuschreiben**, zum Beispiel für eine:n Medienpädagog:in, der/die seine/ihre speziellen Kompetenzen mit

einbringt. Solche neuen Stellen sind eigentlich notwendig, da sich das Angebot durch z.B. Digitalisierung und Veränderung der zusätzlichen Angebote verändert hat. Diese neuen Herausforderungen müssen aktuell in Form von eigenen Ressourcen gestellt werden und daneben dann natürlich auch noch die ursprünglichen Arbeitsfelder erledigt werden. Dies muss in eine passende Balance gebracht werden und ist eine besondere Herausforderung.

- Hinzu kommt ein **Personalmangel**, der zu einer eingeschränkten Flexibilität führt.
- Es fehlt ein gutes Marketing, dass daran scheitert, dass die **Arbeit auf wenige Schultern verteilt ist**.
- Es können nicht alle Anfragen abgedeckt werden, da **zu wenig Räume** und **zu wenig Personal zur Betreuung vorhanden** ist.
- Die Herausforderung besteht in der **Nachfolge des Kulturgutes** sowie darin, dass die Institution immer eine zentrale Figur an der Spitze hat und wenn die ausfällt, würde die Institution nicht mehr funktionieren.
- Bei der Planung von größeren Projekten muss genau abgewogen werden, **ob dafür genügend Ressourcen vorhanden sind**.
- **Fachkräfte für Elementare Musikpädagogik fehlen**
 - Läuft momentan nur über Fortbildungen (Einnahmeverluste zu Fortbildungszeiten)
- „Dabei muss man sagen, dass die **Lehrer:innenschaft sehr beansprucht** ist und man die Unterrichtsinhalte zum Teil selbst übernehmen musste.“

Bürokratie

- Die **Bürokratie**
- **Übergeordnete organisatorische Aufgaben**, wie das Stellen von Förderanträgen, das Schreiben von Genehmigung und Rechnungen, machen es schwer, zeitlichen Raum für Proben zu gewinnen.
- Die Bürokratie macht sehr zu schaffen.

Vernetzung und Kooperationen

- Über den eigenen Horizont schauen: **Bessere Vernetzungsarbeit** mit anderen Kulturorten, um sich zum Beispiel kurzschließen zu können, dass Acts „weitergereicht“ werden, die dann sowieso unterwegs sind. Als Beispiel: Der „Bunker Ulmenwall“ plant Konzert mit XYZ, das auch für den Kulturverein Borgholzhausen e. V. interessant sein könnte und man geht dann in gemeinsame Buchung. Darüber wird sich auch versprochen, mehr Acts für ein jüngeres Publikum anbieten zu können, auf das der Verein aus sich heraus keinen Zugriff hat.
- **Kooperation mit Schulen gestaltet sich oft schwierig**, in Bezug auf Ansprechpartner:innen und die Implementierung. Es fehlt, das von oberster Stelle vorgegebene Selbstverständnis, dass kulturelle Bildung fester Bestandteil der Schulen sein soll mit dafür fester Struktur. Kontakte zu Schulen hängt oft von Wohlwollen und Engagement bestimmter Lehrer:innen ab.

- Es müssen **neue Kooperationen** geschaffen werden. In der kulturellen Bildung tätige Menschen müssen verstärkt in den Austausch miteinander gebracht werden.

Ehrenamt

- Die **Corona-Pandemie hat das Ehrenamt stark beeinträchtigt**. Das Ziel, was nun angesteuert wird, ist nun, das Niveau von vor der Pandemie zu erreichen.
- In einer ausschließlich ehrenamtlichen Institution müssen **die Ehrenamtlichen immer wieder motiviert werden**, sich regelmäßig einzubringen und die wichtigsten Dinge zu erledigen. Daher müssen positive Anreize geschaffen werden, die motivieren, mit dabei zu bleiben.
- **Schwierig ist es** außerdem, beispielsweise im Rahmen der Nachtansichten **ehrenamtliche Helfer:innen zu finden**, die unentgeltlich unterstützen.

Sichtbarkeit und Ansprache

„Es ist allerdings manchmal **schwierig, das Publikum zu erreichen.**“

- **Mehr wahrgenommen zu werden von Leuten, die nicht ganz so mit der Kultur verbunden sind.**
- Mehr aktive Mitglieder, beziehungsweise mehr Freiwillige.
- „Aber wir müssen die Zielgruppen anders definieren und uns fragen, was ist bei denen los ist und wie wir andocken können.“
- Kommunikation, um noch sichtbarer zu werden.

Junge Menschen

- **Zusätzliche Angebote außerhalb Struktur Schule**, wie zum Beispiel die Schreibwerkstatt für Jugendliche, lief sehr schwerfällig. Ein erschwerender Faktor ist auch die schlechtere ÖPNV-Anbindung von ländlichen Räumen im Umkreis.
- **Vereinsnachwuchs zu finden, gestaltet sich schwierig**. Der aktuelle Altersdurchschnitt der Vereinsmitglieder liegt relativ hoch.
- **Mehr Unterstützung der Jugendlichen** vor und hinter der Bühne.
- **Einen Ort zu schaffen, der auch mehr Jugendliche anspricht.**
- **Sie würden auch gerne vermehrt die jüngere Generation ins Theater locken.**

Weiteres

- **Der Umgang mit Lebensrealitäten**
- **Gesellschaftliche Veränderungen**
- Der Kanal 21 steht immer mit dem Rücken zur Wand und kann immer **nur auf gesellschaftliche Strömungen reagieren**, statt vorausschauend planen.
- „Kunst ist keine Deko!“ - **zu wenig Wissen, Kunst zu erkennen.**

- **Viel Disziplin, Zeit und Verlässlichkeit erforderlich.** Hier wurde ein Ausgleich durch gemeinsame Aktionen geschaffen, die für Spiel, Spaß und Vergnügen sorgen.
- Der **Name der Institution** vermittelt eher den Eindruck, dass es sich um ein Verbreitungsinstitut handelt, es ist aber eher ein soziokulturelles Zentrum.
- Eine noch **größere Bekanntheit** und eventuell auch ein größeres Einzugsgebiet zu erreichen.
- Viele Mitglieder haben den Verein „Raumstation“ in der **Corona-Krise verlassen und Gruppenarbeit funktioniert seitdem nicht mehr.** Deswegen wurde der Verein aufgelöst und die Raumstation dient jetzt für Ölmalerei und Malgruppen. **Durch den Wegfall des Vereins entfallen auch Auftragsmöglichkeiten.**
- Die **Abgrenzung zu Hobbyisten** ist schwierig.

10.2 Welche Unterstützung benötigt Ihre Institution?

Wertschätzung und Unterstützung seitens der Kommune

- **Wertschätzung** seitens der Kommune könnte mehr sein.
- Es ist etwas **mehr Unterstützung von der Stadt** und **mehr politische Präsenz** gewünscht.
- **Unterstützung vom Denkmalamt.**
- **Größere Unterstützung durch die Stadt, dem Kreis** etc.

Ansprechperson und feste Strukturen

„Wir brauchen Ansprechpartner:innen auf Augenhöhe, die man kennt.“

- **Ansprechpartner:innen für den ländlichen Raum.**
- Über **übergeordnete Stelle** eine Bereitstellung von Kontakten zu Fachleuten, wie zum Beispiel Medienpädagog:innen, die man für bestimmte Projekte buchen kann.
- Dass es nicht an persönlichen Erfahrungen hängt, dass Bildungseinrichtungen den Weg zu Angeboten der Stadtbibliothek finden, sondern dass es **fest geregelt** sein sollte, dass sie mit der Stadtbibliothek zusammenarbeiten. Eine Idee: In jeder Einrichtung eine feste Stelle zum Thema „Kulturelle Bildung“, über die es dann die nötigen festen Strukturen geben kann.

Finanzierung

- **Mitteilung von Möglichkeiten der Finanzierung** oder Bezuschussung durch das Land oder andere Institutionen.
- **Recherchestipendien**
- **Standardbudgets für weitere Angebote;** Budget, um zum Beispiel eine:n eigene:n Medienpädagog:in einzustellen.
- Die Budgetierung, die uns bessere Arbeit ermöglichen würde.

Förderungen

- **Mehr Förderung und Finanzierung** für den Erhalt des Hauses gewünscht und für die hausinterne Anpassung an moderne Standards.
- **Sichere Förderungen** auch von außen (Drittmittel).
- Ich benötige eine **dauerhafte Förderung** (zum Beispiel eine Leistungs- und Finanzierungsvereinbarung) und **eine fest angestellte Person**, die sich um Förderanträge und Fördermöglichkeiten kümmert. Dann können Bildungsangebote geplant und gleichzeitig Menschen in der kulturellen Bildung ausgebildet werden. Nachwuchs mit Perspektiven zu auszubilden, ist sehr wichtig.
- **Förderungen** sind wichtig, um Angebote machen zu können und unbeschwert kreativ arbeiten zu können.
- **Mehr Zeit bei der Antragstellung in Förderprojekten:** Oftmals sind die Antragsfristen so kurz, dass es schwer ist, ein förderfähiges Projekt zu entwickeln und unter großem Zeitdruck gehandelt werden muss.
- Mehr **Unterstützung** bei **Beantragung von Fördergeldern**.

Sockelfinanzierung

- **Sockel-/Basisfinanzierungen**, um Existenzangst entgegenzuwirken.
- Aufgrund des fehlenden Raumes ist es schwierig, neue Personen in die Arbeit des Museums einzubinden. Der Aufwand für die Ausstellungen ist folglich sehr hoch. Ebenso ist das vorhandene ehrenamtliche Personal teilweise stark belastet. **Langfristige Förderungen und eine Sockelfinanzierung wären hilfreich.**
- **Langfristige Finanzierung** beziehungsweise eine ausreichende Sockelfinanzierung durch Vereinsmitglieder

Finanzielle Unterstützung

- Wir benötigen eine **bessere und gesicherte finanzielle Unterstützung**, um unter anderem Personal angemessen zu bezahlen.
- **Finanzielle Unterstützung** (Spenden und Fördergelde), auch da insbesondere Dampflok besonders Pflege und teure Betriebsstoffe benötigen.
- **Finanzielle Unterstützung von Projektideen** wäre hilfreich.
- Eine **Finanzelle Unterstützung** durch Seiten der Stadt, des Kreises, et cetera.
- Direkte Unterstützung durch Ressourcen beziehungsweise eine **direkte Finanzierung**.
- Das Ensemble Horizonte wird hauptsächlich vom Land NRW gefördert. In den letzten Jahren haben die lokalen Träger (Landesverband, der Kreis und die Stadt Detmold) mit jedem Jahr sehr radikal ihre Unterstützung gekürzt. Was man also braucht – das ist die **finanzielle Unterstützung**.
- Sie bräuchten eine grundlegende **finanzielle Absicherung**, da die Förderung durch die Stadt Paderborn nun wegfällt und Sie selbst nicht genug Eigenfinanzierung haben eventuell **Hinweise bezüglich neuer Förderungsmöglichkeiten** mitteilen.

Weitere Ressourcen

- Sie suchen einen **Webseiten-Administrator**.
- **System-Anpassung auf der Seite der GEMA**
- Ein **Finanz- sowie Rechtsexperte** wird benötigt.
- Mehr **Stellen für Musikschullehrer:innen**
- **Weniger Aufwand** bei der Bürokratie

Unterstützung

- Die Institution benötigt mehr Hilfe der **eigenen Leute und es besteht der Bedarf an weiteren Mitgliedern**.
- **Bessere technische Unterstützung** wäre gut.
- **Unterstützung von Projekten** von Einzelkünstler:innen.
- Man sollte die (bürgerschaftlichen) Institutionen auf dem Land nicht allzu sehr aus den Augen verlieren (nicht nur an die Institutionen in der Stadt oder größeren Kommunen denken) - **Mehr Unterstützung direkt bei den ländlichen Institutionen**.
- **Miteinbeziehung von großen regionalen Unternehmen zur beidseitigen Unterstützung** (Beziehung auf einer Augenhöhe, Gleichberechtigung beider Seiten).
- Mehr **Unterstützung bei der Ausbildung** von jüngeren Menschen, durch die Institutionen.
- **Unterstützung** bei der Frage, wie man **Ehrenamt attraktiver machen** kann.

Räumlichkeiten und Ressourcen

- Wunsch nach einem **Raum, der kostenlos zur Verfügung steht**.
- **Ausbau von Parkmöglichkeiten** bzw. Schaffung von Parkmöglichkeiten.
- Mehr **Bereitstellung von Ressourcen** von Seiten der Institutionen.
- **Räumliche und finanzielle** Unterstützung.

Austausch und Netzwerk

Netzwerke

- **Ein Netzwerk**, das unter „Herausforderungen“ beschrieben wurde. Dieses Netzwerk müsste von einer „übergeordneten Institution oder Person“ ins Leben gerufen, koordiniert, moderiert und gepflegt werden. Für die Vernetzung wäre dann eine **Website** sehr hilfreich, auf der konkrete Pläne und Anfragen kommuniziert werden können.
- **Netzwerke** sind gut, müssen aber funktionieren indem **offen miteinander umgegangen wird**, dies funktioniert allerdings nicht immer.
- Veranstaltungen für das Schaffen von Netzwerken sind sehr wichtig. (**Vernetzungstreffen**)

- **Nur ein Netzwerk von kulturellen Institutionen reicht nicht**, man sollte sich auch mit Unis, Schulen, Berufskollegs zusammenschließen, um zu zeigen, welche kulturellen Angebote es gibt.
- Die Kulturscheune sowie andere Ländliche Kultureinrichtungen sind dabei ein **Netzwerk aufzubauen**, daher wünschen sie sich **dabei Unterstützung**.
- **Koordination der kulturellen Impulse** der lokalen Kultureinrichtungen und Kulturschaffenden untereinander
- Ein **Netzwerk** würde bestimmt eine positive Wirkung haben.

Austausch und Vernetzung

- Durch **bessere Vernetzung** können mehr Menschen angesprochen werden und man kann sich besser gegenseitig bei Problemen, in der Ausbildung, ... unterstützen - Durch die Verbindung einzelner Vereine kann man voneinander besser profitieren.
- **Intensiverer Austausch** mit Kooperationspartner:innen (Schulen, Kindergärten).
- Gute Vernetzung ist vorhanden, aber erfordert gute **Pflege**.
- **Austausch- und Vernetzungsmöglichkeiten** sollten vermehrt angeboten werden.
- Auch die **Vernetzung zwischen dem Ensemble und den Kulturbeauftragten** der Region könnte intensiver sein.
- **Absprachen und Teamevents für Haupt- und Ehrenamtliche** verbessern.
- Es besteht der konkrete Wunsch nach einer **regelmäßigen Mitgliedereinladung**, wie zweimal im Jahr, um einen gemeinsamen Nachmittag zum Informationsaustausch zu initiieren. Um auch ruhende Vereinsmitglieder vielleicht ein bisschen mehr zu aktivieren.
- **Kommunikationsprozess** bei den Mitgliedern verstärken.

Es läuft bereits gut

- **Ansprechpartner:innen und Netzwerke sind da** und der Austausch läuft gut.
- **Ein großes Netzwerk ist vorhanden** und die Zusammenarbeit ist gut.
- Es ist darauf hinzuweisen, dass während der Corona-Pandemie große **finanzielle Hilfen** von der Regierung kamen, die zwar nicht jede:r in Anspruch nehmen konnte, aber **dennoch sehr gut und hilfreich waren**.
- **Es gibt bereits viel Unterstützung**. Die Geschäftsstelle Ehrenamt des Kreises Höxter stellt hierbei eine große Hilfe dar.
- Der **Kulturamts-Newsletter ist sehr unterstützend**.

Weiteres

- Es gibt die Idee des Angebots eines „**Kultur-Schecks**“, angelehnt an die Idee des Heimat-Schecks.

- In der Arbeit des Vereins eine **weitere wichtige Facette** der Kulturarbeit zu sehen, neben den „klassischen“ Kulturorten, wie zum Beispiel Theater und Kunstmuseum.
- **Aufrechterhaltung der vorhandenen Fürsprache** in der Stadtpolitik für das Theater.
- **Regionale Ausschreibungen für professionelle Künstler:innen.**
- **Gesellschaftliche Anerkennung**

11. Abschluss

Haben wir etwas vergessen, was Sie gerne noch ansprechen würden?
Was klingt vom Gespräch nach?

- Es besteht der **Wunsch nach noch mehr Resonanz**, weil alle Menschen, die dort tätig sind, sehr bemüht sind und Spaß an ihrer Arbeit haben.
- **Es gilt ein Großer Dank an das Ehrenamt.** „Das Ehrenamt ist der Kitt, der unsere Gesellschaft zusammenhält.“
- Es ist wichtig, das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass **Amateurmusikvereine Akteur:innen kultureller Bildung** sind, wodurch gezeigt wird, dass das Ehrenamt selbst Kulturelle Bildung betreibt.
- Es gibt die Idee eines **offenen Stammtischs für Kulturschaffende** aus der freien Szene mit Kulturschaffenden aus großen Institutionen.
- Ich freue mich, die **Gesellschaft in Bewegung** in Bielefeld noch **bekannter zu machen** und auch **Projekte zu entwickeln, die über Bielefeld hinaus strahlen**. Netzwerke in Bielefeld sind sehr verlässlich, so dass es ein gutes Potential für kulturelle Bildung gibt.
- Wir bemühen uns derzeit darum, dass wir ein **Integrationsbetrieb** werden und als solcher auch anerkannt werden.
- Um Kultur wach zu halten, ist der **Zusammenhalt und die Zusammenarbeit der Kultureinrichtungen** in der Region wichtig.