

Beteiligungsorientierte Untersuchung zur Entwicklung eines neuen, zentral gelegenen Kulturraums in Kaufbeuren

Zentrale Ergebnisse der Einzelinterviews

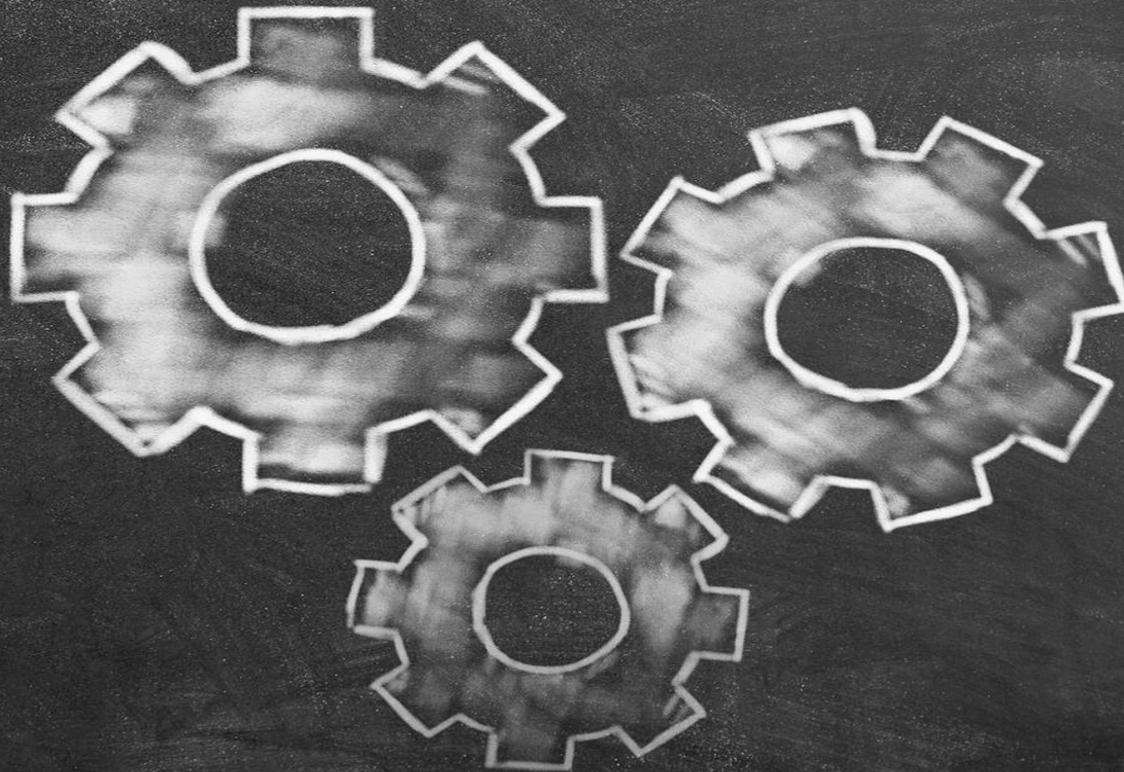
Céline Kruska & Dr. Yvonne Pröbstle | Agentur Kulturgold

Stand: 05. Juni 2023

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Methodik



Planung, Durchführung und Auswertung

- Leitfadengestützte Einzelinterviews mit 23 Vertreterinnen und Vertretern aus Kultur, Politik und Soziales in Kaufbeuren zu Fragen in den Themenblöcken:

- I. Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung
- II. Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept
- III. (Raum-)Bedarfe und Immobilien
- IV. Trägerschaft und Betreibermodell
- V. Ausblick

- Durchführungszeitraum: 2. bis 25. Mai 2023
- digitale Durchführung über die Videokonferenzplattform ZOOM
- Auswertungsmethode: zusammenfassende Inhaltsanalyse
- Durchführung und Auswertung: Céline Kruska, Dr. Yvonne Pröbstle (Agentur Kulturgold)
- Koordination: Lea Guggemos, Günther Pietsch (Stadt Kaufbeuren, 205 Kultur)

KULTURGOLD

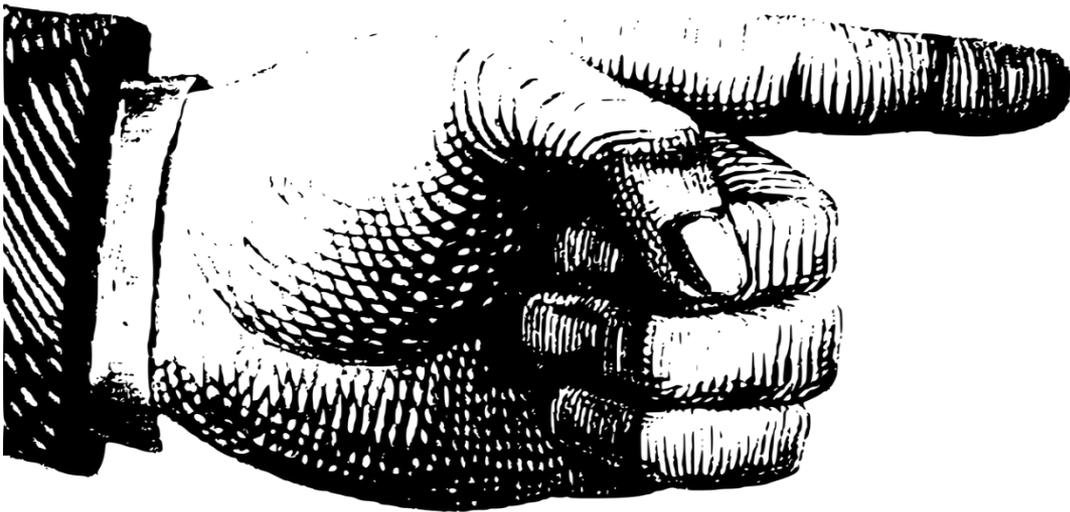
KONZEPTE UND TATEN

Ergebnisse



KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



I. Kapitel
Kulturorte in Kaufbeuren:
erste Einschätzung

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte/-angebote werden von der Bürgerschaft gut angenommen?

- Die Befragten führten vergleichsweise häufig Angebote, Akteur*innen und Orte aus der Sparte der **Darstellenden Kunst** auf:

Kulturwerkstatt

Stadttheater

Kulturring

Podium

Stadtsaal



sehr viele engagierte
Laientheatergruppen

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte/-angebote werden von der Bürgerschaft gut angenommen?

Ebenfalls genannt wurden (in alphabetischer Reihenfolge):

- Altstadtsummer
- Bibliothek
- Jordanpark
- Kunsthaus
- Museen (u.a. Stadtmuseum Kaufbeuren, Isergebirgs-Museum Neugablonz)
- Musikschule
- Roundhouse Club & Bar
- Sound am Markt
- Stadtjugendring (u.a. Eckpunkt, Haus der Demokratie)
- Tänzelfest(platz)

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte/-angebote fehlen?*

Alle Befragte stellten unabhängig voneinander Raumbedarfe fest und betonten, dass es nicht an engagierten Akteurinnen und Akteuren bzw. Angeboten fehlt, vielmehr jedoch adäquate Räumlichkeiten nicht vorhanden oder überbelegt (z.B. Stadttheater) sind.

Raumbedarfe, die wiederholt artikuliert wurden, sind:

- Multifunktionale Proben- und Aufführungsräume (inkl. Bühne) für (Nachwuchs-)Musiker*innen und Lientheater sowie andere Kulturveranstaltungen (z.B. Vorträge)
- Räume, in denen Jugendliche kulturell gestalten und kreativ sein können (z.B. Probenräume für Bands, Tonstudio) (»Ort für Jugendkultur«)
- Ausstellungsort für Einzel- und Verbundausstellungen von Bildenden Künstler*innen (Laienkunst bis semi-professionell)
- (Atmosphärischer) Ort der Begegnung und des Austausches für Kultur- und Kreativschaffende und Kulturvereine (inkl. Vereinsräumlichkeiten); Ort für gemeinsame Projekte und Veranstaltungen

Erkennbar ist bei diesen Raumbedarfen ein Fokus auf der Breitenkultur und der Nachwuchsförderung in der Stadt Kaufbeuren.

* Es handelte sich hierbei um eine erste Einschätzung der Befragten. Eine weitere Beschäftigung mit dieser Frage folgte im Interviewverlauf. Vgl. dazu die Folien Nr. 14f.

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte/-angebote fehlen?

Darüber hinaus wurden weitere Raumbedarfe artikuliert, die jedoch tendenziell Einzelmeinungen repräsentieren oder weniger häufig genannt wurden (in alphabetischer Reihenfolge):

- Kulturzentrum für Auftritte überregional bekannter Künstler*innen (vgl. bigBOX ALLGÄU)
- Ort für Artist-in-Residency-Programm für professionelle Bildende Künstler*innen
- Ort für handwerkliche und kreative Kurse
- Ort für **interkulturelle** Begegnungen und Veranstaltungen
- Ort für **museumsnahe** Veranstaltungen
- Ort für **Open Air-Veranstaltungen**

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

Aufwertung der Innenstadt durch einen neuen Kulturort im Herzen von KF?

Die Gesprächspartner*innen waren verschiedener Meinungen und brachten folgende Pro- und Contra-Argumente vor:

Pro	Contra
Bisherige kulturelle Zwischennutzungen haben eine sehr gute Resonanz erzielt. D.h. die Nachfrage ist vorhanden, und Leerstand ist ein großes Thema in der Innenstadt. Für nachhaltige Effekte braucht es jedoch dauerhafte Lösungen , z.B. in Form eines Kulturzentrums.	Kultur wird für Wirtschaft instrumentalisiert ; die Planung droht an den Bedarfen von Kulturschaffenden vorbeizugehen.
Die Zukunft der Innenstädte liegt nicht ausschließlich im Handel . Es bedarf vielmehr einer Mischnutzung. Kultur- und Freizeitangebote stellen dabei eine von mehreren Säulen dar.	Die Wirkung von Kultur wird überbewertet; kein »Heilsbringer« .
Zielgruppenspezifische Kulturangebote könnten die Innenstadt für Jugendliche attraktiver machen.	Auflagen in Innenstadt (v.a. wegen Lärmbelästigung) stehen Raumbedarfen (s. Probenräume, Veranstaltungen) gegenüber.
Eine innerstädtische Lage könnte der Kultur und den Kulturschaffenden mehr Sichtbarkeit verleihen.	Es gibt wenig direkte Parkmöglichkeiten in der Innenstadt (für Publikum, aber auch für Anlieferung herausfordernd, siehe bspw. Equipment Musiker*innen).
Es gibt vergleichsweise wenig innerstädtische Kulturangebote , d.h. mit einem Kulturzentrum könnte eine Lücke geschlossen werden.	
Einzelhandel und Gastronomie könnten vom Kulturpublikum profitieren. Auch eine Zusammenarbeit wäre denkbar (z.B. Weinseminare).	

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte in anderen Städten könnten für KF beispielgebend sein?

- **Ballonfabrik Augsburg**
Kulturzentrum fabrique unique in privat-gemeinnütziger Trägerschaft eines Vereins; u.a. Konzerte, Kleinkunst und Theater; Förderung von unbekanntem Künstlerinnen und Künstlern sowie Nachwuchsbands
- **Container Collective, München**
Gastronomie, Kunst und Kultur, Einzelhandel in 39 ausgerichteten Schiffscontainern auf dem Werksviertel-Mitte
- **Festspielhaus Füssen und Landestheater Schwaben, Memmingen**
Beispiele für Häuser mit einem überregional attraktiven Programm
- **Gasteig in München**
Beispiel für ein Kulturzentrum mit verschiedenen Institutionen unter einem Dach (u.a. Münchner Stadtbibliothek, Münchner Volkshochschule und Münchner Philharmoniker)
- **Grandhotel Cosmopolis, Augsburg**
Umnutzung eines ehemaligen Altenheims; u.a. mit Ateliers und Galerie, (Asyl-)Hotel, Gastro und Kulturprogramm; Träger Grandhotel Cosmopolis e.V.
- **includi by aatvoos**
Niederländisches Architekturbüro, das auf die Konzeption sog. »Dritter Orte« spezialisiert ist.

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte in anderen Städten könnten für KF beispielgebend sein?

- **Jugendhaus Kempten**
Einrichtung eines Tonstudios für junge Musiker*innen
- **Kleinmarkthalle Frankfurt a.M.**
Niederschwelliger Begegnungsort mit gastronomischen und punktuell musikalischen Angeboten
- **Kreismusikschule Erding**
Beispiel für eine Musikschule, die auch als Kulturzentrum fungiert, weil sie ein breites musikalisches Veranstaltungsangebot vorhält.
- **Kultur- und Bildungsstätte Kloster Posa(Brandenburg)**
Wiederbelebung des Klosters u.a. mit pädagogischen Angeboten wie einer Umweltwerkstatt, Siebdruck- und Medienwerkstätten sowie breitgefächerten Kulturveranstaltungen; Träger Kultur- und Bildungsstätte Kloster Posa e.V.
- **Kulturwerkstatt auf AEG, Nürnberg**
Kulturzentrum mit Kurs- und Übungsräumen, Veranstaltungssälen und einer Gastronomie auf dem ehemaligen AEG-Werksgelände; ansässige Institutionen u.a. KinderKunstRaum und Musikschule Nürnberg
- **Leutkircher Bürgerbahnhof**
Sanierung und Belebung des Leutkircher Bahnhofs durch die Bürgerschaft; Träger Leutkircher Bürgerbahnhof eG

Kulturorte in Kaufbeuren: erste Einschätzung

KULTURGOLD

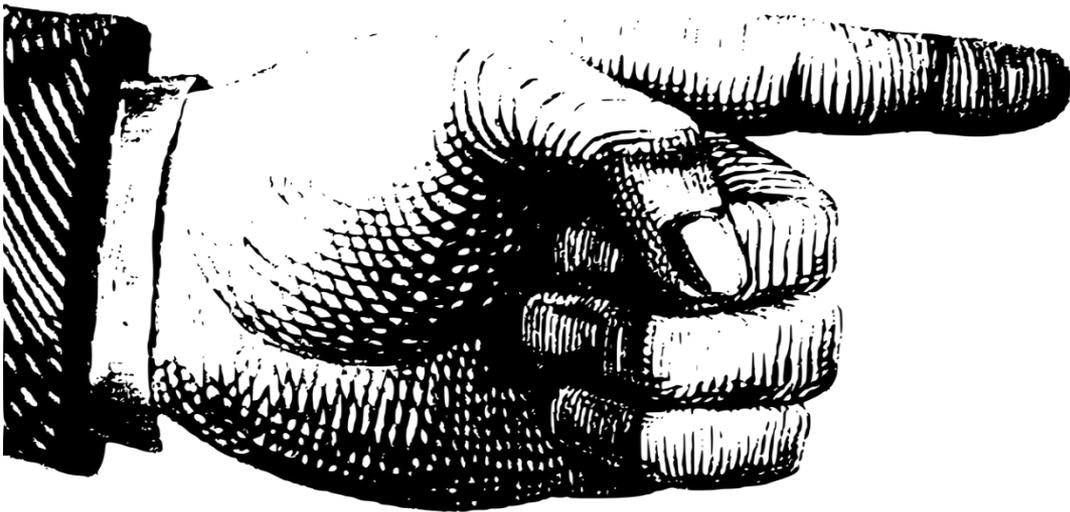
KONZEPTE UND TATEN

Welche Kulturorte in anderen Städten könnten für KF beispielgebend sein?

- **Modeon, Marktoberdorf**
Veranstaltungshaus der Stadt Marktoberdorf mit Kultur- und Veranstaltungsprogramm; neun verschiedene Raumgrößen
- **Oodi Helsinki (Zentralbibliothek)**
Nicht-kommerzieller, öffentlicher Raum (sog. »Dritter Ort«) im Herzen von Helsinki, neben Zentralbibliothek und sog. Bürgerplatz u.a. Werkstätten für digitale Arbeitstechniken, Musik- und Filmstudios, offene Arbeitsplätze, an denen die Bürgerinnen und Bürger sich gegenseitig beim Umgang etwa mit Nähmaschinen und Computern helfen, Räume für Treffen von Interessengruppen verschiedenen Umfangs und eine Nachbarschaftsküche.
- **Umnutzung ehemaliger Kaufhäuser**
Beispiele u.a. in Chemnitz, Lünen, Neuss,
siehe https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/stadt-pilot/2022/stadt-pilot-22-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=2
- **Verpackerei Görisried**
Ausstellungshalle für nationale und internationale Bildende Künstlerinnen und Künstler; initiiert und kuratiert von den Privatpersonen Michaela und Bruno Wank

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



II. Kapitel Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

Welche programmatischen Schwerpunkte und Nutzungen werden vorgeschlagen?

Wo liegen Schnittmengen? Entstehen soll nach Meinung der Befragten ein Kulturort,

- ...der als Bürgerplatz Raum für Begegnung, Austausch und Mitgestaltung schafft. Die Kaufbeurerinnen und Kaufbeurer können dort verweilen, ins Gespräch kommen oder gezielt Veranstaltungen besuchen und Angebote (z.B. Kreativkurse) wahrnehmen bzw. (mit)gestalten.
- ...der als Treffpunkt für ehrenamtliche und hauptamtliche Kulturschaffende jeder Sparte fungiert und nicht nur durchlässig ist, sondern zur Vernetzung mit der Bürgerschaft und Akteurinnen und Akteuren aus den Bereichen Bildung, Soziales und Wirtschaft einlädt. – Ein Ort, wo aus Dialog und Ideen ggf. gemeinsame Projekte entstehen.
- ... der ein Ort der Möglichkeiten ist, weil er Räume und Ausstattung für unterschiedliche kulturelle und kulturnahen Interessen, Engagements und Professionen bereit hält. Kulturschaffenden finden dort Proben- ebenso wie Aufführungs-/Präsentationsräume. Darüber hinaus kann hier jede Kaufbeurerin und jeder Kaufbeurer seine eigene Kreativität entdecken und ausleben.

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche programmatischen Schwerpunkte und Nutzungen werden vorgeschlagen?

Was der Kulturort eher weniger bis gar nicht sein soll:

- Ein Ort, der primär als Veranstaltungsstätte dient.
- Eine Bühne für überregional bekannte Künstlerinnen und Künstler.
- Ein exklusiver Ort für Hoch- oder Subkultur.
- Ein spartengebundener Ort.
- Ein von Einzelinteressen dominierter Ort.
- Ein ausschließlicher Treffpunkt und Probenort für Kulturschaffende.
- Ein Ort, der die Stadtgesellschaft auf die Rolle von Rezipientinnen und Rezipienten reduziert und mit seinen Angeboten einen Großteil der Bevölkerung ausschließt.

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche programmatischen Schwerpunkte und Nutzungen werden vorgeschlagen?

Ausgewählte O-Töne:

- »Eine Veranstaltung vom **Heimatverein** muss hier ebenso seinen Platz haben wie eine Veranstaltung vom **Museum**. Idealerweise gibt es auch Überschneidungen bzw. gemeinsame Veranstaltungen.«
- »Es geht um eine neue **Spielstätte**, um neue Räume, aber auch um einen Ort, der Menschen aus den ›Sofaritzen‹ zieht, der sie inspiriert und motiviert selbst künstlerisch aktiv zu werden.«
- »Es sollten echte **Gestaltungsmöglichkeiten**, nicht nur Spielmöglichkeiten geschaffen werden.«
- »Es gibt einen zentralen ›**Marktplatz**‹, der als Treffpunkt fungiert, und darum herum gruppieren sich Räume mit unterschiedlichen Angeboten.«
- »Es soll ein zivilgesellschaftlicher, wenig formalisierter kultureller Kristallisationspunkt sein. Ein Ort des Austausches und der Begegnung, an dem Ehrenamt neu gedacht wird. Ein Ort, an dem der Fokus **nicht** auf den **lokalen Kulturschaffenden**, sondern auf einer **diversen Gesellschaft** liegt.«

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mit welchen Maßnahmen kann es gelingen, einen möglichst NIEDERSCHWELLIGEN Ort zu schaffen?

Architektur und Lage

- Zentrale Lage = Sichtbarkeit.
- Große Schaufenster gewähren Einsicht, strahlen Offenheit aus und erzeugen Neugierde.
- In der Ausstattung darf der Ort durchaus »unperfekt« anmuten, er sollte nicht »geschleckt« wirken. Eine Erstaussstattung könnte z.B. durch Möbel-Spenden oder Flohmarkt-Mobiliar erfolgen.
- Künstlerinnen und Künstler könnten den Ort ggf. gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern gestalten bzw. es könnten sich Gruppierungen finden, die für einzelne Räume/Aktivitäten (Mit-)Verantwortung übernehmen.
- Voraussetzungen für eine barrierefreie und eine inklusive Nutzung sollten bereits bei der Planung berücksichtigt werden.

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mit welchen Maßnahmen kann es gelingen, einen möglichst NIEDERSCHWELLIGEN Ort zu schaffen?

Gastronomie

- Café mit Theke/Informationsschalter als erste Anlaufstelle und Treffpunkt.
- Gastronomische Angebote (in Kombi mit Musik) als »Eisbrecher«: gemeinsame Kochangebote (z.B. »AK Asyl lädt ein«, generationenübergreifende/inklusive Kochangebote) oder Open Kitchen (d.h. Küche kann gemietet, z.B. für Abende mit Freundinnen und Freunden).
- ABER: Einrichtung einer Gastronomie sorgfältig prüfen. Es sollten keine Konkurrenzangebote geschaffen werden.
- Ggf. eine selbstverwaltete Lösung, um auch Zusammenhalt zu fördern (»Kultur macht Gastro«).

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mit welchen Maßnahmen kann es gelingen, einen möglichst NIEDERSCHWELLIGEN Ort zu schaffen?

Digitale und hybride Angebote

- Mit Hilfe eines digitalen Schaufensters (im Außenbereich/Schaufenster der Immobilie, in der App, s.u.) könnten sich potenziell Interessierte einen ersten Eindruck verschaffen, wie die Räume eingerichtet und ausgestattet sind und welche Angebote es vor Ort gibt.
- Mit Hilfe einer App könnten Informations- und Serviceangebote kombiniert werden, z.B. Belegung und Reservierung von Räumen, Buchung von Kursen.
- Bei Kreativangeboten sollten digitale Arbeitstechniken mitgedacht werden, z.B. Kunstkurs mit iPads; konkrete Angebote zur Schulung der Medienkompetenz (für verschiedene Altersgruppen und/oder generationenübergreifend).

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mit welchen Maßnahmen kann es gelingen, einen möglichst NIEDERSCHWELLIGEN Ort zu schaffen?

Angebote und Programm

- Keine Verkürzung auf engen Kulturbegriff; Begegnung und Austausch sollte im Vordergrund stehen (kann z.B. auch über einen Nähkurs erfolgen).
- »Im Quartier denken«: Anwohnerinnen und Anwohner sowie Akteurinnen und Akteure im Quartier (z.B. Einzelhandel, Schule, Sozialverband) direkt in Angebotsgestaltung miteinbeziehen.
- Angebote für Familien sollten an den Vormittagen und Nachmittagen stattfinden. Mit Kinderbetreuung/Spielmöglichkeiten für Kinder (z.B. Kletterwand, Bällebad, Auswahl an Gesellschaftsspielen) Anreize für Aufenthalt von Familien schaffen. Kulturangebote für Eltern machen (z.B. Konzerte), bei denen Kinder herzlich willkommen sind.
- Gezielt Räume schaffen, wo junge Menschen sich ausprobieren (z.B. Tonstudio oder Graffiti-Fläche), von Anderen lernen (z.B. handwerkliche Tätigkeit) oder selbst Wissen weitergeben können (z.B. Medienkompetenz).
- Serviceangebote für Kulturschaffende machen, bspw. Beratung und Weiterbildung (zu Fragen der Selbständigkeit, Fördermöglichkeiten etc.).

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Mit welchen Maßnahmen kann es gelingen, einen möglichst NIEDERSCHWELLIGEN Ort zu schaffen?

Weitere Überlegungen

- Eine Willkommenskultur verhandeln und etablieren, die von den Akteurinnen und Akteure vor Ort gelebt wird.
- Regelmäßige Öffnungszeiten sollten gewährleistet sein.
- Es darf vor Ort keinen Konsumzwang geben (nicht-kommerzieller Raum).
- Ein Kontingent an Räumen/Aufenthaltsflächen sollte stets kurzfristig belegbar sein.
- Der Ort sollte niemanden »gehören«.
- Öffentliche Toilette und Wickelmöglichkeiten einplanen.
- Zugang zu freiem WLAN gewährleisten.

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche Funktion könnte der Kulturraum als außerschulischer kultureller Bildungsort übernehmen?

- Bedarf von Kitas und Schulen vorhanden; Ganztageschulen und Ferienbetreuung als Potenziale.
- Auf Expertise von Akteurinnen und Akteure zurückgreifen, die bereits Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Kindertagesstätten und Schulen haben (z.B. querKUNST, Stadtmuseum).
- Außerschulische Räume = größere Offenheit und Aufmerksamkeit von Schülerinnen und Schülern, andere Möglichkeiten der Vermittlung.
- Angebote machen, mit denen sich Schülerinnen und Schüler selbst erfahren und erproben können, z.B. künstlerische Persönlichkeitsbildung; sicheres Auftreten und Sprechen; Berufsorientierung.
- Neuer Kulturraum könnte Ort für politische Bildung und Erinnerungskultur sein (z.B. Outreach-Angebote des Stadtmuseums).
- Mehrgenerationenansatz fördern: Jugendliche und Erwachsene können voneinander lernen, z.B. können Jugendliche digitale Kompetenz vermitteln, Erwachsene lebenspraktische Erfahrungen.
- Förderung von Kultureller Bildung darüber hinaus zur Gewinnung von Fördermitteln ggf. sinnvoll.

Programmschwerpunkte und Nutzungskonzept

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Gibt es bestehende Institutionen, die an einem solchen Kulturort ein neues Zuhause finden und dort eine tragende Rolle spielen könnten?

Der Großteil der Befragten nannte konkrete Einrichtungen, punktuell gab es jedoch auch Stimmen, die sich dafür aussprachen, den neuen Kulturort losgelöst von solchen Einrichtungen zu denken:

Welche Einrichtungen kommen in Frage?

Bibliothek

»Alle Einrichtungen, die einen professionellen Anspruch haben und eine entsprechende Ausstattung benötigen, sollten an ihren Plätzen bleiben – mit Gastspielen am neuen Ort.«

querKUNST

»Die Institutionen sollten ihre Eigenständigkeit behalten. Alles andere schießt über das Ziel hinaus.«

»Die Keimzelle muss aus der Bürgerschaft kommen.«

Kulturring

Stadtjugendring/ Eckpunkt

Kaufbeurer Künstler Stiftung

Podium

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



III. Kapitel (Raum-)Bedarfe und Immobilien

(Raum-)Bedarfe und Immobilien

Welche konkreten Raumbedarfe bestehen hinsichtlich Funktion und Ausstattung?

Ein großer zentraler, multifunktionaler **Veranstaltungsraum**

- mit Ausstattung für v.a. Konzerte und Ausstellungen (D.h. Bühne, Licht- und Tontechnik; Hängesystem und Beleuchtung), aber z.B. auch für Tanzveranstaltungen oder Vorträge; ggf. mit Möglichkeit der Raumteilung
- Für 50 bis max. 500 Personen [Bzgl. der erforderlichen Raumkapazitäten, fiel das Urteil der Befragten sehr unterschiedlich aus]
- Mit integrierter oder angebundener Küche, Bar/Café oder Gastronomie [Welche gastronomische Lösung wäre mit Blick auf die Situation in der Innenstadt und die zu wählende Immobilie sinnvoll?]

Probenraum/-räume für Musikerinnen und Musiker

- Schallgedämpft und gut ausgestattet, so dass ein semi-professionelles Niveau möglich ist
- Tonstudio für Musikaufnahmen

(Raum-)Bedarfe und Immobilien

Welche konkreten Raumbedarfe bestehen hinsichtlich Funktion und Ausstattung?

Mehrere kleinere Räume für Kurse und Seminare zur Vermietung

- z.B. Ateliers und Werkräume für jeweils ca. 15 Teilnehmende, funktionales Mobiliar inkl. Fußboden, Wasseranschluss
- z.B. Technikräume zur Produktion von Videos und Podcasts

Ein zentraler, gut gelegener Begegnungsraum

- Möglichst nah am Eingang der Immobilie gelegen; gut einsehbar
- Ggf. in Kombination mit multifunktionalem Veranstaltungsraum und/oder Küche, Kaffee/Bar oder Gastronomie
- Mit kleinen Rückzugsmöglichkeiten/offenen Arbeitsplätzen, die ggf. nach Bedarf eingerichtet werden können

(Raum-)Bedarfe und Immobilien

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN

Welche konkreten Raumbedarfe bestehen hinsichtlich Funktion und Ausstattung?

Lager- und Besprechungsräume sowie Büros

- Lager- und Besprechungsräumen z.B. zur Nutzung für Vereine und Initiativen
- Bürokapazitäten abhängig von Betreibermodell

(Raum-)Bedarfe und Immobilien

Welche bestehenden Immobilien bzw. Raumlösungen kommen in der Innenstadt kommen in Frage?

Von den Befragten wurden auffallend häufig folgende leerstehenden Immobilien genannt:

Ehemaliges Modehaus
ADLER

Ehemaliger
Innenausstatter
Geyrhalter

Ehemaliges Modehaus
K&L Ruppert

Ehemaliges Modehaus
C&A

Was spricht für diese Immobilien? Was gilt es zu bedenken?

- Zentrale Lage, gute Erreichbarkeit
- Große Schaufensterflächen als Chance für einen barrierearmen Zugang
- Adäquate Flächen für eine multifunktionale Nutzung und einen repräsentativen Kulturort für die Bürgerschaft
- Keine anderweitige, nachhaltige Nutzungsperspektive für diese großen Einzelhandelsflächen (s. auch andere Städte)
- Ertüchtigung vermutlich großer finanzieller Aufwand, ggf. schrittweiser Ausbau
- Ggf. Interessenskonflikte mit Anwohnerschaft
- Barrierefreiheit ggf. nicht vollumfänglich möglich

(Raum-)Bedarfe und Immobilien

Welche bestehenden Immobilien bzw. Raumlösungen kommen in der Innenstadt in Frage?

Vereinzelt wurden weitere Immobilien, auch außerhalb der Innenstadt, genannt.

Unterkellerte Räume unterhalb der Stadt als »ungehobener« Schatz

Standort in **Neugablonz**

Open Air-Fläche für größere Veranstaltungen

Kirchen

Veranstaltungssaal im Gablonzer Haus

Ehemaliges Feuerwehrmuseum

Alte Brauerei

Afraberg-Gelände

Altes MOM-Gelände

Ehemaliger Fliegerhorst

Spittelmühle

Areal beim Fünfkopfturm

(Raum-)Bedarfe und Immobilien

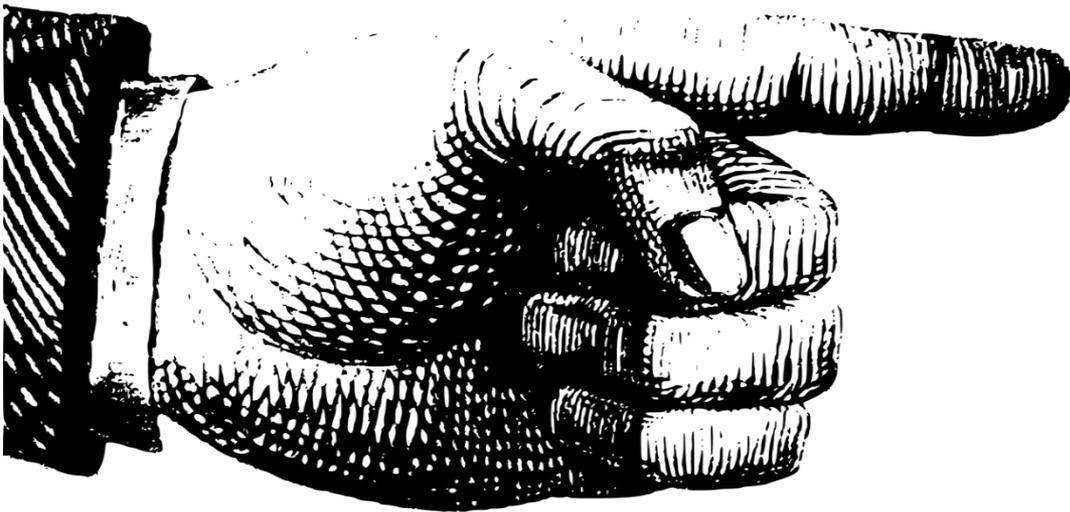
Welche bestehenden Immobilien bzw. Raumlösungen kommen in der Innenstadt kommen in Frage?

Verbunden waren diese Nennungen teils auch mit bewusster Kritik am innerstädtischen Ansatz, der nach Einschätzung weniger Befragter an den Bedarfen vorbeigeht – ausgewählte O-Töne:

- »Ein Kulturzentrum ist in der Innenstadt nicht zu realisieren. Es wird dort womöglich nur einen Ort für kleinere, ausgewählte Formate geben, aber nicht für ein großangelegtes Kulturzentrum.«
- »Der innerstädtische Ansatz ist falsch, weil Proben- und Aufführungsräume sich mit der Anwohnerschaft dort nicht realisieren lassen. Die Bestandsimmobilien decken auch die Bedarfe nicht ab. Und der Ansatz, dass Kultur ein Wirtschaftsfaktor sein soll und dafür vereinnahmt wird, ist ganz grundsätzlich falsch.«
- »Die Herausforderung ist, dass Kaufbeuren eigentlich eine geteilte Stadt ist. [...] Sollte man mit einem neuen Kulturraum nicht auch nach Neugablonz gehen? Dort trifft man Menschen, die nicht zu den klassischen Kulturnutzerinnen und -nutzern zählen.«

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



IV. Kapitel Trägerschaft und Betreibermodell

Welche Rolle übernehmen Stadt und Kulturakteurinnen und -akteure?

Trägermodelle

Die Befragten gehen mehrheitlich davon aus, dass die Stadt für die Mietkosten und die Ertüchtigung der Immobilie aufkommt.

Darüber hinaus wurden folgende Trägermodelle von den Befragten eingebracht:

- I. Die Stadt übernimmt die Trägerschaft und kommt für die Betriebskosten auf. Einnahmen werden ggf. über Untervermietungen und Fördermittel erzielt.
- II. Es wird eine rechtlich selbständige Organisation gegründet (z.B. Trägerverein, gGmbH, Genossenschaft). Mitglieder bzw. Gesellschafter ist ein Kreis von (Kultur-)akteurinnen und -akteuren, der die Immobilie regelmäßig bespielt und für die Programmgestaltung (mit-)verantwortlich zeichnet. Die Stadt erteilt einen Betriebskostenzuschuss und ist ggf. ebenfalls Mitglied bzw. Gesellschafterin. Weitere Einnahmen werden ggf. über Untervermietungen und Fördermittel erzielt.
- III. Eine bestehende (städtische) Einrichtung wird zum Hauptmieter und zeichnet als sog. »Ankereinrichtung« für den Betrieb verantwortlich. Die Stadt erteilt einen Betriebskostenzuschuss. Weitere Einnahmen werden ggf. über Untervermietungen und Fördermittel erzielt.
- [IV. Eine Kombination aus II und III.]

Welche Personalressourcen braucht es?

Suche nach einer »Gallionsfigur«

Die Befragten sind mehrheitlich skeptisch im Hinblick auf einer ehrenamtlichen Lösung und erachten die Schaffung von personellen Ressourcen als Voraussetzung für einen nachhaltigen Betrieb. Es braucht neben einem Facility Management eine/n hauptamtlichen Ansprechpartner/in und Zuständige/n, der/die die Konzeptentwicklung vorantreibt und mit der Inbetriebnahme die Aktivitäten vor Ort koordiniert, Impulse für Beteiligung, Kooperationen und Projekte gibt, für die Programmplanung (mit)verantwortlich zeichnet und Netzwerkarbeit betreibt.

Die Befragten machten zudem deutlich, das die Wahl dieser Personalie ganz entscheidend auf den Erfolg des Vorhabens Einfluss nimmt, dazu ausgewählte O-Töne:

- »Es braucht einen coolen Kopf, einen Kulturrockstar, der die Sache in die Hand nimmt und gleichzeitig die Verwaltung versteht.«
- »Benötigt wird eine starke Persönlichkeit mit Leuchtturmwirkung.«
- »Er darf nicht in eigenen Interessen gefangen sein, sondern es muss ein kulturbegeisterter Generalist sein.«

Welche Personalressourcen braucht es?

Verortung der Personalie

Es werden – im Abhängigkeit vom Trägermodell – drei mögliche Szenarien für die Besetzung der Personalie benannt:

- Die Stelle wird innerhalb der städtischen Verwaltung als Projektleitung angesiedelt, z.B. beim Kulturamt.
- Die Stelle wird bei einer bestehenden (Kultur-)Einrichtung angedockt, die als sog. »Ankereinrichtung« fungiert.
- Es wird eine rechtlich selbständige Organisationsform gewählt (z.B. Trägerverein, gGmbH); die betreffende Person übernimmt die Leitung dieser Organisation.

:

Wie das Vorhaben in die Umsetzung bringen?

GEMEINSAM in mehreren Schritten bespielen und erproben – ohne fertiges Konzept in der Schublade

Der Großteil der Befragten hält es für essenziell wichtig, den neuen Kulturort schrittweise ab 2024 unter regelmäßiger Beteiligung der Stadtgesellschaft zu entwickeln. Eine solche schrittweise Vorgehensweise hätte den Vorteil, dass bedarfsgerecht geplant und verschiedene Lösungen erprobt werden könnten. Zudem könnte die Identifikation mit dem Ort frühzeitig gefördert werden. Eher kritisch wird dagegen die Möglichkeit erachtet, zuerst in die Konzept- und Bauphase zu gehen, und erst dann mit der Bespielung zu beginnen.

Stellvertretender O-Ton:

»Man mietet ein großes Objekt an und fängt im Kleinen an, z.B. werden 10 Prozent der Fläche mit Ausstellungen, experimentellem Theater und Konzerten bespielt. Dann wächst das Haus langsam, man erschließt im nächsten Schritt Probenräume o.ä. Es wäre verkehrt zu bauen und dann erst zu bespielen. Es sollte vom Bedarf her gedacht werden. Dafür braucht es ein Bewusstsein.«

Wie das Vorhaben in die Umsetzung bringen?

Wie soll die Beteiligung der Stadtgesellschaft aussehen?

Es sollte eine Kommunikationsstrategie entwickelt werden, um über das Projekt und seine Fortschritte zu informieren. Beteiligung benötigt Kommunikation bzw. trägt bestenfalls nach einer Anschubphase selbst dazu bei, dass das Vorhaben an Sichtbarkeit gewinnt.

Die Befragten erachten verschiedene Möglichkeiten der Beteiligung als sinnvoll:

- Aufruf zur Beteiligung an die Bürgerschaft mit konkreten Aktionen vor Ort, z.B. Kick-off-Veranstaltung mit Einladung zur Beteiligung – Begegnung, Austausch und Bildung von Interessens- und Projektgruppen oder regelmäßige Angebote/Treffen, auch aufsuchende Beteiligungsformate für bestimmte Zielgruppen (z.B. Jugendliche: »Was machen sie? Was können sie? Was wollen sie anderen Kids zeigen?«).
- Regelmäßige Einladung der Kulturschaffenden, um über Fortgang des Projektes zu informieren und um Ideen und gemeinsame Projekte zu entwickeln.
- Regelmäßige Information der Bürgerschaft im Rahmen von Bürgerversammlungen.

Wie das Vorhaben in die Umsetzung bringen?

- Übernahme von Mitverantwortung in der Sanierungsphase: Bürgerinnen und Bürger und/oder Kulturschaffende bringen Zeit für die Sanierung/Ertüchtigung von Räumen ein.
- Stärkere Formalisierung der Beteiligung durch Schaffung eines Arbeitskreises oder eines Beirates, der die Akteurinnen und Akteure repräsentiert und die Konzeptentwicklung unterstützt.

Wie wollen sich die Befragten in der Planungs- und Realisierungsphase bringen?

Die Befragten artikulierten eine sehr hohe Bereitschaft, sich im weiteren Prozess einzubringen.

Die Unterstützerinnen und Unterstützer des Vorhabens lassen sich in drei Kategorien einteilen:

- Vertreterinnen und Vertreter von bestehenden, überwiegend hauptamtlich geführten (Kultur-)Einrichtungen, die bereit sind – im Rahmen vorhandener oder ggf. zusätzlicher Ressourcen – mit ihren inhaltlichen und/oder organisatorischen Kernkompetenzen zu unterstützen, z.B. Planung von Kursen und Veranstaltungen inkl. Erstellung von Belegungsplänen, Programmbeiträge zur Erinnerungskultur, Outreach-Ausstellungen
- Multiplikator*innen, die grundsätzlich in Kaufbeuren gut vernetzt sind und/oder als »Brückenbauerin« und »Brückenbauer« zu bestimmten Zielgruppen und Communities bauen können, z.B. in den Bereichen Bildende Kunst, Interkultur, Jugendarbeit
- Engagierte Bürgerinnen und Bürger mit Fachkompetenzen, die für den Planungs- und Realisierungsprozess äußerst wertvoll sein können, z.B. Architektur, Kommunikation, Stadtentwicklung

KULTURGOLD

KONZEPTE UND TATEN



IV. Kapitel
Ausblick

Welche Überschrift soll das Projekt tragen?

**Folgende Titel/Überschriften
wurden eingebracht:**

Kultur-
Schrannenhalle

KulturLAB

Die Kulturzentrale

Kultur findet
Innenstadt

Soziokulturelles
Zentrum

Alle-Zusammen-Haus

Kaufbeurens
Wohnzimmer

Kultur für alle

Teatro Kaufbeuren

Begegnungshaus der
kulturellen
Inspirationen

Kultur miteinander
leben

Haus der kulturellen
Begegnung

Schmiede der
kulturellen
Gemeinschaft

Kultur-Oase

SICHT-BAR

Haus der Kulturen

Kulturhaus
Kaufbeuren 41

Welche Überschrift soll das Projekt tragen?

Weitere Gedanken (jenseits konkreter Titelvorschläge):

- Name, der mit dem Ort in Verbindung steht.
- Name, der dem Ort eine neue Rahmung gibt (z.B. neuer ADLER).
- Fokus auf Austausch, Vernetzung und Zusammenarbeit legen.
- Internationaler, generationenübergreifender Ansatz.
- Kultur im Titel baut eventuell Barrieren auf.

Welche Impulse, Wünsche und ggf. Zweifel möchten die Befragten den Projektverantwortlichen mit auf den Weg geben?

Kommunikation und Beteiligung

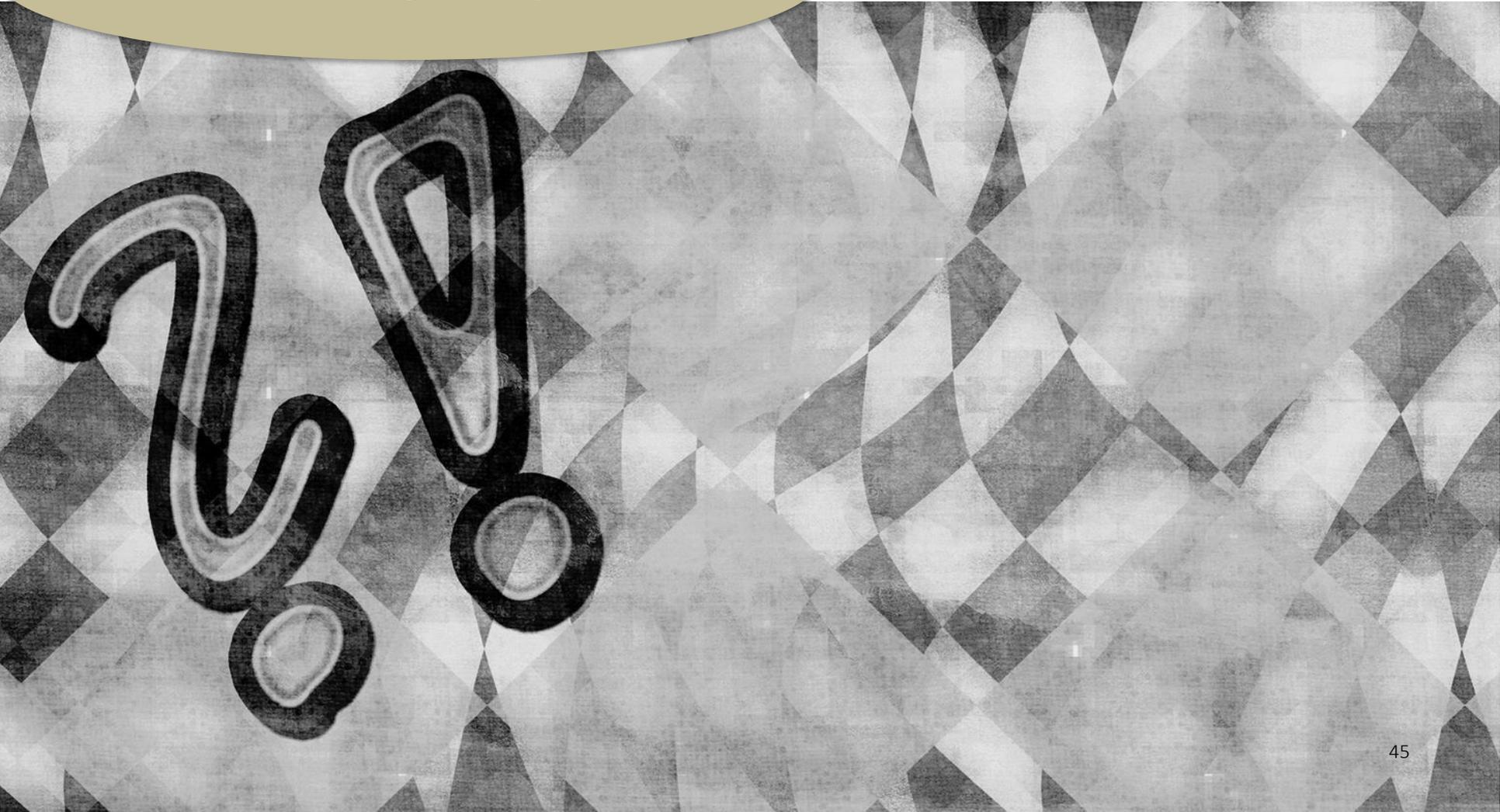
- Akteurinnen und Akteure zahlreich adressieren und auf dem Laufenden halten (»offen und transparent kommunizieren«).
- Als Gemeinschaftsprojekt kommunizieren (»kein Egozentrismus!«).
- Arbeitskreis o.ä. initiieren, der offen ist für all jene, die sich engagieren und ggf. den neuen Ort bespielen möchten.
- Bedarfe und Erwartungen ernstnehmen (»echte« Beteiligung), keine weiteren Enttäuschungen produzieren.
- Zweifel aufgrund zurückliegender Projekte, ob Stadt offen ist für Vorschläge und den Mut für einen nachhaltigen Wurf aufbringt.

Welche Impulse, Wünsche und ggf. Zweifel möchten die Befragten den Projektverantwortlichen mit auf den Weg geben?

Planung und Entwicklung

- Langfristige Lösung: Ort sollte dauerhaft verfügbar sein und weiterentwickelt werden können, d.h. entsprechende Raumkapazitäten von Beginn an mitdenken und Projekt/Ort partizipativ wachsen lassen.
- Möglichst bedarfsgerecht planen und dabei auch »Groß denken!« - kein Raum, sondern ein Zentrum.
- Zeit für Erprobung geben (»Typisch Kaufbeuren: Man macht Dinge, die nicht gleich super erfolgreich sind, und dann lässt man es gleich wieder sein. Man muss dranbleiben und Sitzfleisch haben!«).
- Bürokratische Hürden im Realisierungsprozess bewusst möglichst gering halten, um Mitgestaltung aus der Bürgerschaft und v.a. von jungen Menschen zu fördern.
- Bestehende Orte und Angebote mitdenken, um keine Konkurrenzen zu erzeugen, aber auch um Gelegenheit für eine strategische Diskussion über kulturelle Infrastruktur und ggf. Restrukturierung zu ergreifen.

Erste Bewertung der Ergebnisse



Was fällt auf? Was gilt es im weiteren Prozess zu bedenken?

- Angesichts des angestoßenen Prozesses ist die Erwartungshaltung der Befragten an die Politik sehr groß. Punktuell wird diese Erwartung verstärkt durch negative Erfahrungen, die Bürgerinnen und Bürger in der Vergangenheit mit Beteiligungs- und politischen Entscheidungsprozessen gemacht haben.
- Die Befragten wünschen sich mehrheitlich von der Stadt einen »mutigen« Wurf, mit dem die Kulturentwicklung Kaufbeurens nachhaltig und beispielgebend gestaltet wird. So war in den Gesprächen bspw. selten von »Minimallösungen« die Rede (z.B. Schaffung einer Ausstellungsfläche und Bereitstellung von Probenräumen), sondern es wurde gedanklich häufig ein Zentrum konzipiert.
- Es fällt auf, dass ein Großteil der Befragten dieses Zentrum konzeptionell über einen bloßen Treffpunkt für Kulturschaffende und eine Veranstaltungstätte für Kunst und Kultur hinaus denkt. Entstehen soll ein niederschwelliger Begegnungs-, Austausch- und Kulturort für die Zivilgesellschaft. Vergemeinschaftung und Identifikation stellen zentrale Faktoren dar.

Was fällt auf? Was gilt es im weiteren Prozess zu bedenken?

- Die von der Politik ausgegebene Zielsetzung, eine Bestandsimmobilie in der **Innenstadt** zu wählen, stieß punktuell auf kritische Stimmen. Entsprechend wurden in der Auswertung auch alternative Immobilien außerhalb des Stadtzentrums dokumentiert. Was dagegen kaum angesprochen wurde, ist die Idee einer dezentralen Lösung bzw. eines »Satelliten«-Modells, d.h. das Kulturzentrum besteht aus verschiedenen dezentralen Standorten bzw. es existieren neben einem zentralen Ort in der Innenstadt kleinere »Satelliten« in den Stadtteilen.
- In der Frage nach einer möglichen Nutzung bzw. eines geeigneten Trägermodells wurden mehrfach potenzielle »**Ankereinrichtungen**« genannt. Soll eine solche Lösung weiterverfolgt werden, entstehen voraussichtlich weitere Raumbedarfe, die mittels der Einzelinterviews noch nicht erfasst wurden.
- Die hohe Erwartungshaltung spiegelt sich auch in der Sicht der Befragten auf die Rolle der Stadt hinsichtlich eines geeigneten **Träger- und Betreibermodells** wieder. Gleichzeitig fiel es den Befragten schwer, die potenzielle Rolle bzw. Verantwortlichkeiten der Kulturschaffenden zu konkretisieren. Im weiteren Prozess sollte Raum dafür gegeben werden, die kommunale und privatrechtliche Verantwortung zusammenzudenken.

Was fällt auf? Was gilt es im weiteren Prozess zu bedenken?

- Die genannten **Raumbedarfe** sind in der Funktionalität bereits recht klar beschrieben. Konsens fehlt insbesondere hinsichtlich der quantitativen Auslegung des multifunktionalen **Veranstaltungsraumes**, was an den sehr unterschiedlichen Angaben zu Personenkapazitäten ersichtlich wird.
- Es hat sich bestätigt, dass der Wahl der **Immobilie** ein großer Stellenwert beigemessen wird. Als nicht weniger wichtig wird gleichzeitig die Schaffung von **Personalressourcen** und die Besetzung der Personalie erachtet. Es braucht nach Meinung des Großteils der Befragten eine »Gallionsfigur«, die das Vorhaben verkörpert und eine begeisternde und integrierende Funktion übernehmen kann.
- Es wurde vereinzelt angeregt, den Prozess als Bestandteil einer gesamtstädtischen **Kulturentwicklungsstrategie** zu erachten und die Chance zu ergreifen, eine Diskussion über die Zukunft und die strategische Ausrichtung weiterer Kultureinrichtungen und -akteure (z.B. Kulturring, Podium, Stadttheater) anzustoßen. Im Sinne einer möglichst ganzheitlichen Betrachtung und nachhaltigen Lösung wird dieser Vorschlag als diskussionswürdig erachtet. Gleichzeitig gilt es dafür zu sensibilisieren, dass die Komplexität mit einer solchen Betrachtungsweise zunimmt und kurzfristige Lösungsmodelle nicht zu erwarten sind.