Kaufbeuren als Kulturstadt

Untersuchung zu Potentialen
und Risiken
und Entwicklung von
konkreten Handlungsfeldern

2011/2012

Kulturkonzepte

Dr. Martina Taubenberger
Sommerstraße 9
81543 München
+49 (0) 89 – 37 9524 37
+49 (0) 160 – 968 041 20
taubenberger@kultur-konzepte.eu

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung.....4

2. Vorgehensweise.....5

2.1 Qualitative Untersuchung: Experteninterviews
2.2 Quantitative Untersuchung: Bürgerbefragung
2.2.1 Straßenbefragung
2.2.2 Auslage von Fragebögen im Bürgerbüro/ Versand von Fragebögen an kulturinteressierte Bürger
2.3 Auswertung

3. Bestandsaufnahme: Kultur in Kaufbeuren.....12

3.1 Struktur der städtischen Kulturarbeit
3.2 Kulturelle Sparten in Kaufbeuren
3.2.1 Theater
3.2.2 Musik
3.2.3 Literatur
3.2.4 Film
3.2.5 Jugendkultur
3.2.6 Bildende Kunst
3.2.7 Museen
3.2.8 Kultur im öffentlichen Raum/ Feste
3.2.9 Kleinkunst/ Kabarett
3.2.10 Tanz
3.3 Kulturelle Infrastruktur in Kaufbeuren

4. Thematische Schwerpunkte aus den Expertengesprächen.....26

4.1 Das Image der Stadt Kaufbeuren
4.2 Das Selbstbild der Kulturschaffenden
4.3 Der Stellenwert von Kultur im öffentlichen Leben
4.4 Kultur als bürgerschaftliches Engagement

5. Handlungsempfehlungen.....33

5.1 „Psychologische Maßnahmen: Paradigmenwechsel im Selbstverständnis der Kulturabteilung
5.2 Strategische Maßnahmen
5.2.1 Professionalisierung der Kulturinformation
5.2.2 Professionalisierung der Kulturförderung
5.2.3 Exzellenzprogramm Kreativ- und Kulturwirtschaft
5.2.4 Netzwerkarbeit
5.2.5 Den „Blick über den Tellerrand“ institutionalisieren
5.2.6 Kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe
5.2.7 Förderung der Kreativwirtschaft
5.3 Ausbau und Verbesserung der Infrastruktur (Veranstaltungsstätten)
5.4 Thematische und programmatische Schwerpunktsetzung

6. Fazit.....44

Anhang 1: Präsentation Ergebnisse der Vorstudie vor dem Schul-, Kultur- und Sportausschuss Kaufbeuren, 9. Juli 2012.....47

Anhang 2: Fragebogen Bürgerbefragung.....57

Anhang 3: Auswertung der Bürgerbefragung.....61

Anhang 4: Fragebogen an die Kulturschaffenden.....73

Anhang 5: Ergebnisse der Befragung von Kulturschaffenden (Fragebogenversand).....78

Anhang 6: Kultur in Kaufbeuren – Daten und Zahlen.....89

Anhang 7: Quellenverzeichnis – interne Quellen.....93

Anhang 8: Literaturverzeichnis.....94

1. Aufgabenstellung

Seit einigen Jahren stößt die Stadt Kaufbeuren aktiv unterschiedliche Prozesse an, die die **Profilierung des Standorts** und damit die **Stärkung Kaufbeurens im Wettbewerb der Kommunen** zum Ziel haben (siehe z.B. Markt- und Standortgutachten 2005, Geschäftsfeldstrategie Allgäu 2016). Nach der Konzentration auf Kaufbeuren als Familienziel soll nun geprüft werden, welche Potentiale der Standort hinsichtlich einer **Profilierung als Kulturstadt** hat.

Vor der Entwicklung konkreter Konzepte und Projektideen, die die Stadt zu einem überregionalen kulturellen Anziehungspunkt werden lassen können, steht zunächst eine **gezielte Analyse des aktuellen kulturellen Lebens** in Kaufbeuren. Die Kunst- und Kultureinrichtungen der Stadt sollen je für sich aber auch in ihrer Gesamtheit auf ihre Schwerpunkte, besonderen Probleme und Herausforderungen und ihre Stärken und Potentiale hin beschrieben werden. Interessant ist dabei auch die Identifizierung künstlerischer Traditionen und gewachsener Strukturen und Szenen, die zum Einen das kulturelle Leben einer Stadt stützen und beleben, häufig aber auch neue Entwicklungen hemmen.

Der erste Teil der Studie ist eine qualitative Expertenbefragung. In Gesprächen mi Kulturschaffenden und Vertretern der Kreativwirtschaft in Kaufbeuren werden **Innen- und Außensichten und unterschiedliche Blickwinkel** auf Kaufbeuren als Kulturstandort aufgezeichnet und zu einem objektiven Bild zusammengefügt. Dabei stehen zunächst nur Meinungen aus professioneller (kulturpolitischer, touristischer oder publizistischer) Sicht im Mittelpunkt.

Abschließend werden **konkrete Empfehlungen und künstlerische Konzeptvorschläge** entwickelt, die als **Ansatzpunkte für eine weitere Entwicklung des kulturellen Profils** der Stadt Kaufbeuren dienen können.

Diese Bestandsaufnahme ist als Vorstudie zu einer daran **anschließenden Bürgerbefragung** zu verstehen, in der die aus den Expertengesprächen destillierten Themenschwerpunkte, Thesen und Konzeptansätze überprüft werden und davon ausgehend ein repräsentatives Meinungsbild der Kaufbeurer Bevölkerung aufgezeichnet wird. Anschließend werden die Ergebnisse aus beiden Studien ins Verhältnis gesetzt zu aktuellen Erkenntnissen und Entwicklungen aus der **Zielgruppen- und Publikumsforschung** und dem **Stadtmarketing**, sowie zu den regionalen und überregionalen Gegebenheiten und zur besonderen **strukturellen und infrastrukturellen Situation** der Stadt Kaufbeuren. Dabei spielen Angebotslücken im kulturellen Angebot der Region ebenso eine Rolle wie architektonische und städtebauliche, demografische oder touristische Besonderheiten der Stadt.

2. Vorgehensweise

2.1 Qualitative Untersuchung: Experteninterviews

In der Vergangenheit wurden bereits wiederholt Studien zur Region Allgäu angefertigt, die sich vorrangig mit touristischen Entwicklungsfeldern und Strategien im Bereich des Stadt- und Destinationsmarketing beschäftigen. Kultur taucht hier vorrangig in ihrer Funktion als Standortfaktor oder identitätsstiftendes Element im Sinne einer Markenbildung auf. Die Geschäftsfeldstrategie 2016 „Städtetourismus Allgäu" (Schmidt, 2010) sucht so vorrangig nach Highlights, nach touristischen Ereignissen, die als Inszenierungen die „Erlebnisintensität" erhöhen.[1]

Die hier vorliegende Untersuchung hebt sich von diesem Kulturbegriff bewusst ab und sucht nach in der **kulturellen Praxis der Bevölkerung** angelegten Potentialen, die langfristig dazu führen können, ein **kulturelles Selbstbewusstsein** und **künstlerisch-kulturelle Strahlkraft** aus der Mitte der vorhandenen kulturellen Szenen heraus zu entfalten. Das Ergebnis der Untersuchung sind daher keine Konzeptvorschläge im Sinne einer „Eventisierung" des kulturellen Lebens oder hinsichtlich von Kulturangeboten, die touristisch vermarktbar sind, sondern Empfehlungen zur **Professionalisierung, Bündelung und Profilierung der vorhandenen Potentiale.**

Im Zentrum des qualitativen Teils der Studie stehen 21 leitfadengestützte Expertengespräche mit exemplarisch ausgewählten Vertreterinnen und Vertretern der Kaufbeurer Kultur- und Kreativwirtschaftsbranche. Die Gespräche fanden im Zeitraum Dezember 2011 bis Mai 2012 statt. Sie dauerten jeweils 1,5 bis 2,5 Stunden und wurden zur internen Dokumentation in voller Länge mitgeschnitten.

Bei der Auswahl der Gesprächspartner wurde darauf geachtet, eine repräsentative Mischung von Persönlichkeiten aus den Bereichen Jugendkultur, Vereinswesen, Tourismus, Kreativwirtschaft, kulturelle Bildung, freie Künstler und Verwaltung zusammenzustellen. Folgende Personen wurden interviewt:

	Gesprächspartner	Funktion	Gesprächs-termin
1	Daniel Herrmann	Kirchenmusiker der katholischen Stadtpfarrei St. Martin	06.12.11
2	Thomas Garmatsch	künstlerischer Leiter der Kulturwerkstatt e.V.	06.12.11
3	Martin Klein	Musikschulleiter	06.12.11
4	Peter Brosche	Vorsitzender der Kleinkunstbühne Podium e.V.	09.12.11
5	Brigitte Mitlehner-	Vorsitzende des Kulturring e.V.	09.12.11

[1] Für eine weitere auch touristische Verwertung der Ergebnisse der vorliegenden Studie hinsichtlich ihrer touristischen Leistungsfähigkeit ist die in der Geschäftsfeldstrategie vorgenommene Differenzierung in die Bereich „lebenswerte Kulturregion", „attraktive Kulturregion", „kreative Kulturregion" und „effiziente Kulturregion" wiederum sehr hilfreich.

	Werber		
6	Dr. Stefan Fischer	langjähriger Leiter der Abteilung Kultur, Stadtarchivar	14.12.11
7	Dr. Astrid Pellengahr	Leiterin der Abteilung Kultur, Leiterin Stadtmuseum	14.12.11
8	Rainer Hesse	Geschäftsführer der Kaufbeuren Marketing	20.12.11
9	Günther Pietsch	Sachgebietsleiter Kulturförderung der Stadt Kaufbeuren (2 Gespräche)	20.12.11 20.01.12
10	Magdalena Oelke	Leiterin des Jugendzentrums	18.01.12
11	Josef Scheibel	Geschäftsführer der Kartbahn Kaufbeuren	18.01.12
12	Horst Lauerwald	Vorsitzender des Tänzelfestvereins	20.01.12
13	Martin Schmauch	Vorsitzender der Allgäuer Jazzinitiative	20.01.12
14	Gertrud Hofmann	Stellvertretende Vorsitzende des Stiftungsrats des Isergebirgsmuseums Neugablonz	20.01.12
15	Siegfried Knaack	Leiter Referat Wirtschaft und Kultur	24.01.12
16	Christian Scheidl	Vorstand Artistica Anam Cara e.V.	24.01.12
17	Birgit Müller	Mitarbeiterin der Kaufbeuren Marketing	24.01.12
18	Günter Sobeck	Geschäftsführer Corona Kinoplex	24.01.12
19	Susanne Flesche	Leiterin Kunsthaus	10.05.12
20	Martin Frei	Kulturredakteur Allgäuer Zeitung	11.05.12
21	Mario A. Brakenwagen	Initiator Poetry Slam „SLAMbeuren“	11.05.12

Die Gespräche waren offen gestaltet und folgten keiner vorgefertigten Gesprächsführung im Sinne eines Fragebogens. Der Gesprächsleitfaden diente als Richtlinie und wurde gegebenenfalls ergänzend eingesetzt. Ziel der Befragungen war daher auch keine objektive Bestandsaufnahme oder das Sammeln von Daten und Fakten in einem quantitativen Sinn. Vielmehr sollte durch die assoziativ und individuell reflexiv gestalteten Gespräche ermittelt werden, welche Themenschwerpunkte die Kulturschaffenden und Unternehmer der Kreativbranchen in Kaufbeuren beschäftigen und welche Wertungen und Priorisierungen sich aus den sehr unterschiedlichen Blickwinkeln und der jeweiligen „Eindringtiefe“ in das städtische Kulturleben ergeben.

Folgende Themenbereiche wurden durch den Gesprächsleitfaden abgedeckt:

1. Kulturelles Leben in Kaufbeuren Allgemein

- Assoziationen: Wofür steht Kaufbeuren?
- Wie definieren Sie Kultur? Was verstehen Sie darunter?
- Wie wichtig ist Ihnen das Kulturangebot in KF?
- Wie wichtig ist es für das Profil von KF?
- Welche Kultursparten gibt es in Kaufbeuren?
- Wie wichtig sind sie aus Ihrer Sicht?
- Wie wichtig sind die einzelnen Sparten für das Profil Kaufbeurens?

2. Kulturangebot in Kaufbeuren

- Für wen bietet Kaufbeuren besonders viel?/besonders wenig?
- Wohin gehen Jugendliche? Kinder? Familien? Singles? Akademiker? Ausländische Mitbürger?
- Persönlich: Welche Kulturveranstaltungen/-sparten nutzen Sie persönlich?
- Wohin gehen Sie, wenn Sie außerhalb Kaufbeurens Kulturveranstaltungen besuchen?

3. Bewertung des kulturellen Lebens (Innensicht)

- Wie bewerten Sie die Qualität des bestehenden Kulturangebots in KF?
- Wie bewerten Sie die unterschiedlichen Kultursparten in KF?
- Was sind die Stärken/Schwächen des Kulturangebots in Kaufbeuren?
- Wo findet sich in Kaufbeuren die „exzellenteste" Kultur?
- Wo findet sich in Kaufbeuren die populärste Kultur?
- Wo gibt es am meisten Amateur-/Laienaktivität?
- Was wird in Ihren Augen über-/unterproportional gefördert?
- Wie hat sich die Qualität des Kulturlebens in den letzten 10 bis 15 Jahren verändert?
- Wie stellen Sie sich vor, wie das Kulturleben in 10 bis 15 Jahren in Kaufbeuren aussehen wird?

4. Bewertung des kulturellen Lebens (Außensicht)

- Was würden Sie Auswärtigen zeigen/ empfehlen?
- Welche Veranstaltungen sind aus Ihrer Sicht geeignet, Besucher von auswärts anzuziehen?
- Welche Veranstaltung sind aus Ihrer Sicht geeignet, Besucher aus Augsburg/ München/ Ulm anzuziehen?
- Wie müsste das Kulturangebot beschaffen sein, um Menschen aus Kempten/Memmingen anzuziehen?
- Wie müsste das Kulturangebot beschaffen sein, um Menschen aus Augsburg/München anzuziehen?
- Wo sehen Sie Kaufbeuren im Vergleich zu Memmingen/ Kempten/ Mindelheim?

5. Kulturvermarktung

- Wie bewerten Sie die Vermarktung der Kulturangebote in Kaufbeuren?
- Wo informieren Sie sich über das kulturelle Angebot?
- Wie bewerten Sie die Kulturinformation in Kaufbeuren bezüglich Aktualität/Aussagekraft/Verfügbarkeit/Aufmachung/Übersichtlichkeit?
- Wie bewerten Sie die Kulturinformation in den unterschiedlichen Medien (Online, Print, Zeitung, öffentlicher Raum, Social Media, Radio, Fernsehen)?

- Wie bewerten Sie den Ticketvertrieb?
- Gibt es eine zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungs- und Kulturinformation?

6. Ambiente/Servicenutzen

- Denken Sie an die Veranstaltungen, die Sie selbst besuchen. Wie bewerten Sie das „Drumherum" (Gastronomie, Parken, Infrastruktur, Aufenthalt, Ambiente...)?
- Was fehlt?

7. Kulturvermittlung

- Wie offen sind die Bürger in Kaufbeuren für kulturelle Angebote?
- Welche Möglichkeiten sehen Sie, Kultur an die Bürger zu vermitteln?
- Wie werden kulturelle Angebote vermittelt? Welche konkreten Projekte/ Angebote fallen Ihnen ein?
- Wie werden die Bürgerinnen und Bürger in das kulturelle Leben integriert?
- Welche Angebote nutzen Sie selbst?
- Wie bewerten Sie die Qualität?
- Sind Sie selbst künstlerisch aktiv? Falls nein, warum nicht? Wären Sie gerne künstlerisch aktiv? In welchem Feld?

8. Veranstaltungsstätten

- Welche Veranstaltungsstätten kennen Sie in Kaufbeuren?
- Wo sind Lücken? Was fehlt?
- Welche Veranstaltungsstätten sind wofür geeignet? Oder auch nicht?
- Wo sehen Sie Potentiale, neue Veranstaltungsstätten/-formate zu etablieren?
- Welche Voraussetzungen bietet Kaufbeuren, um im öffentlichen Raum Kunst zu inszenieren?

9. Spezifisch

- Wie definieren Sie die Zielgruppe Ihrer Einrichtung?
- Angenommen Sie könnten das Kulturangebot in Kaufbeuren auf der grünen Wiese ganz neu zusammenstellen. Was müsste aus Ihrer Sicht dabei sein?
- Was würden Sie gerne in Ihrer Einrichtung verwirklichen, wenn Geld keine Rolle spielt?

Neben den gelisteten Expertengesprächen fanden folgende Recherchetermine bzw. Ortsbegehungen statt:

- Historische Stadtführung Kaufbeuren (Teilnahme an öffentlicher Führung) mit den Kirchen St. Martin und Dreifaltigkeitskirche und ausführlicher Rathausführung
- Baustellenbesichtigung des neuen Stadtmuseums

- Stadttheater
- Stadtsaal
- Kulturwerkstatt
- Kleinkunstbühne Podium
- Karthalle
- Corona Kinoplex

Zusätzlich wurden die im Anhang verzeichneten Dokumente als Quellen hinzu gezogen, des Weiteren Veranstaltungsprogramme und Flyer der aktuellen Spielzeiten und die Präsentationen der Akteure auf ihren eigenen Webseiten.

Die Ergebnisse aus den Experteninterviews wurden mit Hilfe dieser Quellen ins Verhältnis gesetzt zu strukturellen und historischen Daten der Kaufbeurer Kulturszene und zu Beobachtungen hinsichtlich der Angebotsstrukturen, der Veranstaltungsinfrastruktur sowie Merkmalen der Kulturinformation und des Selbstmarketing der kulturellen Leistungsträger Kaufbeurens.

Diese als Vorstudie zu verstehende qualitative Untersuchung diente dazu, Themencluster und Problem- und Handlungsfelder zu identifizieren sowie daraus erste Handlungsempfehlungen abzuleiten, die am 9. Juli 2012 dem Schul-, Kultur- und Sportausschuss des Stadtrats Kaufbeuren präsentiert wurden. Der Stadtrat beauftragte im Anschluss an die Präsentation den zweiten, quantitativen Teil der Studie.

Im Rahmen dieser quantitativen Studie wurde die persönliche Expertenbefragung durch den Versand von Fragebögen an Kulturschaffende ergänzt, bzw. komplettiert. 64 Fragebögen[2] wurden als Brief an einen Verteiler von Kulturschaffenden verschickt, der von der Kulturabteilung der Stadt Kaufbeuren zur Verfügung gestellt und vorselektiert wurde. 25 ausgefüllte Fragebögen wurden zurück geschickt (= Rücklaufquote von 39%).[3]

Insgesamt wurden somit die Einschätzungen von 46 Personen bei der Auswertung berücksichtigt.

2.2 Quantitative Untersuchung: Bürgerbefragung

Zur Ergänzung und Absicherung der Ergebnisse aus dem ersten Teil der Studie wurde in Kaufbeuren eine Bürgerbefragung durchgeführt mit dem Ziel, Meinungen und Einschätzungen zur Bedeutung der Kulturarbeit in Kaufbeuren zu erfassen, um die Ergebnisse anschließend mit den Ergebnissen aus der Expertenbefragung in Zusammenhang zu bringen. Mit der Durchführung der Untersuchung wurde das Unternehmen **e5.marketing GmbH** (Frankfurt/Main) beauftragt.

[2] Fragebogen siehe Anhang; die Aussendung sowie Rücklauf erfolgten im Zeitraum zwischen dem 22.08.12 und dem 11.09.12.
[3] Alle 25 Antwortenden sind seit über zehn Jahren als Kulturschaffende in Kaufbeuren aktiv. Die Altersstruktur verteilt sich wie folgt: bis 30 Jahre (1 Person), 31 bis 45 Jahre (6 Personen), 46 bis 60 Jahre (12 Personen), über 60 Jahre (6 Personen)

Die Bürgerbefragung setzte sich insgesamt zusammen aus

- **Straßenbefragung**
- **Auslage von Fragebögen im Bürgerbüro**
- **Versand von Fragebögen an kulturinteressierte Bürger**

Insgesamt wurden über diese Wege **471 auswertbare Fragebögen** erzielt. Dies stellt die Grundgesamtheit für die Auswertung dar.

2.2.1 Straßenbefragung

Als Schwerpunkt der Bürgerbefragung wurde eine persönliche Straßenbefragung durchgeführt.

- **Befragungszeitraum**: 30. August bis 14. September 2012.
- **6 Befragungstage** (rund 90 Befragungsstunden)
- **Grundgesamtheit**: 369 Passanten wurden befragt.
- Dazu mussten ca. 1.100 Personen angesprochen werden. Es waren im Durchschnitt drei Passantenansprachen notwendig, um zu einem auswertbaren Fragebogen zu gelangen.
- Die Befragungen wurden von 3 erfahrenen Interviewerinnen durchgeführt.
- Verteilung der 369 Befragungen auf **Befragungsorte**:

Innenstadt/Fußgängerzone	94 Befragungen
V-Markt	85
Rewe	62
KinoPlex	37
Adler	25
Bürgerbüro	18
Parkanlagen	15
Wochenmarkt	11
Parkhaus	9
C&A	8
Rathaus	5

- **Wohnort**: Circa 70 Prozent der Befragten wohnen in Kaufbeuren. Rund 30 Prozent kamen aus 57 umliegenden Orten, wie Pforzen und Marktoberdorf.

- Die Bürger wurden in vier **Altersklassen** untergliedert, die gleichverteilt befragt wurden:

  a) bis 30 Jahre
  b) 31 bis 45 Jahre
  c) 46 bis 60 Jahre

d) über 60 Jahre

- Zudem wurde bei der Passantenauswahl geachtet auf eine **Gleichverteilung** bei: ·

  - Geschlechterverhältnis männlich/weiblich
  - Singles, Familien, Senioren

2.2.2 Auslage von Fragebögen im Bürgerbüro/ Versand von Fragebögen an kulturinteressierte Bürger

Zusätzlich zur Straßenbefragung bekamen die Bürger die Möglichkeit, Fragebögen online, zu Hause oder im Bürgerbüro vor Ort auszufüllen und diese per Post, Mail oder Fax an die Stadt Kaufbeuren kostenfrei zurückzusenden.

- 120 Fragebögen lagen im Bürgerbüro zur Mitnahme bereit
- 125 Fragebögen wurden an einen bei der Stadt vorhandenen Verteiler kulturinteressierte Bürger verschickt.

Rücklauf aus diesen beiden Aktionen:

per Post	73 Fragebögen
per Mail	23 Fragebögen
per Fax	6 Fragebögen
insgesamt	**102 Fragebögen**

Zusammen mit den 369 Fragebögen aus der Straßenbefragung ergab sich somit die Grundgesamtheit von **471 Fragebögen** aus der Bürgerbefragung.

2.3 Auswertung

Die 471 Fragebögen sowie die 25 Fragebögen der Kulturschaffenden wurden komplett statistisch/quantitativ sowie qualitativ ausgewertet. Die Antworten auf offene Fragen wurden codiert und – wenn sinnvoll – zu thematischen Clustern zusammen gefasst. Die Agentur *e5marketing* hat hier jeweils einen Ergebnisbericht mit zusammenfassenden Interpretationen erstellt, die der Autorin sowie dem Auftraggeber zum internen Gebrauch vorliegen.

Die Auswertungen wurden im Folgenden zu den Ergebnissen der Vorstudie aus den Expertengesprächen in Bezug gesetzt (siehe Kapitel 4) und daraus konkrete Handlungsempfehlungen für die weitere Schwerpunktsetzung der Kaufbeurer Kulturarbeit abgeleitet (siehe Kapitel 5). Die Struktur des

vorliegenden Abschlussberichts folgt der Struktur der Vorstudie, die quantitativen Ergebnisse werden an den entsprechenden Stellen ergänzend ausgeführt.

Eine chronologische Auswertung der Fragebögen kann dem Anhang entnommen werden.

3. Bestandsaufnahme: Kultur in Kaufbeuren

3.1 Struktur der städtischen Kulturarbeit

Die Kulturabteilung der Stadt Kaufbeuren, wie sie sich heute präsentiert, ist Ergebnis einer seit einigen Jahren in mehreren behutsamen Schritten vorgenommenen Umstrukturierung. Ursprünglich war das Sachgebiet Kultur mit den Bereichen Kulturförderung, Museen und Bücherei in die Abteilung Stadtarchiv mit dem Archivar als Abteilungsleiter eingegliedert. Im Jahr 2000 wurde die Abteilung getrennt und der Bereich Kulturförderung als Stabsstelle dem Referat für Ordnung, Sicherheit, Familie, Soziales, Jugend und Kultur zugeteilt. Personell war diese neue Stabsstelle mit einer Sachbearbeiterstelle in Vollzeit (Günther Pietsch) und einer Halbtagskraft ausgestattet. Die Kulturabteilung existierte weiterhin parallel unter Leitung des Stadtarchivars Dr. Stefan Fischer.

Die Umstrukturierung der Abteilung war nicht in erster Linie eine strategische Entscheidung, sondern vor allem eine den aktuellen Umständen geschuldete Personalentscheidung. Obwohl die neu geschaffene Stabsstelle keine strukturellen Verbesserungen hinsichtlich des Kulturbudgets, der Infrastruktur oder der Personalressourcen mit sich brachte, wurde sie von der Öffentlichkeit wahrgenommen und von teilweise großen Erwartungen seitens der kulturellen Szenen Kaufbeurens begleitet. Erwartungen, die zwangsläufig enttäuscht wurden, da eine wirkliche Neuordnung des Themas Kultur innerhalb der Stadtverwaltung nicht stattgefunden hatte. So wurden offiziell keine Aufgaben für die Stabsstelle definiert. Auch war die Position nicht mit einer kulturpolitischen Richtlinienfunktion ausgestattet.

Seit 1. Januar 2012 wurden das Sachgebiet Kulturförderung und das Sachgebiet Stadtmuseum zu einer neuen eigenständigen Kulturabteilung unter der Leitung von Frau Dr. Astrid Pellengahr vereint, die gleichzeitig die Leitung des Stadtmuseums inne hat. Zuständiges Referat ist das neu benannte Referat für Wirtschaft und Kultur unter Leitung von Siegfried Knaak.

Die besondere Historie der Entwicklung der Kaufbeurer Kulturabteilung kann durchaus in Zusammenhang mit der Struktur des kulturellen Lebens in Kaufbeuren gesehen werden, wie später noch an verschiedenen Punkten differenzierter ausgeführt werden soll. Wo hier Ursache und Wirkung sind, sei dahingestellt. Letztlich ist die fehlende klare Verortung von Kultur innerhalb

der Stadtverwaltung in der Vergangenheit als Symptom für die fehlende Verortung von Kultur in den politischen Strukturen zu werten.

3.2 Kulturelle Sparten in Kaufbeuren[4]

Allgemein fällt auf, dass es in Kaufbeuren wenige unabhängige, professionell geführte Kultureinrichtungen gibt. Die meisten Einrichtungen funktionieren in Vereinsstrukturen oder auf ehrenamtlicher Basis, daneben gibt es wenige professionell geführte Kultureinrichtungen die städtischen Institutionen wie beispielsweise die Städtische Sing- und Musikschule, die Stadtbücherei, die Kulturwerkstatt, das kunsthaus kaufbeuren, das Isergebirgsmuseum oder das Stadtmuseum. Im Bereich der Kreativwirtschaft ist als erfolgreichstes Unternehmen das Kinozentrum Corona Kinoplex zu nennen. Ansonsten findet sich kein Unternehmen, das künstlerisch und kulturell geeignet ist, Maßstäbe setzen.

Das ehrenamtliche Engagement von Kaufbeurer Bürgerinnen und Bürgern ist im Kulturbereich jedoch bemerkenswert, wie die differenzierte Betrachtung nach Sparten im Einzelnen zeigt.

3.2.1 Theater

Als prägendste Kultursparte wird von den im Experteninterview Befragten fast durchgängig der Theaterbereich wahrgenommen und nicht selten fallen Sätze wie: „Kaufbeuren ist eine Theaterstadt." Dies erstaunt umso mehr, als Kaufbeuren anders als beispielsweise Landsberg oder Memmingen über kein eigenes professionelles Theater verfügt. Tatsächlich ist auch die Theaterarbeit in Kaufbeuren durch eine ausgeprägte und ambitionierte Laienspielszene geprägt.

Einen Fixpunkt in der Kaufbeurer Theaterlandschaft bildeten über viele Jahre die Burgspiele Kemnat, eine aktive Laienspielgruppe, die von dem Schauspieler Peter Pius Irl Ende der 80er Jahre ins Leben gerufen und von ihm maßgeblich geprägt wurde. Die Burgspiele Kemnat fanden alle drei Jahre als Open-Air-Theater statt und verfügen über eine eigene Infrastruktur.

Zu nennen ist des Weiteren das mit dem Puppenmuseum in Verbindung stehende Kaufbeurer Puppentheater das vom Puppenspielverein betrieben wird und das als festes Angebot im Kaufbeurer Kulturleben immer sonntags bis zu 10 verschiedene Produktionen pro Jahr präsentiert. Das Puppentheater

[4] Das Sachgebiet Kulturförderung der Stadt Kaufbeuren dokumentiert in vorbildlicher Weise die Aktivitäten der kulturellen Szenen in Kaufbeuren in einem Jahresbericht. An dieser Stelle sollen daher nicht statistische, beschreibende Fakten nacherzählt werden, die innerhalb der Stadtverwaltung bekannt sind, sondern bereits erste Wertungen in Bezug auf die Bedeutung der einzelnen Sparten für das kulturelle Profil der Stadt vorgenommen werden. In Bezug auf die reine Datenlage wird auf die eigenen Dokumentationen der Abteilung Kultur verwiesen.

gibt auch Gastspiele in anderen Städten sowie in Schulen und Kindergärten oder im Klinikum und kommt so auf jährlich über 100 Aufführungen bei einem Repertoire von ca. 100 Stücken und Miniaturen. Auch das Puppentheater verfügt über eine eigene Infrastruktur und ein festes Haus.

Höhepunkt und Aushängeschild der Kaufbeurer Jugendtheaterszene ist die Kulturwerkstatt, die unter dem Dach des Stadtjugendrings organisiert ist. Ca. 12 Kinder- und Jugendtheaterproduktionen werden hier jährlich als Eigenproduktionen mit und für Kinder und Jugendliche auf die Bühne gebracht, die Hälfte davon sind Neueinspielungen. Die Teilnahme ist über monatliche Beiträge geregelt. Seit 25 Jahren findet in einem ehemaligen und sehr liebevoll restaurierten Kino hier erstklassige theaterpädagogische Arbeit statt, sodass mittlerweile über 3.000 junge Kaufbeurerinnen und Kaufbeurer mit aktivem Theaterspielen in Berührung gekommen sind. Die Kulturwerkstatt kann so sicherlich als eine einmalige Einrichtung bezeichnet werden, die das Potential hat, wirkliche Strahlkraft für Kaufbeuren zu entwickeln. Bemerkenswert ist dabei vor allem, dass hier Kinder und Jugendliche einen eigenen Spielplan entwickeln und präsentieren, und das mit der Kontinuität einer feststehenden Einrichtung. Hier liegt möglicherweise auch das Geheimnis der auch im Erwachsenenbereich außergewöhnlich großen Spiellust der Kaufbeurer begründet.

Daneben gibt es sehr viele Schultheatergruppen, die bekannteste ist vermutlich die Gruppe „Moskitos“ des Jakob-Brucker-Gymnasiums, aus der sogar eine feste und nach wie vor sehr rege Laientheatergruppe hervorging, die sich aus Ehemaligen zusammensetzt („Moskitoldies“).

In der Vergangenheit gab es ein regelmäßiges Festival, die „Kaufbeurer Jugendtheatertage“, das von der Kulturwerkstatt organisiert wurde. Das Festival setzte sich aus Eigenproduktionen aber auch professionellen Gastspielen zusammen. Vor einigen Jahren wurde das Festival vom Stadtjugendring eingestellt, mit der Begründung, die Kulturwerkstatt solle sich auf ihren eigentlichen Schwerpunkt, die Jugendarbeit, konzentrieren, eine Argumentation, die sicherlich nachvollziehbar aus kulturpolitischer Sicht jedoch außerordentlich bedauerlich ist.

Erstaunlich ist vor dem Hintergrund dieser überdurchschnittlich ausgeprägten Laienspielaktivität die mangelnde Nachfrage nach professionellem Theater. Der Gastspielbereich mit Tourneetheatern und Landesbühnen wird vom Kulturring e.V. programmiert und betreut. Die Programmgestaltung erfolgt in ehrenamtlicher Tätigkeit, darüber hinaus steht seitens der Stadt eine Teilzeitkraft für die Geschäftsstelle des Kulturrings zur Verfügung. Die Auslastung ist zufriedenstellend, allerdings nicht überragend. Profilbildend ist die Theaterreihe des Kulturrings jedoch nicht – dazu ist die Programmzusammenstellung zu unspezifisch und letztlich zu beliebig. Theaterringe und Gastspielreihen gibt es in jeder Klein- und Mittelstadt;

wirkliche künstlerische Impulse gehen von den dargebotenen Produktionen selten aus.

Zu diesen Beobachtungen passt, dass die Kulturschaffenden selbst in der Fragebogenaktion die Bedeutung der Sparte Theater als höher einschätzen als deren Qualität. So erhält der Bereich Theater in der Bedeutung die Schulnote 2,48, hinsichtlich seiner Qualität lediglich eine 2,60 (Skala von 1 = sehr wichtig/sehr gut bis 6 = unbedeutend/sehr schlecht). Im Zusammenhang damit ist sicher auch die Bewertung im Bereich Jugendkultur zu sehen. Hier gibt es für die Bedeutung eine Wertung von 2,13, für die Qualität eine 2,39.

Immerhin fällt von 471 Befragten etwa 20% der Bereich Theater, knapp 10% die Kulturwerkstatt ein, wenn sie gefragt werden, was sie einem Bekannten spontan als kulturelles Angebot empfehlen würden. Allerdings gibt es bei der Frage nach den fehlenden Angeboten auch 30 Personen, die sich mehr (oder andere?) Theaterangebote wünschen.

3.2.2 Musik

Auch die Sparte Musik wird hauptsächlich durch die Laienmusik geprägt. So gibt es traditionell eine rege und sehr aktive Blasmusikszene, unter anderem mit der Kaufbeurer Stadtkapelle und der Tänzelfest-Knabenkapelle. Durch die enge Verbindung zur Städtischen Sing- und Musikschule zeichnet sich hier nach Aussage der Gesprächspartner aus den Experteninterviews eine deutliche Qualitätsverbesserung in den vergangenen Jahren ab.

Die Musikschule wird generell als ein Fixpunkt und Qualitätsgarant im Bereich der musikalischen Ausbildung genannt. Hier wächst eine aktive Nachwuchsszene im Bereich der klassischen Musik heran, mit beachtlichen Erfolgen z.B. beim Wettbewerb „Jugend musiziert“. Die Musikschule bemüht sich seit einigen Jahren unter Leitung von Martin Klein aktiv um eine stärkere Vernetzung insbesondere in Richtung der allgemeinbildenden Schulen aber auch in Projekten mit der Kulturwerkstatt. Die Musikschule bietet des Weiteren die Möglichkeit, in Ensembles zu musizieren, wie z.B. in einem Jugendorchester. Zu erwähnen sind in diesem Zusammenhang auch Versuche der Musikschule, sich über Initiativen wie dem Projekt „Jedem Kind ein Instrument“ für breite Bevölkerungsgruppen zu öffnen und musikalische Bildung in der Breite zu ermöglichen.

Daneben gibt es diverse Schulorchester oder auch –Big Bands, hier von Schuljahr zu Schuljahr abhängig von den Kapazitäten und dem Engagement der betreuenden Lehrkräfte.

Die Volkshochschule Kaufbeuren betreibt ein Kammerorchester, in dem auch erwachsene Laienmusiker klassische Musik im Ensemble spielen können. Dies ist in Form eines vhs-Kurses organisiert, die Leitung hat Daniel Herrmann.

In der Kirchenmusik gibt es einige sehr ambitionierte Initiativen, auch begründet in der relativ ausgeglichenen Bikonfessionalität Kaufbeurens. Daniel Herrmann, der Kirchenmusiker der Pfarrei St. Martin setzt hier einen arrivierten Schwerpunkt auf die Orgelmusik mit einem jährlichen qualitativ hochwertigen kleinen Orgelfestival, regelmäßigen kleinen Konzerten, auch im Volksmusikbereich (Adventssingen, Saitenmusik, alpenländische Musik). Daneben gibt es mehrere Kirchenchöre.
Der Kantor der evangelischen Dreifaltigkeitskirche, Traugott Mayr, ist neben dem Orgelspiel auf Chormusik spezialisiert. So gibt es drei Chöre (Kantorei, Kinderchor, Gospelchor Blue Note) und einen Posaunenchor. Zusätzliche Impulse sind hier durch die Neuanschaffung einer Orgel für die Dreifaltigkeitskirche im Herbst 2012 zu erwarten.
Beide Kantoreien betreiben eine eigene Homepage. Hier wäre sicherlich eine stärkere Vernetzung wünschenswert.

Insgesamt kämpfen die Musikvereine, Chöre und Orchester in Kaufbeuren mit dem gleichen Phänomen, das bereits im Theaterbereich festgestellt wurde: Laienmusiker tauchen nicht zwangsläufig selbst als Konzertgänger auf. So klagen selbst die traditionellen Musikvereine über mangelnde Auslastung in ihren Jahreskonzerten. Einzige Ausnahme scheint das Adventskonzert der Stadtkapelle zu sein, das traditionell jedes Jahr ausverkauft ist.
Die Bereiche Popularmusik und Jazz scheinen in Kaufbeuren nicht nennenswert in Erscheinung zu treten. Es gibt eine kleine, wechselhafte Bandszene im Jugendkulturbereich, allerdings wenig Prägnantes und nichts, was profilbildend über Kaufbeuren hinaus wirken könnte, möglicherweise auch aus Mangel an geeigneten Veranstaltungsräumen für den Rock- und Popmusikbereich. Auch der Bereich Jazz ist nach Aussage der Kulturschaffenden und Künstler selbst eher schwierig zu platzieren. Gelegentlich finden Konzerte in der Kleinkunstbühne Podium oder im Kunsthaus statt, auch die Gaststätte Satchmo's bemüht sich, eine Livemusik-Szene zu etablieren. In regelmäßigen Abständen finden in der Karthalle Heavy Metal Konzerte statt, die offensichtlich einen festen Stamm an Publikum ziehen und sehr erfolgreich laufen.

Als äußerst schwierig wird die Etablierung von Konzerten im professionellen Klassik-Bereich beschrieben. Es gibt eine Klassikreihe, die ehrenamtlich vom Kulturring e.V. programmiert wird, die Auslastung scheint allerdings mäßig zufriedenstellend. Auch hier spielt sicherlich der Mangel an geeigneten Räumlichkeiten mit passender Akustik und passendem Ambiente in einer angemessenen Kammermusikkapazität eine große Rolle.

Insgesamt scheinen ausgerechnet im Musikbereich die herausragenden Spitzen im Angebot zu fehlen.

Dazu passt, dass in der Bürgerbefragung trotz der vielgestaltigen breit gefächerten Vereinsszene der Bereich Musik/Konzerte keine große Rolle spielt

und hier auch keine nennenswerten Ausdifferenzierungen erkennbar sind. 10% der Befragten vermissen mehr Musikveranstaltungen/Konzerte im Kulturangebot. Hier ist es insbesondere die Altersgruppe zwischen 30 und 45, die sich nicht wiederfindet. Dazu kommen noch einmal gute 10%, die ein spezifisches Freizeitangebot für „jüngere Leute" vermissen, was sich möglicherweise ebenfalls auf musikalische Angebote bezieht (der Punkt ist thematisch nicht genau ausgeführt).

Zu denken sollte hier geben, dass wir auf der einen Seite offensichtlich ein konzertantes Angebot haben, das nicht im von den Veranstaltern erwünschten Maße wahrgenommen wird, auf der anderen Seite einen Teil der Bevölkerung, der in Kaufbeuren keine für sie attraktiven musikalischen Angebote findet.

3.2.3 Literatur

Der Bereich Literaturvermittlung wird unter anderem vom Freundeskreis Sophie La Roche besetzt, der im Literatursalon „Pomona" hochkarätige Vortragsreihen veranstaltet. Eine weitere prägende literarische Gestalt ist der Heimatdichter Ludwig Ganghofer, dem nicht zuletzt durch die virtuelle Ganghoferstraße und diverse touristische Angebote in Kaufbeuren ein lebendiges Denkmal gesetzt wird.

Im Jahr 2010 erhielt die Literaturszene Kaufbeuren durch das private Engagement einiger weniger begeisterter Anhänger der Performance-Literatur eine neue Facette: Unter dem Titel SLAMbeuren fand in der Kneipe PIC der erste Poetry Slam statt, der sich in der Folge zu einem beliebten und bald weit über die Grenzen Kaufbeurens hinaus bekannten Szenetreff entwickelte. Die Institutionalisierung dieser Literaturform gelang allerdings nicht. Spätestens durch die Schließung des PIC im Mai 2012 scheint nun ein vorläufiger Schlusspunkt gesetzt. Aktuell gibt es Bemühungen der Theatergruppe „Moskitoldies", das Thema Poetry Slam wieder aufzunehmen.

In der Bürgerbefragung kommt das Thema Literatur so gut wie garnicht vor, und auch die per Fragebogen befragten Kulturschaffenden attestieren dem Bereich Literatur mit der Note 3,13 die geringste Bedeutung aller Kultursparten, mit einer noch vernichtenderen Wertung von 3,36 in der Qualität. Diese Wertungen haben sicher auch etwas damit zu tun, dass Literatur – von dem Format Poetry Slam abgesehen – selten unmittelbar sichtbar im Veranstaltungsbereich auftaucht.

3.2.4 Film

Das erfolgreichste Unternehmen der Kreativwirtschaft in Kaufbeuren ist ohne Zweifel das Kinocenter Corona Kinoplex mit ca. 250.000 Besuchern im Jahr. Auch, wenn seitens des Geschäftsführers durchaus ein Bekenntnis zum Programmkino erkennbar ist, mit einem trotz schlechter wirtschaftlicher Auslastung regelmäßigen Basisangebot an künstlerisch hochwertigen Filmen, so eignet sich das Kinoplex nicht, um in einem kulturellen Sinn Strahlkraft für Kaufbeuren zu entwickeln. Eine Anbindung an das kulturelle Leben der Stadt findet nicht statt und ist schon aufgrund der Lage am Stadtrand nicht sinnvoll. Dem Geschäftsführer des Kinos bieten sich nur begrenzt Möglichkeiten, das städtische Kulturleben mit zu gestalten. Eine wirkliche Vernetzung mit der Stadt findet bisher nicht statt.

In der Volkshochschule gibt es eine kleine Filmreihe. Ein Programmkino gibt es in Kaufbeuren nicht. Das Arthouse-Programm des Corona Kinoplex wird nach Aussagen des Betreibers äußerst schlecht frequentiert.

Eine vielversprechende Initiative ist seit einigen Jahren das Autorenfilmfestival „filmzeit“, das erstmals im Jahr 2008 durchgeführt wurde und sich augenscheinlich den Respekt der Fachpresse und der Filmausbildungsszene erworben hat, von der Kaufbeurer Bevölkerung jedoch noch nicht im erwünschten Maß wahrgenommen wird. Es handelt sich dabei um einen Filmpreis – eine für eine kleine Stadt wie Kaufbeuren ungewöhnliche und äußerst bemerkenswerte Einrichtung.

Insgesamt verwundert es bei den genannten Besucherzahlen nicht, dass der Bereich Film/Kino neben der Sparte Öffentliche Feste der am meisten genutzte Angebotsbereich ist. Dennoch führt das Kino nicht die Liste der Kulturangebote, die zu den Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots gezählt werden, an. Hier steht das Tänzelfest mit großem Abstand an der Spitze, Kino hingegen rangiert im unteren Feld. Dies liegt vermutlich vor allem daran, dass das Kinoangebot mit dem angebotenen Programm-Portfolio nichts für Kaufbeuren Spezifisches bietet.

3.2.5 Jugendkultur

Prinzipiell ist fraglich, inwieweit Jugendkultur eigentlich als Kultursparte zu bezeichnen ist. Letztlich finden sich hier im Idealfall sämtliche Kultursparten, die auch im „Erwachsenenbereich“ unterschieden werden. So verwundert es zunächst nicht, dass auch die Bürgerbefragung, die in Fragestellungen zu den kulturellen Angeboten hauptsächlich mit offenen Fragen operiert, keine differenzierten Antworten zum Thema Jugendkultur geben kann. Das, was hier inhaltlich relevant ist, verteilt sich auf die einzelnen Kultursparten und kann nicht im Einzelnen nachvollzogen werden.

Es spricht ein Stück weit für sich, dass die Unterscheidung zwischen Kultur und Jugendkultur in der Regel dennoch konsequent gemacht wird, bzw. der Bereich Jugendkultur abgekoppelt vom Rest der Kulturszenen betrachtet wird. Fraglich ist dabei vor allem, ob Ausprägungen von Jugendkultur überhaupt wahrgenommen werden, ob Befragte diesen Bereich also sprichwörtlich überhaupt „auf dem Schirm" haben, wenn sie zum Thema Kultur befragt werden. Die Bürgerbefragung hat hier keine expliziten Fragestellungen formuliert.

Da wir mit dem Begriff Jugendkultur eigene Bilder verbinden, die mit den Bereichen Street Culture und Street Art, bzw. auch mit dem Bereich der Populärkultur in Zusammenhang stehen, soll der Begriff trotz aller berechtigten Kritik an dieser Art der Differenzierung auch in der vorliegenden Untersuchung gesondert unter die Lupe genommen werden.

Als Jugendkultur-Variante aus der Sparte Literatur wurde bereits der Kaufbeurer Poetry Slam „SLAMbeuren" angesprochen (s. 3.2.3).

Eine weitere erwähnenswerte Initiative ist der Verein Artistica Anam Cara e.V., der sich an der Schnittstelle zwischen Sport und Kultur die Ausbildung von Kindern und Jugendlichen im Bereich Akrobatik auf die Fahne geschrieben hat. Anam Cara wurde im Jahr 2000 als Jugendkulturinitiative gegründet und hat mittlerweile über 100 Mitglieder. In regelmäßigen Abständen organisiert der Verein eine Artistik Convention und holt sich so selbst seine Weiterbildungsimpulse aus der professionellen Szene. Die jungen Artistinnen und Artisten studieren in regelmäßigen Abständen eigene Varieté-Shows ein, die sie auf dem Tänzelfest, auf diversen Sommerfesten aber auch auf privaten Feiern aufführen.

Weitere Jugendkulturaktivitäten sind weitgehend auf das Jugendzentrum beschränkt. Dort gibt es Proberäume für Bands und es finden Veranstaltungen für Jugendliche statt. Selbstverständlich gibt es auch in Kaufbeuren Subkulturen, wie eine kleine Skaterszene oder eine Hip-Hop-Szene. Diese treten jedoch nicht öffentlich in Erscheinung und werden kaum wahrgenommen.

Insgesamt fällt auf, dass sich auch die beschriebenen Initiativen selbst gar nicht dem Kulturbereich zugehörig fühlen. Gleichzeitig werden von Kulturschaffenden die Aktivitäten und Interessensschwerpunkte von Jugendlichen wenig wahrgenommen. Sobald Kinder und Jugendliche den Dunstkreis der von Erwachsenen organisierten Angebote mit dem Prädikat „Bildung" oder „Pädagogik" verlassen, treten sie in eine Zone der kulturellen Unsichtbarkeit ein. Dies ist auch, aber nicht nur ein gesellschaftliches Phänomen: Zwischen dem Bereich Jugendkultur und Bereich Kultur scheint eine unsichtbare Grenze zu verlaufen, die durch die traditionellen Abteilungszuständigkeiten innerhalb der Stadtverwaltung institutionalisiert ist. Das Beispiel der Jugendtheatertage, die letztlich auch der unklaren

Ressortzuordnung und damit ungeklärten Budgetverantwortung zum Opfer fielen, ist eines der Symptome für diese übrigens nicht nur für Kaufbeuren typische Beobachtung.

3.2.6 Bildende Kunst

Der Bereich Bildende Kunst ist in Kaufbeuren vor allen Dingen durch das Kunsthaus repräsentiert, eine professionell geführte Einrichtung mit großer Anerkennung seitens der Fachwelt und einem beachtlichen Einzugsbereich von bis zu 250 km. Ohne Zweifel zählt das Kunsthaus zu den Kulturbereichen in Kaufbeuren, in denen sich die größte ästhetische Exzellenz findet.

Neben dem Kunstmuseum gibt es eine verschwindend kleine Szene an Galerien, Ateliers von Künstlern und diverse private Initiativen im Ausstellungsbereich. Hier ist insbesondere die Sparkasse Kaufbeuren zu nennen, die sich auch mit einer kleinen Künstlerstiftung für den Nachwuchs in Kaufbeuren einsetzt.

Im Bereich Kunst im öffentlichen Raum scheint es in Kaufbeuren kaum nennenswerte Impulse zu geben.

Die Kulturschaffenden schätzen die Bedeutung der Bildenden Kunst für Kaufbeuren mit der Note 3,13 als deutlich unterdurchschnittlich ein, vergeben allerdings auch hinsichtlich der Qualität (2,88) keine besonders gute Zensur. Bei den befragten Bürgerinnen und Bürgern spielt die Sparte Bildende Kunst/Galerien tatsächlich so gut wie gar keine Rolle. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die überregionale Bedeutung des Kunsthauses und die zweifelsohne große Qualität der dort gebotenen Ausstellungen bedauerlich.

Diese mangelnde Akzeptanz oder auch Präsenz im kulturellen Leben ist möglicherweise auf die spärliche personelle Ausstattung und das Fehlen einer kunstpädagogischen Stelle zurückzuführen. Allgemein ist die Kontaktpflege zu Schulen wie auch die Netzwerkbildung innerhalb der Szenen eine arbeitsintensive Aufgabe, die im laufenden Betrieb schwerlich zu bewerkstelligen ist. Auf die Kontaktpflege sind jedoch insbesondere Institutionen angewiesen, die nicht vom punktuellen Aufmerksamkeitswert des „Events“ leben, wie es jede Einrichtung im Bereich der darstellenden und/oder performativen Künste tut, sondern als dauerhafte Einrichtung mit einem über längere Zeiträume konstanten Angebot locken müssen.

3.2.7 Museen

Das Angebot an Museen ist in Kaufbeuren im Vergleich zur Größe der Stadt äußerst zufriedenstellend. Neben dem Kunsthaus als Museum für Bildende Kunst ist hier insbesondere das Stadtmuseum zu nennen, das nach längerer

Schließung wegen des aufwändigen Neubaus im Juni 2013 wiedereröffnet wird. Von dieser Wiedereröffnung sind einige maßgebliche Impulse für das kulturelle Leben Kaufbeurens zu erwarten, da sich das neue Museumskonzept nicht nur als eine Weichenstellung im Bereich der Kulturellen Bildung versteht (mit einem deutlichen Schwerpunkt auf eine museumspädagogische Konzeption), sondern auch hinsichtlich der Vernetzung von Kultureinrichtungen in Kaufbeuren klare Ambitionen formuliert werden. Dies ist nicht zuletzt der Personalunion aus Museumsleitung und Leitung der Kulturabteilung in Person von Dr. Astrid Pellengahr geschuldet. Unter anderem sollen Anknüpfungspunkte an die übrigen Museen in Kaufbeuren gesucht und Synergien in der Museumspädagogik genutzt werden, aber auch gemeinsame Projekte mit der Kulturwerkstatt oder der Musikschule durchgeführt werden. Des Weiteren beheimatet das neue Stadtmuseum Veranstaltungsräume und soll den Literaten La Roche, Ganghofer und Magnus Enzensberger einen eigenen Schwerpunkt widmen. Auch wird es eine allgemeine Ticketvorverkaufsstelle im Foyer geben. Hier liegt also durchaus großes Potential, das neue Stadtmuseum als eine Art kulturelle Anlaufstelle in Kaufbeuren zu etablieren und somit den laut Aussage von Kulturschaffenden „leicht angestaubten“ Museumsbegriff in der Bevölkerung durch einen lebendigen, vitalen abzulösen.

Das zweite große historische Museum in Kaufbeuren ist das im Stadtteil Neugablonz verortete Isergebirgsmuseum, das als Stadtteilmuseum fungiert und gleichzeitig einen wesentlichen Bereich der jüngsten Kaufbeurer Zeitgeschichte thematisiert – die Vertriebenengeschichte, die einen sehr prägenden Einfluss auf die Mentalität und Bevölkerungsstruktur Kaufbeurens hat. Das Isergebirgsmuseum erfreut sich einer sehr schönen Konzeption mit einer zauberhaften Ausstellung, die jedoch aktuell an dem fehlenden museumspädagogischen Personal leidet und mit den strukturellen Gefahren einer ehrenamtlichen Führungsstruktur zu kämpfen hat. Allgemein könnte das Isergebirgsmuseum überregionale Bedeutung haben, das es Themen aufgreift, die im Lehrplan der weiterführenden Schulen im Fach Geschichte relevant sind.

Neben Kunsthaus, Stadtmuseum und Isergebirgsmuseum sind weiterhin das Feuerwehrmuseum, die Crescentia-Gedenkstätte rund um die hl. Crescentia und das Puppentheatermuseum zu nennen.

Da das Stadtmuseum zur Zeit geschlossen ist, verwundert es nicht, dass der Bereich Museen/Historische Ausstellungen bei der Frage nach der persönlichen Nutzung keine allzu große Rolle spielt, auch vor dem Hintergrund, dass die Bewohner einer Stadt die vorhandenen Museen selten regelmäßig besuchen. Etwas schockierend ist allerdings, dass auf die Frage, welche Kulturangebote sie Bekannten zum Besuch empfehlen würden, nicht ein einziges der vorhandenen und begehbaren Museen genannt wurde. Üblicherweise sind die Museen letztlich doch das, was einem einfällt, wenn es darum geht, für Besucher ein Kulturprogramm zusammenzustellen. Der

Handlungsbedarf hinsichtlich einer Belebung der gesamten Museenlandschaft im Umkreis der Neueröffnung des Stadtmuseums liegt auf der Hand und wurde ja auch bereits erkannt.

3.2.8 Kultur im öffentlichen Raum/ Feste

Das größte und gleichzeitig mit weitem Abstand populärste kulturelle Ereignis Kaufbeurens ist das alljährlich stattfindende Tänzelfest, das älteste historische Kinderfest Bayerns, das jedes Jahr die gesamte Stadt zu mobilisieren scheint und für fast zwei Wochen das städtische Leben in seinen Bann zieht. Alleine über 1.600 Kinder sind über die Schulen und Kindergärten in den Festzug eingebunden, sodass fast jede Familie in Kaufbeuren zu irgendeinem Zeitpunkt mal in Berührung mit dem Tänzelfest kommt. Fast alle Gesprächspartner bestätigten einhellig, dass dieses Fest möglicherweise das einzige Kulturereignis im städtischen Veranstaltungskalender ist, das ein wirkliches Identifikationsgefühl mit der Stadt herzustellen vermag, und zwar quer durch alle Bevölkerungsschichten. Erstaunlich ist dabei, dass das Tänzelfest ebenfalls – wie fast alle kulturellen Aktivitäten in Kaufbeuren – ausschließlich in Vereinsstrukturen organisiert wird, eine Tatsache, die gleichzeitig auch der Garant für das große Engagement der Bevölkerung und den hohen Identifikationsgrad ist.

Im Jahr 2011 wurde vom Verein Artistica Anam Cara e.V. eine weitere Veranstaltung im öffentlichen Raum initiiert, nämlich das Gaukler- und Kleinkunstfestival im Jordanpark, das „Parkteterete“. Das Festival fiel leider ins Wasser, kann aber davon abgesehen als sehr erfolgreiche Initiative bezeichnet werden, die im Jahr 2013 wiederholt werden soll.

Die Auswertung der Bürgerbefragung bestätigt den Eindruck nicht nur, dass das Tänzelfest das öffentliche Leben prägt, sondern offenbart, dass sich der gesamte Kulturbegriff der Kaufbeurer Bevölkerung an dieser Veranstaltung zu orientieren scheint. Für über 170 Befragte ist das Tänzelfest mit Abstand das herausragende Element im Jahreskalender, es ist häufig die erste Assoziation zu Kaufbeuren und wird von 153 Befragten als tolle Ausgehmöglichkeit empfohlen. Das geht so weit, dass das Tänzelfest sogar teilweise als „Veranstaltungsstätte“ wahrgenommen wird.

Das, was in Kaufbeuren vorrangig mit Kultur in Verbindung gebracht wird, ist demnach ein Bereich, der gar nicht dem sogenannten „klassischen“ Kulturbegriff entspricht und der zudem nur einmal pro Jahr für zwei Wochen in Anspruch genommen werden kann - eine Tatsache, die von den Kulturschaffenden Kaufbeurens teilweise nicht ohne eine gewisse Frustration zur Kenntnis genommen wird.

3.2.9 Kleinkunst/Kabarett

Es mag nicht überraschen, dass auch der Bereich Kleinkunst/Kabarett in Kaufbeuren in ehrenamtlichen Strukturen organisiert wird. Hier hat sich der Kulturverein Podium Kaufbeuren e.V. in seinem mittlerweile 30-jährigen Bestehen einen beachtlichen überregionalen Ruf erspielt. Der Verein verfügt über eigene Räumlichkeiten, die der Verein von der Stadt angemietet hat. Hochrangige Kabarettisten und Comedians machen auf ihren Tourneen Station in Kaufbeuren. Allerdings gibt es auch hier Handlungsbedarf – so ist es über die Jahre nicht gelungen, die Einrichtung soweit zu institutionalisieren, dass ihre Existenz auch nach dem Ruhestand des Initiators und aktuellen Vorstands Peter Brosche gesichert ist. In jedem Fall gehört die Kleinkunstbühne Podium neben dem Kunsthaus zu den Einrichtungen in Kaufbeuren, die in punkto künstlerischer Exzellenz in ihrer Sparte Leuchtturmpotential haben.

Der Bereich Kleinkunst/Kabarett spielt im Nutzungsverhalten der Kaufbeurer keine nennenswerte Rolle, taucht aber immerhin bei rund 15% der Befragten in der Liste der kulturellen Stärken Kaufbeurens auf – mehr als die Hälfte davon wiederum nennen die Sparte Kleinkunst in einem Atemzug mit dem Veranstalter Podium. In jedem Fall kann also festgestellt werden, dass sich das Podium hier eine Art Alleinvertretungsanspruch gesichert hat.

3.2.10 Tanz

Ein Bereich, der in allen Expertengesprächen praktisch keine Rolle spielte, ist der Bereich Tanz. Das Angebot scheint hier über die ansässigen Tanz- und Ballettschulen abgedeckt zu sein. Veranstaltungsangebote aus dem professionellen Bereich sind offensichtlich rar gesät. Lediglich beim Tänzelfest spielt der Bereich Tanz über die Tänzelfest-Tanzgruppen eine hervorgehobene Rolle. Auch die Fragebogenaktion mit Kulturschaffenden ergibt eine nur ausreichende Wertung von 3,50 bei der Qualität des Bereichs Tanz und eine 3,05 bei der Frage nach der Bedeutung (möglicherweise ist die bessere Bedeutung hier wiederum dem Tänzelfest geschuldet).

Auch in der Bürgerbefragung belegt die Sparte Tanz den letzten Platz, wenn es um die Nutzung von Kulturangeboten geht, bei den Stärken taucht der Begriff dann überhaupt nicht mehr auf, auch nicht bei den Kultursparten, die vermisst werden. Hier scheint es weder ein nennenswertes Angebot, noch eine große Nachfrage zu geben.

3.3 Kulturelle Infrastruktur in Kaufbeuren

Ein großes Manko in Kaufbeuren scheint das Angebot an Veranstaltungsräumen zu sein. So gibt es weder einen größeren historischen Saal mit einem angemessenen Ambiente, noch ein modernes Tagungs- und Veranstaltungszentrum mit einer entsprechenden Infrastruktur. Aufgrund dieses Mangels sind Gastspiele internationaler Künstler häufig bereits von vorneherein ausgeschlossen, da keine geeignete Kapazität angeboten werden kann.

Folgende Veranstaltungsräume werden in Kaufbeuren für Kulturveranstaltungen genutzt:

- Stadtsaal (Kapazität bis 550)
- Gablonzer Haus (Kapazität bis 450)
- Stadttheater (Kapazität 260)
- Karthalle (Kapazität 1.500)
- Podium (Kapazität 150)
- Kunsthaus (Kapazität 100)
- Zeppelinhalle (Kapazität 960)

Die einzigen beiden Säle mit nennenswerter Kapazität, die Zeppelinhalle und die Karthalle, liegen in privater Hand und werden aus verschiedenen Gründen nur gelegentlich für Veranstaltungen genutzt. In beiden Fällen besteht seitens der Betreiber kein Interesse, die Nutzung für Veranstaltungen auszuweiten. Auch sind die Räumlichkeiten aufgrund der Infrastruktur und der Umgebung nur für bestimmte Veranstaltungen geeignet.

Der Stadtsaal leidet vor allem unter mangelndem Ambiente durch eine sehr zweckmäßige Ausstrahlung und die veraltete Infrastruktur (insbesondere im Bereich der Garderoben und der Bestuhlung) sowie einem sehr beschränkten Gastronomiekonzept, bzw. der fehlenden Infrastruktur für die Bewirtung.

Das Stadttheater kann sicherlich am meisten mit seinem besonderen historischen Charme punkten, ist jedoch aufgrund der geringen Sitzplatzkapazität ebenfalls nur für bestimmte Veranstaltungstypen geeignet. Nach vielen Jahren, in denen das Stadttheater eher stiefmütterlich behandelt und ihm die dringend notwendigen Aufrüstungs- und Renovierungsmaßnahmen verwehrt wurden, wurde nun im April endlich ein Stadtratsbeschluss gefasst, das Stadttheater neu gestalten und damit als Veranstaltungsraum aufzuwerten.

Auch unter den Kulturschaffenden, die per Brief an der Befragung teilnahmen, erhält die infrastrukturelle Situation folgerichtig denkbar schlechte Noten. Das Angebot an Veranstaltungsstätten wird hinsichtlich Quantität und Qualität mit einer Gesamtbewertung von 3,5 abgestraft, kaum einer der Befragten vergab eine Wertung besser als 3. Das Stadttheater ist hier auch

der einzige Veranstaltungsraum, dem die Kulturträger überhaupt Potential zusprechen (12 Nennungen). Fast genauso viele sehen hingegen den Stadtsaal mit deutlichem Abstand als die Veranstaltungsstätte mit der geringsten Ausbaufähigkeit an.

Hier liegt eine deutliche Diskrepanz zum Kaufbeurer Bürger, der den Stadtsaal doch irgendwie ins Herz geschlossen zu haben scheint. Immerhin ein knappes Viertel der Befragten nennt den Stadtsaal als besonders gute Veranstaltungsstätte, ein Drittel das Stadttheater (Mehrfachnennungen waren hier möglich). Möglicherweise sind das aber auch lediglich die beiden Veranstaltungsstätten, die auf Anhieb jedem einfallen. Auch ist bezeichnend, dass Stadtsaal und Stadttheater hauptsächlich von Befragten aus der Bevölkerungsgruppe ab 60 genannt wurden. Dass beide Räumlichkeiten in ihrer aktuellen Ausstattung den Anforderungen eines modernen Veranstaltungsmanagements nicht mehr gerecht werden, ist zudem auf Seiten des Publikums nicht zwangsläufig ersichtlich.

Während die Kulturschaffenden recht differenziert zu benennen wissen, was ihnen in Kaufbeuren in dieser Hinsicht fehlt und spezifische Anforderungen an die Ausstattung formulieren (großer Allzwecksaal mit Parkgarage bzw. großem Parkplatz, Möglichkeit, den Saal zu teilen, moderner und professioneller Veranstaltungssaal...), bzw. ihre Wünsche mit inhaltlichen Schwerpunktsetzungen verknüpfen (Forum für Literatur und Lesungen, gute Kleinkunstbühne, Alternativkino, kleiner bewirteter Saal, Kunstcafé, Opern- und Musicalbühne...) vermissen die Bürger allgemein „größere Veranstaltungsorte“, „Veranstaltungsorte allgemein“, einen „größeren Konzertsaal“ oder auch „etwas wie die Big Box in Kempten“ oder „etwas wie das Modeon“. Immerhin 10 Personen bringen allerdings auch hier explizit die Forderung zum Ausdruck, Bestehendes zu renovieren oder zu modernisieren. Was der Bevölkerung weiterhin fehlt, sind Veranstaltungsstätten wie Discotheken und Clubs, was an dieser Stelle mit dem fehlenden Angebot in den Bereichen Tanzveranstaltungen/Popmusik gleichzusetzen ist.

4. Thematische Schwerpunkte aus den Expertengesprächen

4.1 Das Image der Stadt Kaufbeuren

Zwei Fragen stellten sich in den Expertengesprächen als die schwierigsten heraus: Die Frage, wofür Kaufbeuren steht. Und die Frage nach der jeweils ganz individuellen Vision für das kulturelle Leben in Kaufbeuren. Kaufbeuren scheint eine Stadt zu sein, die **viel Lebensqualität** bietet, **wenig Reibungspunkte oder Kontroversen**, allerdings auch **keine Leuchttürme** aufzuweisen hat. Und in der irgendwann der Mut (oder die Lust?) abhanden kommt, wirklich gewagte Visionen zu entwickeln.

Zum Image Kaufbeurens fallen im besten Fall Stichpunkte wie **„Gemütlichkeit"** und „Vielfalt und Lebensqualität", im negativen Sinne Sätze wie: „eine Stadt, die immer irgendwie am Rand ist" oder Attribute wie **„abgeschlagen"** und wahlweise **„Weltmeister"** oder **„Könige im Mittelmaß"**. Von den Kulturschaffenden selbst wird der Stadt Kaufbeuren eigentlich jegliche Strahlkraft abgesprochen. Bei dem ein oder anderen geschieht dies mit einem liebevollen Unterton, einem bereitwilligen und zufriedenen Sich-nach-der-Decke-strecken, bei anderen schwingt Fatalismus oder auch Frust mit.

Oft ist auch wahlweise anerkennend oder herablassend die Rede davon, wie **bemüht die Stadtverwaltung sei, hier insbesondere die Kulturabteilung**, wie rege, und wie groß das Engagement „im Rahmen der Möglichkeiten" sei. Entscheidend ist aber auch hier die Betonung der **fehlenden Spielräume und Visionen**. Insgesamt stehen beim „Rahmen der Möglichkeiten" offensichtlich weniger die Möglichkeiten im Vordergrund als vielmehr der Rahmen.

Möglicherweise ist es aber gar nicht so sehr die mangelnde Strahlkraft, sondern vielmehr das **mangelnde Selbstbewusstsein**, das dafür sorgt, dass Leuchttürme, wo sie denn existieren – und das tun sie durchaus – schlichtweg nicht angeknipst werden. So konstatierte ein Gesprächspartner treffend: „Kaufbeuren ist eine Stadt, die immer nach dem Großen sucht und immer zu spät kommt und dabei oft vergisst, was sie hat." Und nicht nur das: Es fehlt vielleicht nicht nur der Blick für das Besondere in den eigenen Reihen, sondern letztlich auch **der Wille, dieses Besondere auch besonders hervorzuheben**.

Einig ist man sich des Weiteren darin, dass Kaufbeuren **nichts Profilbildendes** hat, nichts, womit man die Stadt identifizieren könnte. Das letzte identitätsstiftende Merkmal scheint die Neugablonzer Industrie gewesen zu sein – ein Merkmal, das geblieben ist; heute allerdings eher in Form der sehr **speziellen Zweiteilung der Stadt in Neugablonz und Kaufbeuren**, eine Teilung, die sich auf die Mentalität der Gesellschaft auswirkt: Wie eine Gesprächspartnerin treffend feststellte, hat Kaufbeuren nicht die Mentalität einer 43.000-Einwohner-Stadt. Gefühlt sind es zweimal 20.000. Unterstützt wird dieser Effekt durch die **doppelt vorhandene Infrastruktur**, die die Entwicklung einer Identität als geschlossene bürgerliche Gesellschaft erschwert.

Nicht ganz so einig sind sich die unterschiedlichen Gesprächspartner hingegen in der Bewertung dieser besonderen Struktur und davon ausgehend der Frage, ob das nun ein Zeichen für gelungene oder gescheiterte Integration ist. Während die einen die Spaltung der Stadt als ein friedliches Miteinander und Nebeneinander interpretieren und auf die dadurch begünstigte Vielfalt in der Bevölkerungsstruktur, verstärkt noch durch die jüngste Zuwanderungsgeschichte durch Russlanddeutsche, verweisen, bemängeln andere die **äußerst schwierigen Bedingungen für eine flächendeckende Kulturarbeit** und vermissen dezidiert Integrationsprojekte. Die größere Irritation ob der besonderen Bevölkerungsstruktur findet sich erwartungsgemäß auf Seiten der Zugezogenen. Einheimische scheinen den Status Quo nicht mehr als außergewöhnlich wahrzunehmen. Man lebt und wirkt in seiner Hälfte.

Zur Teilung Kaufbeurens in Neugablonz und Kaufbeuren im Sinne einer Kernstadt wurden in der Bürgerbefragung bewusst keine Fragen formuliert, da dieser Sachverhalt den Rahmen der vorliegenden Untersuchung sprengen würde. Insofern können diesbezüglich keine Vergleichswerte herangezogen werden. Wozu es jedoch durchaus Ergebnisse gibt, ist die Frage nach dem Image der Stadt Kaufbeuren.

Hier weicht das Ergebnis nicht nennenswert von der Einschätzung der Kulturakteure ab, wenn auch die Bevölkerung dem Image von Kaufbeuren immerhin noch eine 2,8 gibt, wohingegen die Kulturschaffenden lediglich eine durchschnittliche 3,1 zu vergeben bereit sind. Ansonsten gilt: Kaufbeuren wird vorrangig mit **heimatbezogenen, kleinstädtischen und identifikationsfördernden weichen Faktoren** wie **Feste, Vereine, Sport, Stadtbild, Landschaft und Wohnen** in Verbindung gebracht – alles weitestgehend **Faktoren, die nach innen wirken**. Eine Außenwirkung entsteht nur durch die wenigsten dieser Merkmale.

Anders gesagt: **Kaufbeuren ist Heimat**. Die Stadt lebt in sich und durch sich selbst, ist nach innen gerichtet. Aufbruch, Bewegung, Öffnung sind weniger zu spüren. **Beschaulichkeit, Tradition sind die prägenden Faktoren**. Bezogen auf das Stadtbild und die touristische Wirkung werden **die schöne Altstadt, das Crescentia Kloster und der Fünfknopfturm** als Sehenswürdigkeiten und Orte genannt, die repräsentativ für die Stadt stehen.

Auffallend ist, dass die für Konsum und Freizeit relevanteste Bevölkerungsgruppe im mittleren Alter das Image der Stadt Kaufbeuren am schlechtesten beurteilt. Diese Gruppe kennt in der Regel andere Städte, kann vergleichen und sieht eher, woran es mangelt. Am positivsten wird Kaufbeuren von der höchsten Altersgruppe über 60 wahrgenommen. Ältere Bürgerinnen und Bürger kennen Kaufbeuren wie es seit jeher ist und finden gut, dass sich nicht viel ändert.

So wünschenswert es ist, eine weitgehend zufriedene wenn auch nicht sonderlich euphorische Bürgerschaft zu haben, ist das Ergebnis durchaus kritisch zu sehen. Es gibt in Kaufbeuren offenbar nichts, das für die Außenwirkung, für die Vermarktung speziell auch im kulturellen Bereich die Basis darstellen kann – zumindest fällt den Bürgerinnen und Bürgern spontan nichts dazu ein.

4.2 Der Stellenwert von Kultur im öffentlichen Leben

Was zunächst als eine Diskussion über das Für und Wider eines modernen Veranstaltungs- und Kulturzentrums vom Format einer BigBox in Kempten begann, wurde in den Expertengesprächen schnell zum Sinnbild für den allgemeinen Stellenwert von Kultur in der Kaufbeurer Gesellschaft. „Es fehlt ein Ort für Kultur" wurde somit zu einem Schlüsselsatz, der sich symbolisch auf viele Bereiche übertragen lässt, angefangen bei der oben skizzierten Historie der Entwicklung der Kulturabteilung. So ist es durchaus symptomatisch, dass der Bereich Kultur über viele Jahre innerhalb der Strukturen der Stadtverwaltung nicht klar verortet war.

Diese **mangelnde Wertschätzung für Kultur seitens der Politik und/oder der Gesellschaft** manifestiert sich für viele Kaufbeurer Kulturschaffende in der Tatsache, dass es **keinen vernünftigen Veranstaltungsraum** in Kaufbeuren zu geben scheint. Und es **kulminiert letztlich in der Art und Weise, wie das Stadttheater über viele Jahre „behandelt" wurde** – nämlich gar nicht. Ebenso kann es als ein großer symbolischer Schritt gewertet werden, dass beinahe zeitgleich mit der Umstrukturierung der Kulturabteilung und mit der Beauftragung einer Studie zum kulturellen Leben in Kaufbeuren auch die endlich und lange fällige Renovierung des Stadttheaters auf die Agenda der Politik gesetzt und schließlich auch beschlossen wurde. Hier ist ein erster großer Schritt getan, der vom **psychologischen Gehalt** her gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Ähnlich wie dem Stadttheater ergeht es nämlich vielen kulturellen Themen und Initiativen in Kaufbeuren. „Das ist irgendwie da", so könnte man zusammenfassen, was kulturell in Kaufbeuren los ist. **Viele Einrichtungen hätten Potential, sind aber nicht vernünftig ausgestattet**. Selbst die professionellen städtischen Einrichtungen sind auf ehrenamtliche Mitarbeiter angewiesen. Kultur scheint allgemein relativ harmlos zu sein in Kaufbeuren.

Der Eindruck einer mangelnden Wertschätzung oder auch einfach nur Wahrnehmung von Kultur in Kaufbeuren bestätigt sich in der Tat in den Ergebnissen der Bürgerbefragung. Zwar steht bei der Frage nach spontanen Assoziationen der Bereich Kunst und Kultur an oberster Stelle, dies liegt aber wieder einmal an der Präsenz des Tänzelfestes. Das Tänzelfest prägt Kaufbeuren zumindest im Hinblick auf soziales und kulturelles Leben. Von den 201 Befragten, die an erster Stelle Kunst und Kultur mit Kaufbeuren in

Verbindung bringen, beziehen sich 170 dabei auf das Tänzelfest, der Begriff Kultur wird offensichtlich vorrangig populär interpretiert. Andere kulturelle Angebote wurden nur in Einzelfällen genannt. Kultur insgesamt ist also kein Punkt, der mit Kaufbeuren in Verbindung gebracht wird. Beziehungsweise – um es noch etwas drastischer auszudrücken – der klassische Kulturbegriff ist in weiten Teilen der Kaufbeurer Bürgerschaft nicht präsent.

So ist es wenig überraschend, dass die Befragten sich bei der Frage nach der Qualität des Kulturangebots auf eine diplomatische 2,6 zurückziehen. Wirkliche Spitzen gibt es nicht: Die Antworten sind normalverteilt, das heißt hauptsächlich wurden Noten von zwei und drei vergeben, die Beurteilung verläuft zudem relativ gleichmäßig durch sämtliche Altersgruppen. Im Gegensatz zu Themenbefragungen in anderen Städten fällt auf, dass bei offenen Fragen nach Schwächen und Verbesserungswünschen keine bzw. kaum „radikale", klare oder auch provokative Antworten kommen.

Auch das deutet darauf hin, dass das Kulturangebot eigentlich gar kein Profil hat, bzw. dass der Faktor Kultur für das städtische Profil nahezu wegfällt. Wer das Kulturangebot nicht kennt, wem es gleichgültig ist, der vergibt in der Regel mittlere Bewertungen. Einzig die Zielgruppe der Berufstätigen im mittleren Alter geht etwas kritischer mit diesem Punkt um und bewertet auch das Angebot differenzierter – allerdings auch nur marginal. **Kultur ist nicht verankert im öffentlichen Leben.**

4.3 Das Selbstbild der Kulturschaffenden

Es wurde bereits angesprochen, dass insbesondere hinsichtlich der Zufriedenheit mit der aktuellen Situation ein deutlicher Unterschied zwischen Gesprächspartnern, die in Kaufbeuren geboren und/oder aufgewachsen und jenen, die aus beruflichen Gründen in die Stadt gekommen sind, besteht. Insbesondere bei ersteren lässt sich eine Mischung aus dem beschriebenen **mangelnden Selbstbewusstsein** und einer dennoch allgemeinen **Grundzufriedenheit mit dem eigenen Status Quo** bei gleichzeitigem leichten aber auch bereits lieb gewonnenen **Frust über die Politik beziehungsweise die Gesellschaft** feststellen. Ein etwas weniger wohlwollendes Urteil fügt noch die Diagnose einer gewissen **Unbeweglichkeit im Hinblick auf die eigene Arbeit** hinzu.

Tatsächlich entsteht in vielen der Gesprächen der Eindruck, dass man sich der Mängel und der Tatsache, dass Kaufbeuren hinter seinen Möglichkeiten zurückbleibt, durchaus sehr bewusst ist, dass man sich aber auch recht kuschelig im Status Quo eingerichtet hat. Irgendwie spüren auch alle, dass man mit der aktuellen Situation des kulturellen Lebens nicht wirklich zufrieden sein kann, und dass auch die eigenen Einrichtungen und kulturellen Aktivitäten irgendwie hinter den Möglichkeiten zurückbleiben. Letztlich ist es aber dann doch ein bisschen so wie bei dem Frosch im heißen Wasser, das so

langsam erwärmt wird, dass er keinen Anlass sieht, rechtzeitig hinauszuspringen. Denn: Eigentlich sei doch alles wunderbar, so bewerten es nicht nur die Bürger Kaufbeurens, sondern auch die Kulturakteure. So wird allenthalben das sehr breite kulturelle Angebot in Kaufbeuren gelobt, in dem sich jeder wiederfinden könne. Auf die Nachfrage, was von diesem Angebot denn persönlich genutzt wird, stellt sich heraus, dass selbst seitens der kulturellen Leistungsträger privat eigentlich keine große Motivation besteht, die Angebote wirklich nachzufragen.

Kontroverse Themen finden im Kulturbereich kaum statt. Es gibt **wenig Experimentelles, keine großen Aufreger**. Mit der Arbeit der Kulturabteilung und der Stadtverwaltung im Allgemeinen ist man zufrieden. Die Kulturinformation sei ordentlich, jeder bemühe sich sehr. Alles sei übersichtlich und gut erreichbar. An ein bestimmtes Plakat oder einen bestimmten Flyer kann sich dann jedoch kaum jemand erinnern.

Im Laufe der Gespräche beginnt man gemeinsam zu reflektieren, woran es denn eigentlich liege, dass nicht mehr drin sei. Und dann entsteht eine gewisse Nachdenklichkeit. Die Frage nach dem Kulturbegriff derjenigen, die Kultur gestalten drängt sich auf: Geht es um Unterhaltung, um reine Angebotsgestaltung oder um einen wie auch immer gearteten gesellschaftlichen Auftrag?

Und hier sollte sich der „Frosch im heißen Wasser“ durchaus auch an der eigenen Nase fassen. Denn es ist nicht nur „die Gesellschaft“ und „die Politik“, die die nötige Wertschätzung verweigern. Es sind auch die Kulturschaffenden untereinander. **Vieles läuft da parallel**, aber **für das Neue gibt es kaum Wertschätzung**. Da bemühen sich Literaturfreunde im Freundeskreis Sophie La Roche um die Förderung von Literatur, nehmen aber eine Jugendkulturinitiative wie den SLAMbeuren gar nicht wahr – und beide Seiten merken nicht, dass hier etwas aus einer identischen Motivation heraus entsteht, nämlich der Lust am literarischen Ausdruck. **Eine Kommunikation zwischen den Generationen findet kaum statt.** Auch hier gilt also: Man investiert nicht. Die anderen nicht, und der einzelne selbst auch nicht.

Ähnlich ergeht es Einrichtungen wie der Kleinkunstbühne Podium, dem Autorenfilmfestival „filmzeit“, ja sogar der Kulturwerkstatt und dem Kunsthaus. Alles scheint „irgendwie da“ zu sein. Dabei fehlt manchmal vielleicht einfach nur der Trommelwirbel – und eine Stelle, die sich dafür zuständig fühlt, ihn auszuführen.

4.4 Kultur und bürgerschaftliches Engagement

Ein weiteres Phänomen des Kaufbeurer Kulturlebens ist das bereits mehrmals konstatierte **außergewöhnliche bürgerliche Engagement**. Was in anderen Städten in Trägerschaft der Kulturämter stattfindet, wie das Angebot von

Theatergastspielen oder Konzertreihen oder die Organisation eines historischen Festes, liegt in Kaufbeuren in der Hand von Ehrenamtlichen. Wo sich andernorts Hauptamtliche um Einrichtungen wie eine Kleinkunstbühne kümmern, tun dies in Kaufbeuren engagierte Bürgerinnen und Bürger. Das ist **bemerkenswert und eine wirkliche Stärke dieser Stadt**, auf die sie stolz sein kann und es sicherlich auch ist. Ein großes Plus, das sich daraus ergibt, ist die Niederschwelligkeit in den Angeboten, das städtische Leben aktiv mit zu gestalten. Partizipation wird hier nicht durch den Zwang zur Qualifikation erschwert.

In Zusammenhang mit dem Tänzelfest, das wie bereits erwähnt eine **außergewöhnliche Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung** genießt, ist bemerkenswert, wie gut es durch das professionelle Netzwerkmanagement des Tänzelfestvereins gelingt, die Bevölkerung aller Altersschichten zu mobilisieren. Dies ist eine besondere Qualität, die es im Hinterkopf zu behalten gilt, wenn wir später darüber nachdenken, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um Kaufbeuren kulturell nach vorne zu bringen.

Dennoch sei an dieser Stelle erlaubt, darauf hinzuweisen, dass ein Teil des Pudels Kern auch in diesem Phänomen verborgen liegt. Mit der Verlagerung auf das Ehrenamt geht letztlich auch eine **fehlende Professionalität einzelner Bereiche wie z.B die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing, aber auch die Servicequalität** einher. Auch erschwert die Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen und Freiwilligen die **Qualitätssicherung** – kontinuierliche Qualität kann schon aufgrund von **Fluktuationen im individuellen Engagement** aber auch wegen der **fehlenden Qualifizierung** und nicht zuletzt aufgrund der nämlichen Natur der freiwilligen Leistung schwer eingefordert werden. Das bekommen insbesondere Museumsleiterinnen zu spüren, die im Bereich der Museumspädagogik und der Gestaltung von Führungen auf ehrenamtliche Kräfte angewiesen sind. Es betrifft aber auch die Programmgestaltung, die in den Händen von Ehrenamtlichen liegt, die möglicherweise **kein Interesse an einer öffentlichen Kontroverse** haben und denen der **professionelle ästhetische Weitblick fehlt**.

Dazu kommt die Problematik, dass sehr viel von dem **individuellen persönlichen Engagement Einzelner** abhängt, die in hohem Maße nicht nur die Aktivität, sondern auch das Profil ganzer Einrichtungen bestimmen. So groß die Entlastung für eine städtische Kulturabteilung in der Phase der größten Vitalität dieser Protagonisten sein mag - die Gefahr ist groß, dass sie dieses Profil und nicht selten die gesamte Struktur mit sich nehmen, wenn sie gehen. Beispiele dafür gibt es in jeder Stadt und natürlich auch in Kaufbeuren: Was Peter Pius Irl für die Burgspiele Kemnat, ist Peter Brosche für den Kulturverein Podium und Horst Lauerwald für das Tänzelfest. Es ist eine sensible Gratwanderung, hier rechtzeitig und behutsam von außen einzugreifen, um **eine Nachwuchsarbeit und die Institutionalisierung der Strukturen zu gewährleisten**.

Ein weiteres sensibles Feld sind **persönliche Verbindlichkeiten innerhalb von Vereinen** und der **Umgang mit so empfundener Konkurrenz** auf dem „Markt" der Kulturvereine. Netzwerkarbeit wird nicht selten als Bedrohung wahrgenommen. Man bleibt lieber unter sich und gestaltet sein eigenes Programm alleine. Es **fehlt gleichzeitig ein Bewusstsein für den Wettbewerb** anstelle eines reinen Konkurrenzdenkens, ein gesunder Egoismus, der vielleicht zu einer klareren und mutigeren Profilbildung führen könnte, aber auch der **Blick für Vernetzungen**, die alle Seiten voran bringen.

Was in Kaufbeuren generell fehlt, sind des Weiteren die **professionellen Szenen,** die selbstverständlich nicht vorrangig durch das Ehrenamt herausgebildet werden. Hier gilt es übrigens genau hinzusehen. Nicht alles, was von Profis ausgeführt wird, steht auch automatisch für Exzellenz. So wird der Bereich Theater von vielen Gesprächspartnern als die am hochwertigsten besetzte Kultursparte in Kaufbeuren bezeichnet. Bei näherem Nachfragen stellt sich jedoch heraus, dass sich auch diese Qualitätseinschätzung auf die Amateurszene bezieht, nicht auf den Profibereich. Und trotzdem haben die Gesprächspartner recht: Hier ist es nämlich tatsächlich so, dass ein gut gespieltes Amateurtheater manchmal besser ist als ein mittelmäßiges Profitheater, weil vitaler, engagierter, sorgfältiger umgesetzt und mit mehr persönlichem Anspruch. Professionelle Szenen daher den Amateur- und Laienbereich nie gefährden oder gar ersetzen – die Motivation für die Nachfrage ist in beiden Fällen eine völlig andere, ebenso wie die Qualitätskriterien, die für beide Bereiche in den ihnen eigenen Rahmenbedingungen zu gelten haben.

5. Handlungsempfehlungen

Im Folgenden sollen einige Handlungsempfehlungen entwickelt werden, die aus den Expertengesprächen der Vorstudie hergeleitet sind und anhand der Ergebnisse der Bürgerbefragung nach der Vorstudie noch einmal überprüft und neu gewichtet wurden. Die Empfehlungen gliedern sich in die vier Kernbereiche

A) „Psychologische" Maßnahmen
B) Strategische/Politische Maßnahmen
C) Ausbau und Verbesserung der Infrastruktur
D) Thematische und programmatische Schwerpunktsetzung (= Profilbildung)

Im Idealfall sollten diese vier Kernbereiche nach einem abgestimmten Fahrplan parallel entwickelt werden.

Die Handlungsempfehlungen sind als Anregungen zu verstehen, die in der Folge von der Stadtverwaltung priorisiert und in einen Fahrplan umzusetzen sind.

5.1 „Psychologische" Maßnahmen - Paradigmenwechsel im Selbstverständnis der Kulturabteilung

Unter psychologischen Maßnahmen ist an dieser Stelle das Anstoßen von Prozessen zu verstehen, die ein Umdenken im Selbstverständnis und eine Sensibilisierung für die Themen Kultur und kulturelles Leben zur Folge haben. Bereits die Durchführung der vorliegenden Studie kann als erster Schritt in diese Richtung interpretiert werden, da sie eine verstärkte öffentliche Diskussion kultureller und kulturpolitischer Themen zur Folge hatte und hat.

In ihrem Jahresbericht 2010 definiert die Abteilung Kunst- und Projektförderung ihre Aufgaben wie folgt:

- Förderung der freien Kunst und Kultur
- Förderung künstlerischer Projekte
- Schaffung eines partnerschaftlichen Miteinanders an der Schnittstelle zwischen Verwaltung und Kunst

Als Aktionsfelder werden die Organisation und Koordination sowie die Anwendung und Pflege des Kulturförderinstrumentariums und die Durchführung künstlerischer Einzelprojekte genannt. Letztere werden mit einer „kontinuierlich steigenden" Tendenz beschrieben.

Insgesamt erfüllt die städtische Kultureinrichtung primär Serviceaufgaben für die Kaufbeurer Kulturszene. Es werden Informationen für Veranstalter gebündelt und bereitgestellt; auf der Kulturseite der städtischen Homepage

gibt es ein Förderportal mit städtischen Förderprogrammen und den dazu gehörigen Formularen als Download; die Abteilung bemüht sich um eine Terminkoordination sämtlicher Kulturveranstalter in Kaufbeuren, um unnötige Konkurrenz zu verhindern; es gibt einen zentralen Internetveranstaltungskalender, der von den Veranstaltern selbst gepflegt werden kann; aktuell engagiert sich die Kulturabteilung, ein stadtübergreifend einheitliches System für Online-Ticketing einzuführen.

Insgesamt fungiert die Abteilung so vorrangig als Servicestelle für Kulturschaffende. Kaufbeurens Kulturszene funktioniert traditionell nach einer Art Subsidiaritätsprinzip. Die städtische Kulturförderung hat hier bestenfalls moderierende Funktion, mit anderen Worten: sie „stört" nicht. Sie vermeidet eine Wertung oder Hierarchisierung der Kulturangebote und setzt bewusst keine eigenen Impulse. Ein Profil ist nicht erkennbar und wird auch nicht angestrebt. Die Stadtverwaltung organisiert selbst ausgewählte Einzelveranstaltungen und Events, tritt aber nicht als Veranstalter regelmäßiger Kulturreihen auf.
Die Zusammenarbeit mit den Kulturschaffenden ist durch großes Verständnis, einen ausgeprägten Gerechtigkeitssinn und eine bewusste Neutralität geprägt. Die Akteure loben die gute Unterstützung durch die Kulturabteilung und die konstruktive, sympathische Kommunikation mit der Stadtverwaltung. Die Kommunikationsabläufe mit der städtischen Kulturabteilung sind standardisiert und laufen weitgehend reibungslos.

All das ist nützlich, wichtig und hilfreich. Es ist allerdings auch weitgehend harmlos.

Allgemein fehlt der Mut, Außergewöhnliches zu tun, sich festzulegen, Leuchttürme zu bauen. Es fehlt der Mut, sich überhaupt auf ein Profil festzulegen. Es fehlt der Mut zu strahlen. Das kommt nicht von ungefähr: Wer strahlt, stellt möglicherweise andere in den Schatten. Aufgabe einer öffentlichen Kulturabteilung könnte es sein, Leuchttürme aufzubauen und mit Strom zu versorgen und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass die übrigen Pflänzchen vom Licht profitieren können. Das wird nicht immer zu hundert Prozent gelingen. Zuweilen braucht es daher auch den Mut, Schnitte zu machen, einzugreifen. Den Mut, zu steuern, zu fördern, zu fordern, zu „stören" – nach innen wie nach außen.

Allgemein gilt: Die Kulturabteilung einer Stadtverwaltung muss **mehr eigene Impulse** einbringen. Im Wesentlichen bedeutet das für die bestehende Kulturabteilung eine Art Paradigmenwechsel, weg vom Selbstbild eines Servicebüros hin zu einer **strategischen Schaltzentrale auf dem Weg zu einem kulturellen Profil Kaufbeurens**. Die aktuelle Umstrukturierung der Abteilung und die Besetzung der neuen Abteilungsleiterin sind gute Voraussetzungen für einen solchen Politikwechsel. Am Anfang steht daher das Bekenntnis der Kulturabteilung zu einem neuen Selbstverständnis, zu klarem

Gestaltungswillen. Am Anfang stehen eine Zielformulierung und eine **Neuausrichtung der Aufgaben und Arbeitsfelder der Abteilung Kultur**.

Dazu gehört nicht zuletzt auch zu einem gewissen Prozentsatz Lobbyarbeit innerhalb der Stadtverwaltung und in den Gremien. Es ist Aufgabe einer städtischen Kulturabteilung, ein politisches Klima zu schaffen, um Motivation zu fördern und gleichzeitig neue Initiativen einzufordern. Politischer Wille kommt selten von alleine; hier hat die Kulturabteilung mit ihrem Oberbürgermeister und ihrem Referenten eine Katalysatorfunktion.

Die Personalunion der Leitung des Stadtmuseums – eine Funktion, auf die in der nahen Zukunft ohnehin einiges an gestalterischen und politischen Aufgaben zukommt – und der Leitung der Kulturabteilung machen diese Aufgabe bei allen auf der Hand liegenden Synergieeffekten nicht unbedingt einfacher. Dr. Astrid Pellengahr hat hier eine sehr spezifische Verantwortung für eine Kultureinrichtung inne, noch dazu eine Einrichtung, die gerade erst wieder mit neuen Impulsen ins kulturelle Leben einsteigt, gleichzeitig aber auch für den gesamten Kulturbereich mit allen Kultursparten. Es ist darauf zu achten, dass die Leiterin an den entscheidenden Stellen die nötigen sowohl ideellen als auch operativen und personellen Hilfestellungen bekommt, um diese Doppelverantwortung wahrnehmen zu können.

Die Profilierung der Stadt Kaufbeuren als Kulturstadt erfordert demnach im ersten Schritt eine Profilierung der Abteilung Kultur innerhalb des kulturellen Geschehens der Stadt. Sie muss eine aktive, gestaltende Rolle einnehmen. Dabei sollte sie sich nach Möglichkeit nicht in der Organisation von isolierten Einzelevents verlieren. Der Schwerpunkt liegt idealerweise auf strategischen Fragestellungen.

5.2 Strategische Maßnahmen

5.2.1 Professionalisierung der Kulturinformation

Die Abteilung Kunst- und Projektförderung hat in der Vergangenheit bereits große Verdienste im Bereich der Zentralisierung der Kulturinformation in Kaufbeuren geleistet. Zu nennen ist hier insbesondere der Internetkalender INKA, der von Kulturschaffenden selbst bestückt werden kann. Dieser Service sollte seitens der Kulturabteilung hinsichtlich des Marketings weiter professionalisiert werden.

An erster Stelle steht hier eine noch sehr viel **engere und direktere Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing** (Kaufbeuren Marketing GmbH). Seitens der Kaufbeuren Marketing sollte an die Kulturabteilung rückgemeldet werden, welche Themen für eine überregionale Vermarktung Relevanz haben und in der Folge gemeinsam nach Themen gesucht werden. Das Ziel sollte dabei nicht die erzwungene „Eventisierung“ des kulturellen Angebots

sein, sondern eine Unterstützung der Kulturschaffenden bei der Schärfung ihrer Profile im Hinblick auf eine professionelle Vermarktung. Auch könnte die Kaufbeuren Marketing in der Vertretung der Interessen Kaufbeurens das Thema Kultur stärker in den Fokus nehmen und **Kulturthemen offensiv in die touristischen Netzwerke einbringen**.

Um die Zusammenarbeit mit den lokalen Medien für alle Kulturschaffenden zu verbessern, könnten des Weiteren Gespräche mit der Allgäuer Zeitung hinsichtlich eines **Kultur-Werberahmenvertrags** geführt werden. Gerade kleinere Veranstalter tun sich oft schwer, eigene Anzeigen zu schalten. Gleichzeitig fehlt häufig das Verständnis für die Arbeitsweisen und Aufgaben einer Lokalzeitung. Die gängige Erwartung, Tageszeitungen „müssten" Veranstaltungen im Vorfeld ankündigen, decken sich nur sehr selten mit dem journalistischen Selbstverständnis der Redaktionen. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit werden dabei häufig vermischt bzw. verwechselt. Die Abteilung Kultur könnte hier eine Schnittstellenfunktion übernehmen.

Allgemein ist ein gutes Verhältnis zur örtlichen Presse für die Entwicklung von Strahlkraft unerlässlich. Bei der Kommunikation mit den Medien kann die Kulturabteilung wichtige und nützliche Hilfestellung leisten und Teile eines professionellen Presseservice mit übernehmen oder zumindest anleiten. An dieser Stelle wäre auch darüber nachzudenken, Werbekooperationen mit dem Corona Kinoplex zu knüpfen.

Zur Professionalisierung der Kulturinformation gehört auch ein verändertes Bewusstsein der städtischen Kulturabteilung selbst, wie Inhalte nach außen kommuniziert werden. Im Vordergrund sollte das Ziel stehen, das Selbstbewusstsein der Kulturschaffenden vor Ort zu stärken und einen Geist der Begeisterung für Kultur zu wecken. Es gilt die Kulturschaffenden nicht nur in ihrem Selbstmarketing zu unterstützen, sondern gezielte Lobbyarbeit innerhalb der Stadtverwaltung und der Gremien zu betreiben und dabei zu helfen, Allianzen zu schmieden und Netzwerke zu knüpfen. Falsche Bescheidenheit ist hier keine Zierde. Neue Kulturinitiativen sollten nicht aus falsch verstandenem Gerechtigkeitssinn zu zögerlich kommuniziert werden. Sie brauchen besonders in der Anfangsphase eine starke und sichtbare Öffentlichkeitsarbeit.

Ausgehend davon könnte die Kulturabteilung der Stadt Einrichtungen dabei unterstützen, Imagekampagnen zu starten, so zum Beispiel für das Kunsthaus, das sich das Ziel gesetzt hat, auch innerhalb Kaufbeurens stärker wahrgenommen zu werden.

5.2.2 Professionalisierung der Kulturförderung

Auch der Bereich Kulturförderung könnte weiter professionalisiert werden. Auf dem entsprechenden Portal der Abteilung Kultur finden sich ausschließlich städtische Förderprogramme. Eine Erweiterung dieses sehr gut gebündelten

Service könnte die **Recherche und Aufbereitung von öffentlichen Förderprogrammen auf regionaler, Bezirks-, Landes und europäischer Ebene** sein, um die städtische Kulturseite so zu einem echten und umfassenden Förderportal auszubauen. Eine solche Zusammenstellung überregionaler Ausschreibungen trägt auf lange Sicht zu einer Profilierung Kaufbeurens als Kulturstadt bei, wenn Kaufbeurer Projekte Zuwendungen erhalten und somit ehrgeizigere Projekte mit größerer Strahlkraft in Angriff nehmen können.

Eine sinnvolle Ergänzung dieses erweiterten Förderportals wäre die aktive **Hilfestellung bei der Auswahl der passenden Förderprogramme sowie bei der Ausfertigung von Förderanträgen**, möglicherweise auch ein Fördernewsletter, in dem auf Ausschreibungsfristen und Preise hingewiesen wird.

Im **Bereich des Sponsoring** ist eine **enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung** zu empfehlen. Die zuständigen Sachbearbeiter können bei der Suche nach passenden Sponsoren behilflich sein und Kontakte herstellen. Die Zusammenarbeit zwischen Kultur und Wirtschaftsförderung im Bereich des Sponsoring ist erstaunlicherweise häufig noch ein Tabu. Im Idealfall geht die Unterstützung der Kreativszenen im Bereich des Sponsorings so weit, dass in Zusammenarbeit mit den Kulturschaffenden ein Jahressponsoringplan erstellt wird, in dem die kulturellen Masterprojekte professionell präsentiert werden. Hier ist auch zu erwähnen, dass Sponsoren nicht nur als Geldgeber dienen, sondern immer auch als Netzwerker und Multiplikatoren fungieren. Bei dem Angebot von Sponsoringgegenleistungen können hier leicht sogenannte Win-Win-Situationen geschaffen werden, indem zum Beispiel besondere Angebote für die Mitarbeiter der Partnerunternehmen geschnürt und damit gleichzeitig neue Zielgruppen erschlossen werden.

5.2.3 Exzellenzprogramm Kreativ- und Kulturwirtschaft

Eine Erweiterung der Serviceleistungen der Abteilung Kultur könnte ein **Workshopangebot für Kulturschaffende in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Marketing/Vermarktung** sein. Gerade kleine, in Vereinsstrukturen arbeitende Veranstalter sind sich oft nicht darüber im Klaren, dass ein professioneller Auftritt und eine gezielte Auswahl und Gestaltung der unterschiedlichen Medien das Profil jedes einzelnen Akteurs ungleich schärfen und die Außenwirkung und damit auch die Nachfrage deutlich verbessern können. Auch in den Bereichen **Fundraising und Sponsoring** bietet sich ein solches Workshopprogramm an.

Ein regelmäßiges Fortbildungsprogramm mit exzellenten Referenten könnte dabei gleichzeitig zu einer überregionalen Vernetzung und Profilierung beitragen, wenn die Workshops über Kaufbeuren hinaus beworben werden. Das Ziel könnte sein, Kaufbeuren als eine Art **Kreativ- und Kulturwirtschafts-**

Exzellenzprogramm für ehrenamtliche Kulturschaffende in der ganzen Region zu etablieren.

Allgemein kann dadurch eine stärkere Professionalisierung im Selbstverständnis und in der Selbstwahrnehmung erreicht und die Schärfung eines Qualitätsbegriffs hinsichtlich ästhetischer Inhalte unterstützt werden, was wiederum maßgeblich zur Entwicklung der „Strahlkraft von innen heraus" beiträgt.

5.2.4 Netzwerkarbeit

In fast allen Expertengesprächen wurde über zu wenig Netzwerkarbeit in der Stadt Kaufbeuren geklagt. Die Crux daran ist: Networking ist sehr zeitaufwändig und gerade im Vereinswesen und Ehrenamt kaum zu bewältigen. Eine Institution, die dieses Netzwerkmanagement dennoch auch innerhalb ihrer Vereinsstrukturen perfekt beherrscht und durchexerziert, ist der Tänzelfestverein. Nicht zuletzt ist das Tänzelfest eine Veranstaltung, die *per definitionem* nur durch dieses gesamtstädtische Netzwerk überhaupt möglich ist. Netzwerkarbeit ist hier eine Masteraufgabe.

Das gilt jedoch auch für die Kooperationen im Jahreslauf. Die Kulturabteilung muss sich dieser Masteraufgabe bewusst stellen – durch **das gezielte Anregen und Initiieren von Kooperationen** zwischen den unterschiedlichen Akteuren des kulturellen Lebens, aber auch durch eine **stärkere Vernetzung innerhalb der städtischen Referate und Ressorts**. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Kulturellen Bildung. Hier müssen viel stärker noch Synergien gesucht und genutzt werden. So ist es in Kommunen häufig der Fall, dass die Jugendreferate kaum oder gar nicht mit den Kulturabteilungen zusammenarbeiten und beispielsweise Jugendkulturinitiativen überhaupt nicht mit Kulturförderung in Verbindung gebracht werden. Auch die Abteilung Sport hat oft mehr Überschneidungen mit der Kultur als auf den ersten Blick ersichtlich. Es wäre empfehlenswert, hier über einen systematischen Austausch hinaus, wie ihn der Arbeitskreis Kulturelle Bildung seit einiger Zeit erfolgreich organisiert, **konkrete städtische Projekte mit Sondermitteln** durchzuführen, um über einen theoretischen Schulterschluss hinaus in der Praxis Synergieeffekte erfahrbar zu machen.

Netzwerken ist ein eigener Aufgabenbereich. Das gilt auch für **überregionale Vernetzungen**. Ein wunderbares Best-Practice-Beispiel ist hier zum Beispiel die Eiffelregion, in der sich durch die geschickte Vernetzung einer überregionalen Initiative mehrere Landkreise zu einem Eiffel-Krimi-Hype hochgeschraubt haben, der die gesamte Region touristisch nach vorne gebracht hat (http://www.eifel.info/krimiland-eifel.htm). Im touristischen Bereich ist der Zusammenschluss der Region Allgäu zu einem touristischen Verbund längst vollzogen. Auf der Ebene der Kulturämter gibt es hier sicherlich noch Potential.

Zum Bereich Networking gehört auch die enge Zusammenarbeit mit den Schulen. In den Bundesländern Baden-Württemberg, Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Thüringen läuft derzeit ein Modellprojekt, in dem Kulturagenten in die Schulen geschickt werden, die einen lebendigen Austausch und gemeinsame Projekte mit Kultureinrichtungen initiieren (http://www.kulturagenten-programm.de). Auch wenn es leider in Bayern kein derartiges Modellprojekt gibt, lohnt es sich, Kooperationen zwischen Schulen und Kultureinrichtungen gezielt anzuregen und möglicherweise projektweise eine derartige Schnittstellenfunktion einzuführen.

5.2.5 Den „Blick über den Tellerrand" institutionalisieren

> „In der politischen Arena ist es immer leichter, auf realisierte Projekte hinzuweisen, als neue Prozesse mit unsicherem Ausgang in Gang zu setzen. Erfolgsgeschichten auf anderen Städten regen an, auch wenn sie meist nicht kopiert werden können, weil die Bedingungen vor Ort unterschiedliche sind oder Schlüsselakteure fehlen." (Kunzmann 2006, 5)

Diese Feststellung mag zunächst wie eine Binsenweisheit anmuten – natürlich inspiriert es, sich andere Projekte anzusehen und von den Erfahrungen anderer Städte zu lernen, Impulse für das eigene Handeln und Wirken mitzunehmen und vielleicht manches in modifizierter Variante zu kopieren. In der Praxis gestaltet sich der berühmte „Blick über den Tellerrand" jedoch oft sehr viel schwieriger. Zu sehr ist jeder einzelne Akteur im kulturellen Leben mit dem eigenen Suppenteller beschäftigt, zu wenig Zeit bleibt, nach außen zu blicken. So ist es bezeichnend, dass viele Amateurmusiker oder -schauspieler selten professionelle Konzerte oder Theaterstücke besuchen und dass sehr viele ehrenamtliche Kulturschaffende auf die Frage, welche kulturellen Angebote sie innerhalb oder außerhalb Kaufbeurens nutzen, gar nichts antworten können – weil sie neben der eigenen künstlerisch-kulturellen Aktivität schlichtweg nicht dazu kommen.

Das ist fatal, und vor allem ist es verschenktes Potential. Viel zu wenig wird immer noch gezielt nach Best Practice Beispielen recherchiert. Es könnte **daher eine lohende Selbstverpflichtung einer städtischen Kulturabteilung sein,** diesen **„Blick über den Tellerrand" zu systematisieren**, z.B. durch die Einrichtung eines „Think Tank" oder die regelmäßige **Präsentation von „Best Practice"-Beispielen** am Runden Tisch Kultur. Dazu können durchaus auch gelegentlich Praktiker aus anderen Städten und Regionen eingeladen werden, um von ihren Projekten zu berichten – was gleichzeitig wiederum der überregionalen Vernetzung dient.

5.2.6 Kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe

In einem Diskussionspapier Kulturelle Bildung vom März 2011 fordern die Unterzeichner Pellengahr, Pietsch, Bickel, Fischer, Klein und Schön eine

durchdachte **Konzeption zum Handlungsfeld Kultur & Bildung** und die Anerkennung des Themas **Kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe**. Diese Forderung kann die Autorin dieser Untersuchung nur mit Nachdruck unterstützen. Kulturelle Bildung oder auch Kulturvermittlung ist ein Bereich, der weit über die gängigen Bilder von Konzert-, Theater- und/oder Museumspädagogik hinausgeht. **Kultur vermittelt sich nicht von selbst** – im Weg stehen nicht nur kognitive, sondern auch soziale, ökonomische oder kulturelle Barrieren; viele davon sind subjektive Hemmschwellen, die es aktiv und offensiv zu adressieren gilt.

Das Strukturkonzept für die Kaufbeurer Museen vom 31. August 2011 verdeutlicht, dass das Thema Vermittlung und Kulturelle Bildung eines der **Schwerpunkte in der kulturellen Entwicklung Kaufbeurens** sein wird. Die dort beschriebenen Ansätze sind unbedingt weiter zu verfolgen und insbesondere auf die Vernetzung innerhalb der Stadtverwaltung zu beziehen.
Wie in 5.5. bereits erwähnt kommt hier insbesondere dem lebendigen Netzwerk mit den Kaufbeurer Schulen und Bildungseinrichtungen große Bedeutung zu.

Ein Bereich, der ebenfalls noch weiter ausgebaut werden könnte, sind sogenannte **Outreach-Projekte**. Hinter diesem vorrangig im angelsächsischen geprägten Begriff steckt der Gedanke, dass Künstler und Kulturschaffende ihre Einrichtungen verlassen und mit spezifischen Programmen dorthin gehen, wo ihre Zielgruppen sich aufhalten. Die Hemmschwelle, eine Kultureinrichtung zu betreten, weil dort vermeintlich Normen und Verhaltenskodices vorausgesetzt werden, die dem Neuling nicht bekannt sind, ist damit umgangen. Da Kaufbeuren nicht in diesem Maß über klassische Kultureinrichtungen verfügt, mag dieser Punkt eine marginale Rolle spielen, er könnte aber insbesondere für Einrichtungen wie das Kunsthaus eine interessante Anregung darstellen.

In jedem Fall sollten die bestehenden Initiativen und Bemühungen im Bereich der Kulturellen Bildung unterstützt und weiter ausgebaut werden, und es könnten über das reine Networking hinaus **gezielt Querschnittsprojekte angeregt werden**.

5.2.7 Förderung der Kreativwirtschaft

Eine weitere lohnende strategische Maßnahme mit einer langfristigen Zielsetzung könnte die gezielte Förderung der Kreativwirtschaft in Kaufbeuren sein, beispielsweise durch **spezielle Förderprogramme für Existenzgründer in der Kreativbranche**, begleitet durch entsprechende Qualifizierungsprogramme, oder auch **Infrastruktur- und Immobilienprojekte**, die eine verstärkte Ansiedlung von Künstlern und Kreativen zur Folge haben können. Zur Bedeutung der Kreativwirtschaft für die kulturelle Raumentwicklung schreibt Kunzmann:

> „Kulturelle Raumentwicklung braucht eine regionale Kulturpolitik mit Maß, die sich an den regionalen Traditionen und Potenzialen orientiert. Sie braucht vor allem auch Menschen, die aus kultureller Betätigung ihr Einkommen beziehen, weil andere Menschen in der Region bzw. Besucherinnen und Besucher, die dorthin kommen, bereit sind, dafür angemessene Preise zu bezahlen. Kultur braucht Einkommen aus kultureller Produktion, sie darf nicht ausschließlich am Tropf des öffentlichen Sektors hängen. Regionale Kultur braucht eine diversifizierte und nachhaltige regionale Kulturwirtschaft, die durch ein Bündel von unterschiedlichen und anderswo erprobten Strategien und Instrumenten, die es inhaltlich zu verknüpfen gilt, zu unterstützen ist." (Kunzmann 2006, 4)[5]

Ein Anfang in diese Richtung könnte bereits die **Gestellung von Bandräumen oder Künstlerateliers** z.B. in Industriebrachen sein.

5.3 Ausbau und Verbesserung der Infrastruktur (Veranstaltungsstätten)

Eine immer wiederkehrende Diskussion unter Kaufbeurer Kulturschaffenden ist die Frage, ob nun der Bau einer großen Veranstaltungshalle als Kultur- und Veranstaltungszentrum in Kaufbeuren eine Veränderung im Selbstverständnis und in der Strahlkraft der Stadt bewirken könnte. Auch, wenn dies durch einen entsprechenden Kraftakt und die Bereitstellung von Folgemitteln in ausreichender Höhe vielleicht möglich wäre, birgt eine solche Investition beachtliche Risiken. Ob dann tatsächlich eine kulturelle Profilierung dadurch ermöglicht wird, ist stark zu bezweifeln. Große Hallen ziehen zweifelsohne große und auch überregionale Künstler und damit mehr Publikum. Diese Künstler und Produktionen lassen sich jedoch ihre Magnetwirkung auch adäquat bezahlen, sodass in vielen Fällen nicht der zu erzielende Gewinn, tatsächlich jedoch eher das finanzielle Risiko bei schlechterer Auslastung eklatant ansteigt. Auch ist es mit Formaten, die mehrere Hundert oder sogar Tausend Besucher anziehen müssen, häufig sogar schwieriger, eine wirkliche Profilierung zu erreichen, da sich Projekte dieser Art nicht zuletzt durch externe Vermietung finanzieren. Hier hat der Hallenbetreiber meist wenig Einfluss auf Inhalte, bzw. kann sich eine qualitative Auswahl nicht leisten. Erstklassige Produktionen, z.B. im Konzertbereich oder aus der Show- und Tanzsparte sind wiederum kostspielig und häufig nicht zwangsläufig Publikumsrenner. Eine seriöse Prognose zu Risiken und Potentialen einer Veranstaltungshalle oder eines Kongresszentrums ist im Rahmen der vorliegenden Studie nicht möglich. Hier wäre eine umfassende Machbarkeitsstudie erforderlich.

---

[5] Zu dem durch die Förderung der genannten Branchen zu erzielenden Strukturwandel vgl. auch Ralf Ebert/Friedrich Gnad: „Strukturwandel durch Kulturwirtschaft", in: *Kulturwirtschaft. Aus Politik und Zeitgeschichte* 34-35/2006, 31-38.

Zu empfehlen ist in jedem Fall der Ausbau und die Professionalisierung der bestehenden Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren. Über die anstehende Renovierung des Stadttheaters wurde bereits gesprochen, auch der Neubau des Stadtmuseums ist hinreichend gewürdigt worden. Aber auch die übrigen Veranstaltungsräume in Kaufbeuren sollten mittelfristig hinsichtlich ihrer infrastrukturellen Ausstattung überprüft werden, sofern sie weiterhin eine Rolle im Portfolio des Kulturangebots spielen sollen.

So könnte auch der Stadtsaal durch flexiblere Raumteilungsmöglichkeiten, eine pfiffige und ansprechende Bestuhlungslösung (z.B. durch eine mobile Tribüne) sowie ein tragfähiges hochwertiges Gastronomiekonzept deutlich aufgewertet werden. Ähnliches gilt für die Kleinkunstbühne Podium, die zwar sicherlich auch ein gutes Stück weit von dem besonderen Charme des Provisoriums leben mag, insgesamt aber für ein jüngeres Publikum nicht mehr zeitgemäß wirken dürfte. Eine modernere Möblierung und eine neue Gestaltung des Publikumsbereichs könnten hier viel bewirken.

Für Initiativen wie die Umgestaltung des Stadttheaters empfiehlt sich unbedingt die Gründung eines Fördervereins. Neben der reinen Finanzierung einer solchen Maßnahme haben Fördervereine immer auch den nicht zu unterschätzenden Nebeneffekt, dass hier die Bürgerinnen und Bürger sich selbst gegenseitig mobilisieren und eine beachtliche Multiplikatorenfunktion erfüllen, die sich dank des Systems eines Fördervereins beständig potenziert. Die Mitglieder des Fördervereins sowie sämtliche Förderer und Spender beginnen gleichzeitig, das dadurch finanzierte Projekt zu ihrem eigenen zu machen – es entsteht Identifikation, die wiederum der Schlüssel zu einer langfristigen Verankerung des Stadttheaters – und damit des Themas Kultur - als identitätsstiftendem Element im bürgerlichen Selbstverständnis sein.

5.4 Thematische und Programmatische Schwerpunktsetzung

Die vorhergehenden Handlungsempfehlungen bezogen sich hauptsächlich auf Aspekte, die das politische Klima und die strukturellen Voraussetzungen für erfolgreiche Kulturarbeit vorbereiten können sowie auf mittel- und langfristige strategische Weichenstellung hin zu einer Professionalisierung und Profilierung der Kaufbeurer Kulturlandschaft. Nicht zuletzt lebt Kultur aber von den Inhalten, von konkreten Programmen und Angeboten. Es wurde bereits konstatiert, dass es auch hier Verbesserungspotential gibt, bzw. dass die Angebotsstrukturen mehr Spitzen brauchen, aber auch mehr Ecken und Kanten vertragen könnten.

Thematische „Leuchttürme“ finden

Allgemein ist dazu zunächst festzustellen, dass auch künstlerische Exzellenz und eine entsprechende **Profilierung von der Basis** her aufzubauen sind. Es geht daher zunächst darum, das, was vorhanden ist, optimal zu entwickeln.

Ansatzpunkte dafür gibt es in Kaufbeuren genügend, wie in Kapitel ___ ausgeführt wurde. Es gilt, **gemeinsam mit den Institutionen und Kulturakteuren nach thematischen Schwerpunkten zu suchen**, die sich zu den viel zitierten „Leuchttürmen" auf- und ausbauen lassen (z.B. Kinder- und Jugendtheater, Kunst und Kultur im öffentlichen Raum, Kultur für Familien/Kinder etc.). Dabei ist zu überprüfen, an welchen Stellen das Vorhandene durch neue, beispielsweise **professionelle Impulse zu ergänzen oder zu schärfen** ist. Thematische Festlegungen bieten in der Regel genügend Raum, die **kulturelle Praxis im Amateur- und Laienbereich mit einem hochkarätigen Angebot zu verknüpfen**. Im nächsten Schritt geht es darum, die Angebote thematisch zu bündeln und gemeinsame Plattformen für die Vermarktung zu schaffen

Event oder Reihe?

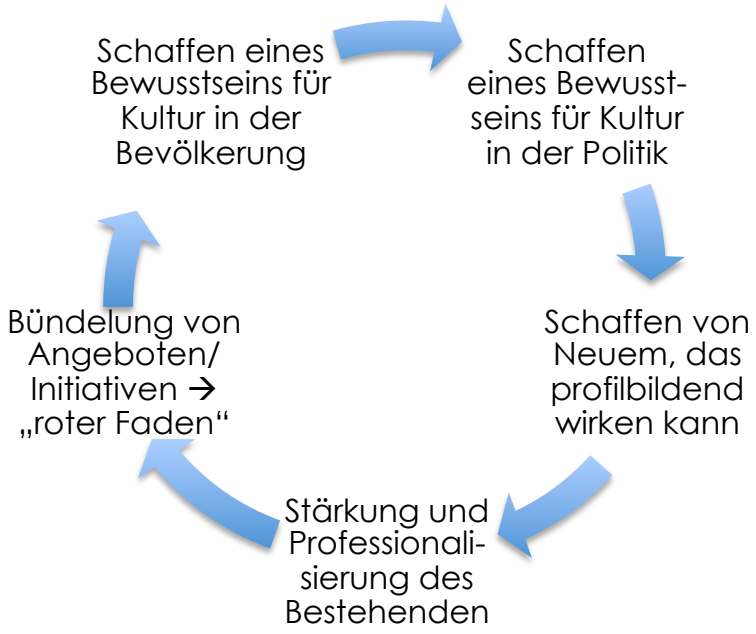
Ein Event alleine hat noch kein städtisches Image gerettet, und die dadurch zu erzielenden Effekte sind bestenfalls kurzfristige. Nichtsdestotrotz erfüllen **Großveranstaltungen und Festivals** wichtige Funktionen: Sie **emotionalisieren, schaffen maximale Aufmerksamkeit, wirken gemeinschafts- und identitätsstiftend** und bieten die Möglichkeit, in einer Veranstaltung sehr viele Akteure gleichzeitig einzubinden und so Begeisterung für künftige gemeinsame Projekte freizusetzen und inhaltliche Schwerpunkte zu intensivieren. Nicht umsonst bedient sich auch die Wirtschaft des Instruments des „Events" als Teil des Marketingmixes.

Auch im Kulturbereich sind Einzelveranstaltungen und Sonderprojekt daher ein wichtiger Bestandteil der Angebotsgestaltung. Der Erfolg des Tänzelfestes in Kaufbeuren aber auch die Schwierigkeit von Einrichtungen, die mit kontinuierlich hochkarätigen Programmen arbeiten, angemessen wahrgenommen zu werden, wie das Kunsthaus und die Kaufbeurer Museen beklagen, sprechen für sich. Der kulturelle Jahreskalender in Kaufbeuren könnte durchaus noch durch das ein oder andere größere Veranstaltungskonzept ergänzt werden. Es ist durchaus legitim, isolierte Events durchzuführen, im Idealfall gelingt es jedoch, Veranstaltungskonzepte zu entwerfen und zu finden, die sich mit der alltäglichen Kulturarbeit sinnvoll ergänzen und kombinieren lassen und auf die o.g. Leuchtturmthemen einzahlen.

Wichtig ist daher auch, **im Jahreslauf kontinuierlich auf eine vielschichtige und anspruchsvolle Angebotsgestaltung zu achten**. Ein Schlüsselprojekt für das kulturelle Profil Kaufbeurens können hier die **Neueröffnung des Stadtmuseums** und insbesondere die **Renovierung des Stadttheaters** sein. Was letztere betrifft, ist unbedingt darauf zu achten, die Umgestaltung frühzeitig mit einer tragfähigen inhaltlichen Konzeption zu verknüpfen, sofern es nicht darum geht, nur ein modernisiertes Haus für Vermietgeschäfte bereit zu stellen, sondern geplant ist, hier auch städtischerseits eigene inhaltliche und programmatische Impulse zu setzen.

6. Fazit

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung folgt zunächst die wenig überraschende Erkenntnis: Wenn Kaufbeuren sich im Wettbewerb der Kommunen abheben möchte, gilt es zu handeln. Und wenn Kultur bei der Profilierung der Stadt eine Rolle spielen soll, dann ist einiges an Anstrengung erforderlich, und zwar auf mehreren Ebenen. Es müssen profilbildende Elemente neu geschaffen und gleichzeitig Vorhandenes geschärft und gestärkt werden. Der Prozess hin zu einem lebendigen kulturellen Leben, das nicht nur von Gleichgültigkeit und der Befriedigung der grundlegendsten Bedürfnisse nach Unterhaltung geprägt ist, hin zu einem Kulturpublikum, das Kontroversen zulässt und einfordert; hin zu kulturellen Szenen die sich Impulse von außen holen, um im nächsten Schritt selbst Impulse aussenden zu können; hin zu einem Miteinander und Nebeneinander von kommerziellen Anbietern und bürgerschaftlichem Engagement, von Profis und Amateuren; dieser Prozess ist ein Kreislauf, der im Idealfall eine gesunde und sich selbst beschleunigende Eigendynamik entwickeln kann:



Es folgt aber auch: Die Prozesse sind behutsam anzugehen. Auf den ersten Blick scheint es in Kaufbeuren überhaupt keine Nachfrage nach ambitionierten Kulturangeboten zu geben. Die Gefahr ist groß, mit einem allzu ehrgeizigen innovativen Kulturangebot das Publikum zu überfordern und damit schnell den nächsten Frust auf beiden Seiten zu erzeugen. Dennoch kann man davon ausgehen: Es gibt sie, die kulturinteressierten Bürgerinnen und Bürger. Die sich jedoch vermutlich längst schon anderweitig orientieren, die nach München oder Augsburg fahren, um ihre Nachfrage zu bedienen und die ein entsprechend verändertes Angebot in Kaufbeuren zunächst gar nicht unbedingt wahrnehmen würden.

Dabei ist zu beachten, dass die viel zitierte Strahlkraft, die es für Kaufbeuren zu entwickeln gilt, grundsätzlich an zwei Polen gleichzeitig ansetzt.
Zunächst gilt: Strahlkraft wächst von innen heraus. Das bedeutet in Bezug auf die Kaufbeurer Kulturszenen, dass an erster Stelle eine **höhere Wertschätzung für das eigene Wirken und die eigenen Produkte** stehen muss. Damit einher geht auch die **Entwicklung eines geschärften Qualitätsbewusstsein, also ein Steigern der Ansprüche an sich selbst**. Es geht also im Wesentlichen um die realistische Einschätzung der Schwächen, das **Erkennen der eigenen Potentiale** und davon ausgehend die Förderung dieser, so dass sich ein gesunder Stolz auf die kulturellen Leistungen aus der Mitte der Bürgerschaft entwickeln kann. Das Ziel ist so gesehen nicht weniger als eine Art **Mentalitäts- und Bewusstseinswandel hinsichtlich des kulturellen Lebens und eine Verortung von Kultur in der öffentlichen Wahrnehmung.**

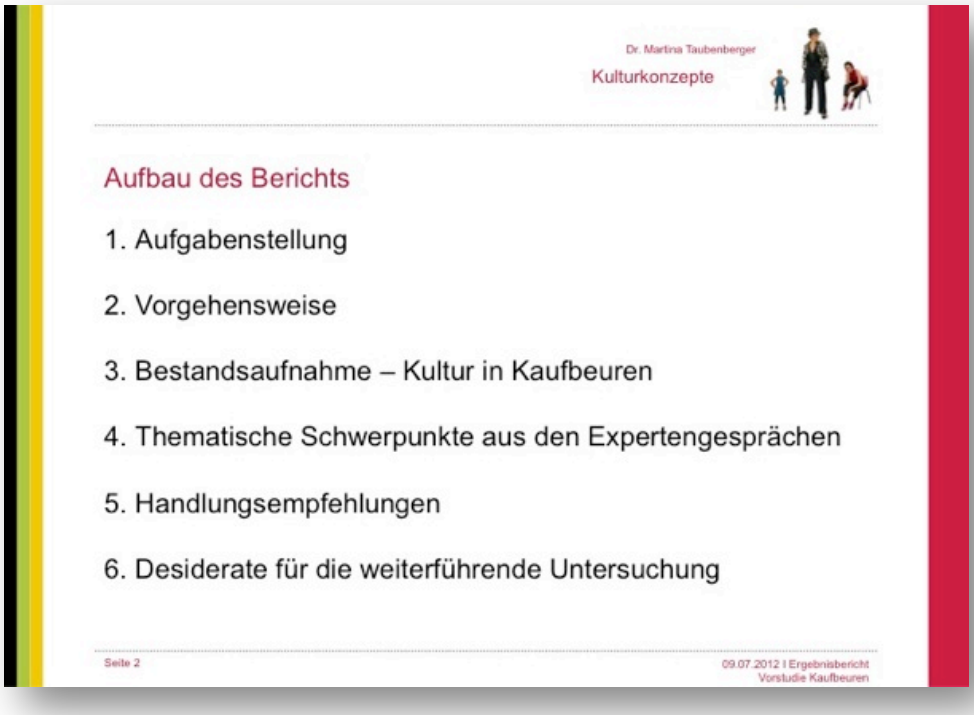
Gleichzeitig wächst Strahlkraft sozusagen aus der Außenwirkung heraus. Außergewöhnliche Programme werden häufig zuerst von außen her, aus den **„Insider-Szenen" und den einschlägigen Fachkreisen** wahrgenommen. Sie **erweitern das Einzugsgebiet eines Kulturangebots**, auch wenn sie zunächst nicht unbedingt von der Bevölkerung vor Ort genutzt oder möglicherweise nicht einmal wahrgenommen werden. Es ist daher durchaus legitim, auch in einer kleinen Stadt **Nischenangebote auf hohem Niveau** zu pflegen. Ein gutes Beispiel sind Einrichtungen wie das Podium, das Festival „filmzeit", der Poetry Slam „SLAMbeuren", in gewisser Weise auch der Verein Artistica Anam Cara. **Im ersten Schritt kommt der Respekt der einschlägigen Szenen.** Das Publikum vor Ort zieht hier manchmal erst später nach.

Beide Pole gilt es, gleichzeitig zu bearbeiten. Dazu sollten Anknüpfungspunke gesucht und genutzt werden, die Partizipationsmöglichkeiten bieten und eine Hinwendung zu den vorhandenen Publika und ihren Bedürfnissen ermöglichen, bei einer gleichzeitigen behutsamen Profilierung bis hin zu einer partiellen „Radikalisierung". Damit ist das Schaffen von Räumen gemeint, die kontroverse Ausdrucksformen und –mittel zulassen und Neugierde auf Unbekanntes und Ungewohntes nähren.

Die gute Nachricht ist: Es gibt sie, die Identifikationsmomente und Anknüpfungspunkte, auch und insbesondere in Kaufbeuren. Die rege ehrenamtliche Szene, das ausgeprägte bürgerschaftliche Engagement, die bemerkenswerte Bereitschaft, sich durch gemeinsame Projekte mobilisieren zu lassen sind hier große Chancen, das kulturelle Leben zu stärken und zu professionalisieren, ohne dabei die jetzigen Akteure zu verlieren. Und: In der aktuellen Situation, in der kein Leuchtturmprojekt allzu dominant hervorsticht, liegt das vielversprechende Potential, Schwerpunkte überhaupt erst zu finden und mit modernen, zeitgemäßen und zukunftsweisenden Konzepten zu füllen. Insgesamt ist eine große Bereitschaft unter den Kulturakteuren da, etwas zu verändern. Auch die kürzlich erst vorgenommene Umstrukturierung der Stadtverwaltung birgt Chancen, gemeinsam mit der anstehenden Neueröffnung des Stadtmuseums und der nun endlich anstehenden

Renovierung des Stadttheaters. Es herrscht eine gewisse Aufbruchsstimmung, die es sinnvoll zu kanalisieren und zu nutzen gilt.

Anhang 1:
Präsentation Ergebnisse der Vorstudie vor dem Schul-, Kultur- und Sportausschuss Kaufbeuren, 9. Juli 2012



4. Thematische Schwerpunkte aus den Expertengesprächen

Kulturkonzepte

4.1 „Weltmeister im Mittelmaß“ – das Image der Stadt Kaufbeuren

Attribute, mit denen in Gesprächen Kaufbeuren assoziiert wird:

- Gemütlichkeit
- Vielfalt
- Hohe Lebensqualität
- „abgeschlagen“
- „am Rand“
- „Weltmeister/ Könige im Mittelmaß“

→ Das Problem ist weniger das Fehlen von Strahlkraft, sondern mangelndes Selbstbewusstsein und der fehlende Wille zu strahlen.
→ Es fehlen profilbildende Elemente

Sondersituation: Zweiteilung in Neugablonz und Kaufbeuren
→ Frage: Ist Integration gelungen oder nicht?

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

4.2 „Der Frosch im heißen Wasser" – das Selbstbild der Kulturschaffenden

→ Mischung aus mangelndem Selbstbewusstsein, allgemeiner Zufriedenheit mit dem eigenen Status Quo, Frust über Politik/Gesellschaft und Unbeweglichkeit

→ Einrichten im Status Quo („Kuschelfaktor") bei unbestimmter Unzufriedenheit

→ Wecken von Leidensdruck durch Zugezogene

Sonderfall Jugendkultur

- Akteure sehen sich selbst nicht als Kulturschaffende
- Aktivitäten werden von Kulturschaffenden kaum wahrgenommen

→ Hier liegt ungenutztes Potential!

Seite 5

09.07.2012 I Ergebnisbericht
Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

4.3 „Es fehlt ein Ort für Kultur" – der Stellenwert von Kultur im öffentlichen Leben

Symbole für mangelnde Wertschätzung

- Fehlende Verortung von Kultur in der Stadtverwaltung als Symptom für die fehlende Verortung von Kultur in der Gesellschaft
- Fehlendes Kultur- und Veranstaltungszentrum
- Schlechte Ausstattung und mangelhafte Infrastruktur in den bestehenden Veranstaltungsstätten
- Schlüsselthema: Stadttheater

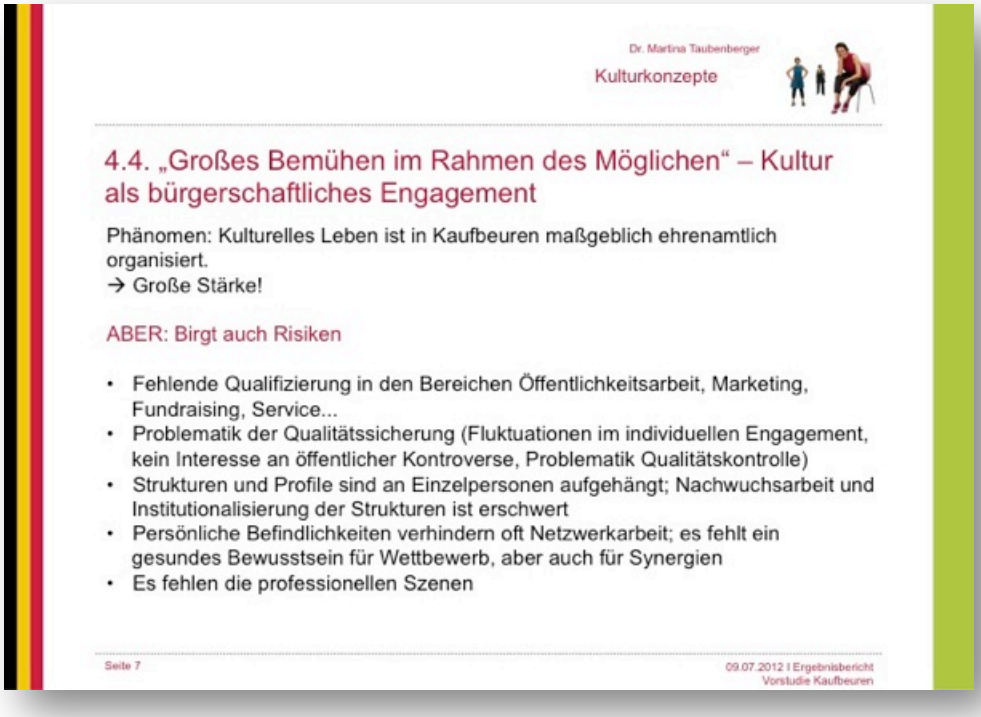
→ Symbol für mangelnde Wertschätzung der Politik gegenüber der Kultur

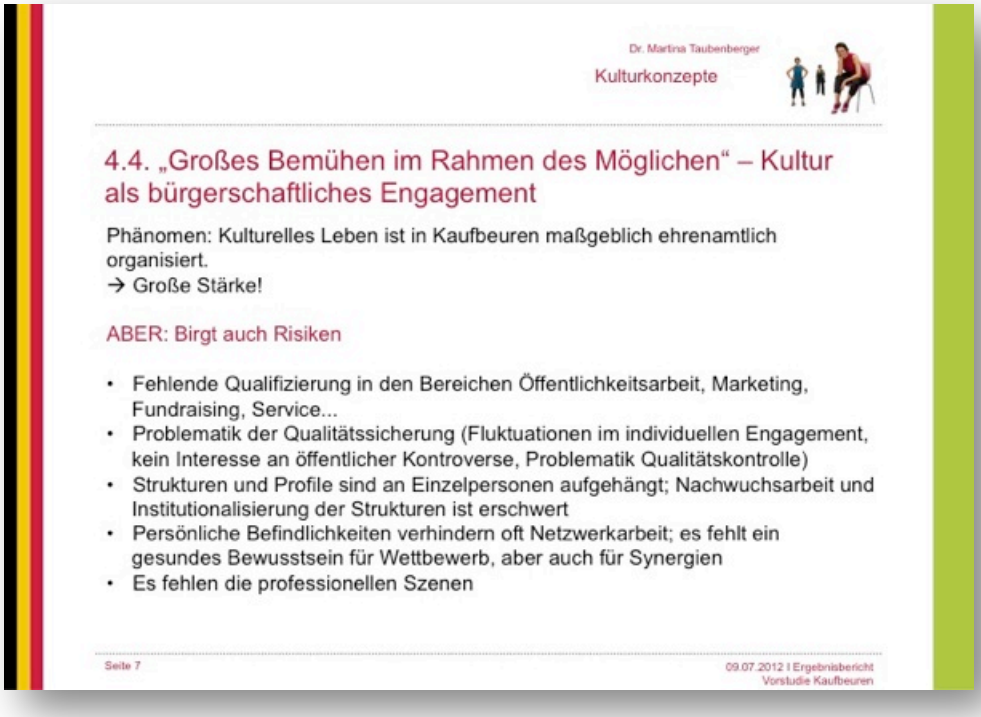
ABER:

- Auch die Kulturschaffenden untereinander zollen sich häufig nicht die gebotene Wertschätzung/ Wahrnehmung

Seite 6

09.07.2012 I Ergebnisbericht
Vorstudie Kaufbeuren


Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte
4.4. „Großes Bemühen im Rahmen des Möglichen“ – Kultur als bürgerschaftliches Engagement
Phänomen: Kulturelles Leben ist in Kaufbeuren maßgeblich ehrenamtlich organisiert.
→ Große Stärke!
ABER: Birgt auch Risiken
• Fehlende Qualifizierung in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Fundraising, Service...
• Problematik der Qualitätssicherung (Fluktuationen im individuellen Engagement, kein Interesse an öffentlicher Kontroverse, Problematik Qualitätskontrolle)
• Strukturen und Profile sind an Einzelpersonen aufgehängt; Nachwuchsarbeit und Institutionalisierung der Strukturen ist erschwert
• Persönliche Befindlichkeiten verhindern oft Netzwerkarbeit; es fehlt ein gesundes Bewusstsein für Wettbewerb, aber auch für Synergien
• Es fehlen die professionellen Szenen
Seite 7
09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren


Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte
4.4. „Großes Bemühen im Rahmen des Möglichen“ – Kultur als bürgerschaftliches Engagement
Phänomen: Kulturelles Leben ist in Kaufbeuren maßgeblich ehrenamtlich organisiert.
→ Große Stärke!
ABER: Birgt auch Risiken
• Fehlende Qualifizierung in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Fundraising, Service...
• Problematik der Qualitätssicherung (Fluktuationen im individuellen Engagement, kein Interesse an öffentlicher Kontroverse, Problematik Qualitätskontrolle)
• Strukturen und Profile sind an Einzelpersonen aufgehängt; Nachwuchsarbeit und Institutionalisierung der Strukturen ist erschwert
• Persönliche Befindlichkeiten verhindern oft Netzwerkarbeit; es fehlt ein gesundes Bewusstsein für Wettbewerb, aber auch für Synergien
• Es fehlen die professionellen Szenen
Seite 7
09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

5. Handlungs-empfehlungen

Kulturkonzepte

Allgemein

Strahlkraft entwickelt sich grundsätzlich von zwei Richtungen her

Strahlkraft von innen

- höhere Wertschätzung für das eigene Wirken und die eigenen Produkte
- Entwicklung eines geschärften Qualitätsbewusstsein, also ein Steigern der Ansprüche an sich selbst
- Erkennen der eigenen Potentiale und Förderung derselben

→ Mentalitäts- und Bewusstseinswandel hinsichtlich des Kulturbegriffs!

Strahlkraft „von außen"

- Der erste Schritt ist der Respekt der einschlägigen Szenen

→ erweitert Einzugsgebiet
→ sorgt für Anerkennung und Strahlkraft in der Außenwirkung

- Die Außenwirkung rechtfertigt auch Nischenangebote und Experimentelles

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.1 Paradigmenwechsel im Selbstverständnis der Kulturabteilung

Bisher:
- Wahrnehmung von Serviceaufgaben für die Kaufbeurer Kulturszene (Kulturförderung, Veranstalterservice, Bündelung von Informationen, Terminkoordination,...)
- Moderierende Funktion
- Keine eigene Profilbildung
- Kommunikationsschnittstelle

Empfehlung:
- Mehr „stören": Katalysator für politische Stimmungen
- Mehr „stören": Kooperationen und Netzwerke auf Seiten der Kulturschaffenden aktiv einfordern
- Eigene Impulse setzen; klaren Gestaltungswillen formulieren

→ **Neuausrichtung der Aufgaben und Arbeitsfelder der Abteilung Kultur**

Seite 10

09.07.2012 I Ergebnisbericht
Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.2 Professionalisierung der Kulturinformation

- Engere und direktere Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing: Entwicklung gemeinsamer Themen für die überregionale Vermarktung, Unterstützung der Kulturschaffenden bei der Schärfung ihrer Profile

- Professionelle Zusammenarbeit mit den regionalen Medien (auch hinsichtlich Werbe- und Medienpartnerschaften)

→Wahrnehmen einer Schnittstellenfunktion

- Professionalisierung der eigenen Arbeit im Bereich des Marketing/der Kulturinformation

11

09.07.2012 I Ergebnisbericht
Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.3 Professionalisierung der Kulturförderung

Bisher:
- Förderportal mit städtischen Fördermöglichkeiten

Empfehlung:
- Ausbau des Förderportals: Recherche und Aufbereitung von Förderprogrammen auf regionaler, Bezirks-, Landes- und europäischer Ebene
- Hilfestellung bei der Auswahl passender Förderprogramme sowie bei der Ausfertigung von Förderanträgen
- Ausbau des Bereichs Sponsoring in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung (z.B. Erstellung eines Jahressponsoringplans)

12

09.07.2012 I Ergebnisbericht
Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.4 Exzellenzprogramm Kreativ- und Kulturwirtschaft

- Workshopangebot für Kulturschaffende in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Social Media, Marketing/Selbstvermarktung
- Workshopangebot Sponsoring/ Fundraising
- Überregionale Ausschreibung des Angebots
- Gleichzeitig Schulung der eigenen Mitarbeiter

→ Entwicklung eines Kultur- und Kreativwirtschafts-Exzellenzprogramms für ehrenamtliche Kulturschaffende

13

09.07.2012 I Ergebnisbericht
Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.5 Netzwerkarbeit

Networking ist zeitaufwändig und im Ehrenamt oft kaum zu bewältigen.
→Netzwerkarbeit ist eine Masteraufgabe

Empfehlung:

- Gezieltes Anregen und Initiieren von Kooperationen unter Kulturschaffenden
- Stärkere Vernetzung innerhalb der städtischen Referate und Ressorts (insbesondere Schulen, Bildung, Jugend, Sport, Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing)
- Durchführung städtischer Projekte mit Sondermitteln (z.B. im Bereich Soziokultur, kulturelle Bildung, Jugendkultur)
- Initiierung von überregionalen Kooperationen mit Kommunen und Institutionen

14 09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.6 Kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe

- Kulturelle Bildung oder auch Kulturvermittlung ist ein Bereich, der weit über die gängigen Bilder von Konzert-, Theater- und/oder Museumspädagogik hinausgeht.

→ Kultur vermittelt sich nicht von selbst!

- Kulturelle Bildung als Schwerpunktthema in der kulturellen Entwicklung Kaufbeurens (siehe auch Neukonzeption Stadtmuseum)
- Bestehende Initiativen und Bemühungen im Bereich Kulturelle Bildung sollten weiter ausgebaut werden und über das reine Networking hinaus gezielt Querschnittsprojekte angeregt werden.
- Potential: Outreach-Projekte

15 09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.7 Den Blick über den Tellerrand „institutionalisieren“

„Erfolgsgeschichten aus anderen Städten regen an, auch wenn sie meist nicht kopiert werden können, weil die Bedingungen vor Ort unterschiedliche sind oder Schlüsselakteure fehlen.“ (Kunzmann 2006)

Beobachtung:
Amateurmusiker und –schauspieler besuchen fast nie professionelle Produktionen; Veranstalter aus spezifischen Sparten kennen die Aktivitäten anderer Sparten nicht.

Empfehlung:
- Den Blick „über den Tellerrand“ systematisieren durch Einrichten eines städtischen Think-Tanks mit regelmäßiger Präsentation von Best Practice-Beispielen aus anderen Regionen und
- Einladung von Praktikern

(→ befördert gleichzeitig die überregionale Vernetzung!)

16
09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.8 Gestaltung von Veranstaltungsstätten

- Ausbau und Gestaltung der bestehenden Veranstaltungsstätte, insbesondere Stadttheater!

→Bau einer Veranstaltungshalle/ Kulturzentrum nicht realistisch und nicht ratsam.

→Vorschlag: Aufbau eines Fördervereins

17
09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

5.9 Inhaltliche Potentiale für eine stärkere Profilierung

- Neueröffnung des Stadtmuseums
- Bereich Jugend- und Kindertheater
- Ausbau der Kulturwerkstatt zum soziokulturellen Zentrum
- Bereich Jugendkultur
- Nutzung der Stadt als Bühne: Darstellende Kunst im öffentlichen Raum, ergänzt durch Multimedia-Projektionen
- Veranstaltungsprogramm im Stadttheater (Ausbau der Aufgaben der Geschäftsstelle Kulturring)
- Kulturprogramme für Familien
- Förderprogramm für Existenzgründer in der Kreativbranche

18 09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

Dr. Martina Taubenberger
Kulturkonzepte

Fazit

Die Profilierung der Stadt Kaufbeuren im Bereich Kultur ist in erster Linie eine Frage der strategisch-politischen Weichenstellung und des Selbstverständnisses der Kulturschaffenden.

Die Schlüsselthemen sind
- Professionalisierung
- Systematisierung
- Schwerpunktsetzung
- ein verändertes Qualitätsbewusstsein

Die vorgestellten Handlungsempfehlungen sollten in einem sorgfältigen politischen Prozess priorisiert und anschließend sukzessive umgesetzt werden. Die Umsetzung einzelner Handlungsempfehlungen im Sinne einer Eventisierung wird keine langfristigen Effekte erzielen können.

Dabei ist zu beachten, dass die hier vorgestellten Handlungsempfehlungen nicht ohne ein Bekenntnis der Politik zu einem veränderten Stellenwert von Kultur zu realisieren sind und durch erweiterte personelle und finanzielle Ressourcen begleitet werden müssen.

19 09.07.2012 I Ergebnisbericht Vorstudie Kaufbeuren

Anhang 2:
Fragebogen Bürgerbefragung

Guten Tag,
im Auftrag der Stadt Kaufbeuren führen wir eine kurze Befragung zum Kulturangebot in Kaufbeuren durch. Dürfen wir Sie um Ihre Meinung bitten? Die Befragung dauert nur ein paar Minuten.

Zuerst geht es um Kaufbeuren insgesamt.

Frage 1
Was fällt Ihnen spontan zu Kaufbeuren ein? Was bringen Sie mit der Stadt in Verbindung? *(3 spontane Aussagen/Begriffe)*

_____

_____

_____

Frage 2
Wie bewerten Sie das Image von Kaufbeuren insgesamt?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr gut, 6 = ganz schlecht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 3
Ist Kaufbeuren Ihrer Meinung nach eher... oder....? *(Tendenz in Stufen von 1 bis 5 ankreuzen)*

	1 2 3 4 5	
attraktiv	❑❑❑❑❑	unscheinbar
innovativ	❑❑❑❑❑	rückständig
modern	❑❑❑❑❑	konservativ

Frage 4
Was glauben Sie: Sind die hier lebenden Menschen stolz auf „ihr" Kaufbeuren, haben sie einen starken Bezug zu ihrer Stadt?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr stolz, 6 = überhaupt nicht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 5
Ich lese Ihnen nun einige Merkmale vor. Sagen Sie bitte, inwieweit diese auf Kaufbeuren zutreffen.
(Geben Sie Ihre Bewertungn gemäß
1 = trifft vollkommen zu; 6 = trifft gar nicht zu)

Hohe Lebensqualität _____

Hohe touristische Anziehung/ Sehenswürdigkeiten _____

Hoher Freizeitwert _____

Gute Ausgehmöglichkeiten _____

Attraktive Natur und Landschaft _____

Starkes Kunst- und Kulturangebot _____

Gute Einkaufsmöglichkeiten _____

Gutes Gastronomieangebot _____

Breites Veranstaltungsangebot _____

Familienfreundlich _____

Aktives Vereinsleben _____

Kommen wir zum Kulturangebot in Kaufbeuren.

Frage 6
Was gehört für Sie alles zum kulturellen Angebot einer Stadt? Was halten Sie für wichtig? *(offene Frage; Antworten markieren)*

___ Theater
___ Musik/Konzerte
___ Literatur/Lesungen
___ Film/Kino
___ Bildende Kunst/Malerei
___ Museen/Ausstellungen
___ Kleinkunst/Kabarett
___ Tanz
___ Kultur/Kunst im öffentlichen Raum
____ Feste
___ Vereine
___ Sport
___ Jugendkultur
___ Anderes

_____

Frage 8
Wenn Sie an Kultur in Kaufbeuren denken. Welche Angebote oder Kultureinrichtungen fallen Ihnen spontan ein? Was bringen Sie mit Kultur in Kaufbeuren in Verbindung?
(offene Frage)

_____

_____

_____

Frage 9
Wie beurteilen Sie die Qualität des Kulturangebots von Kaufbeuren insgesamt?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr stolz, 6 = überhaupt nicht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 10
Welches sind die Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots? Welche Angebote würden Sie einem Bekannten spontan empfehlen?

_____

_____

_____

Frage 11
Und welches sind die Schwächen im Kaufbeurer Kulturangebot? Welche Angebote vermissen Sie? Was müsste besser sein?

_____

_____

_____

Frage 12
Wie beurteilen Sie das Kulturangebot in Kaufbeuren für einzelne Bevölkerungsgruppen?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr gut, 6 = ganz schlecht)

___ Kinder/Jugendliche
___ Familien
___ Erwachsene
___ Senioren

Frage 13
Ich nenne Ihnen jetzt einige Kulturangebote. Was davon nutzen Sie selbst und – falls ja – wie häufig? *(1=regelmäßig, 2= häufiger, 3= manchmal, 4= nie)*

1 2 3 4
❑❑❑❑ Theater
❑❑❑❑ Musik/Konzerte
❑❑❑❑ Literatur/Lesungen
❑❑❑❑ Film/Kino
❑❑❑❑ Bildende Kunst/Malerei
❑❑❑❑ Museen/Ausstellungen
❑❑❑❑ Kleinkunst/Kabarett
❑❑❑❑ Tanz
❑❑❑❑ Kultur im öffentl. Raum/Feste
❑❑❑❑ Vereinsaktivitäten
❑❑❑❑ Sport

Frage 14
Mal ganz offen: Was müsste anders sein, damit Sie (noch) häufiger Kulturangebote in Kaufbeuren nutzen?

_____

_____

Frage 15
Wie beurteilen Sie Anzahl und Qualität der Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren? Denken Sie dabei auch an die Infrastruktur rund um die Veranstaltungsstätte, wie z.B. Parken, Gastronomie.
(Vergeben Sie Noten nach der Skala:
1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 16
Wie informieren Sie sich bzw. wie möchten Sie sich am liebsten über kulturelle Angebote/Veranstaltungen informieren? *(offene Frage)*

❑ Presse/Tageszeitungen
❑ Online/Newsletter
❑ Internet
❑ Social Media
❑ Flyer/Plakate
❑ Hörfunk/TV
❑ Eigenveranstaltungen/Tag der Offenen Tür
❑ Andere: _____

Frage 17
Haben Sie noch weitere Anmerkungen zum Thema „Kultur“ in Kaufbeuren?

_____

_____

_____

Wir bitten Sie jetzt noch kurz um eine rein statistische Angabe.

Frage 18
Wohnen Sie in Kaufbeuren?

ja ❑ nein ❑

Falls nein: Von wo kommen Sie?

Frage 19
Zu welcher Altersklasse gehören Sie?

❑ bis 30 Jahre
❑ 31 – 45 Jahre
❑ 46 – 60 Jahre
❑ über 60 Jahre

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung.
Die Auswertung der Antworten erfolgt selbstverständlich vollkommen anonym und lässt keinerlei Rückschlüsse auf Sie zu.

Für ausgehändigte Fragebögen:

Schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen bitte

bis spätestens 10. September 2012

auf einem der folgenden Wege zurück:

per Post an:

Stadt Kaufbeuren
Kultur 2020
Am Graben 3
87600 Kaufbeuren

per Fax an:
08341-437-660

per Mail als eingescanntes Dokument an:
kultur2020@kaufbeuren.de

Sollten Sie weitere Anmerkungen oder Fragen zum Befragungsthema haben, erreichen Sie uns gerne jederzeit per Mail über

kultur2020@kaufbeuren.de

Ihr Kulturbereich der Stadt Kaufbeuren.

Anhang 3:
Auswertung der Bürgerbefragung

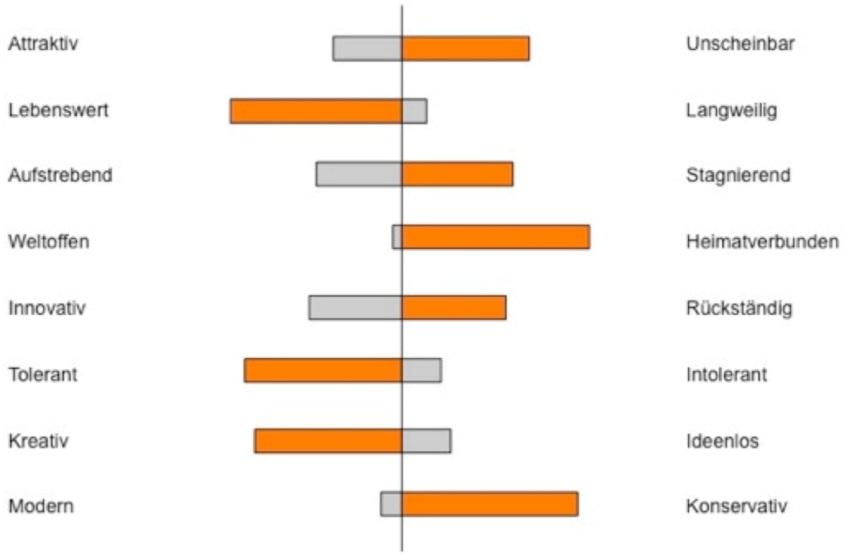
Bürgerbefragung

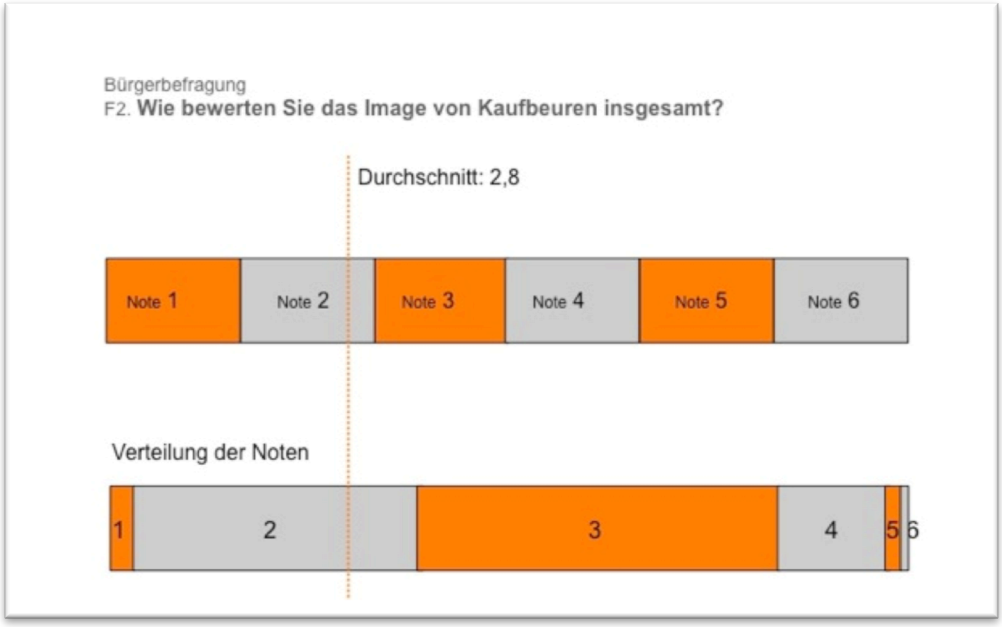
F1. **Was fällt Ihnen spontan zu Kaufbeuren ein? Was bringen Sie mit der Stadt in Verbindung?**

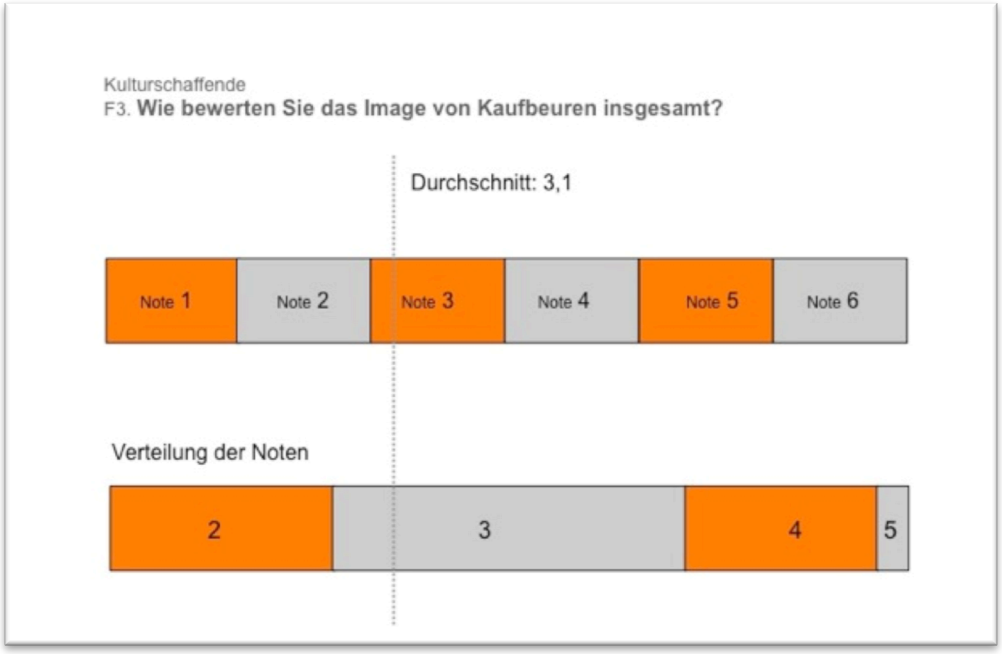
Tourismus & Freizeit	189
Wohnen & Leben	177
Tänzelfest	169
Stadtbild & Infrastruktur	154
Einkaufen & Gastronomie	62
Vereinsleben & Sport	54
Lage & Landschaft	38
Kunst & Kultur	32
Arbeit & Wirtschaft	14

Kulturschaffende

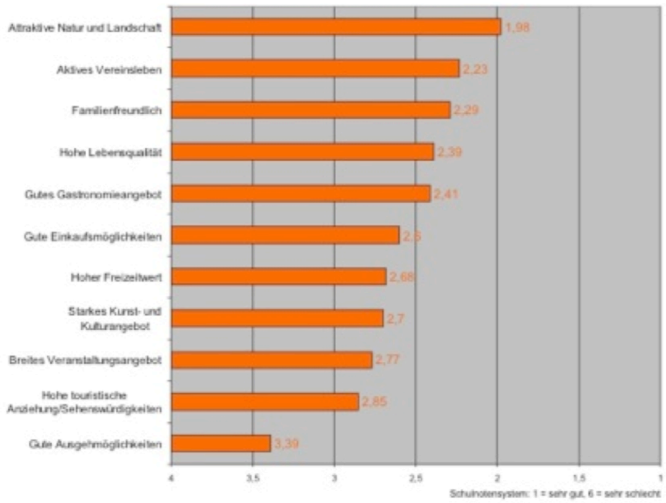
F4. **Ist Kaufbeuren Ihrer Meinung nach eher .... oder ....?**



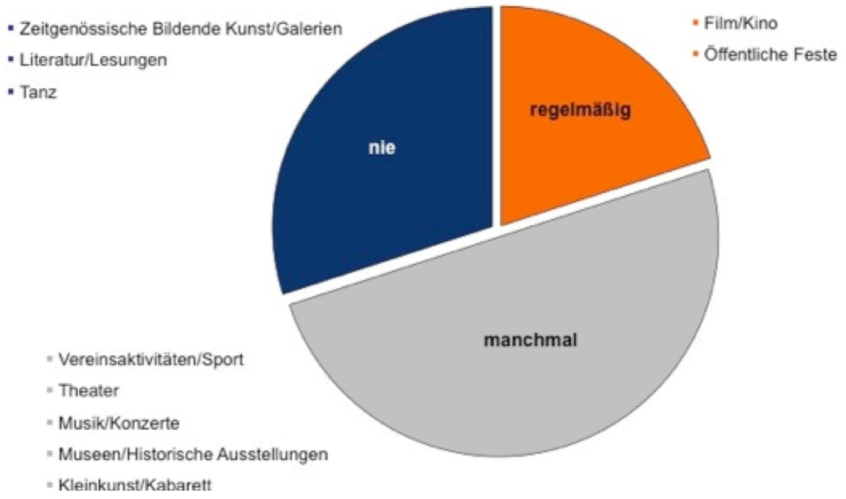

Bürgerbefragung
F2. Wie bewerten Sie das Image von Kaufbeuren insgesamt?
Durchschnitt: 2,8
Note 1
Note 2
Note 3
Note 4
Note 5
Note 6
Verteilung der Noten
1
2
3
4
5
6


Kulturschaffende
F3. Wie bewerten Sie das Image von Kaufbeuren insgesamt?
Durchschnitt: 3,1
Note 1
Note 2
Note 3
Note 4
Note 5
Note 6
Verteilung der Noten
2
3
4
5

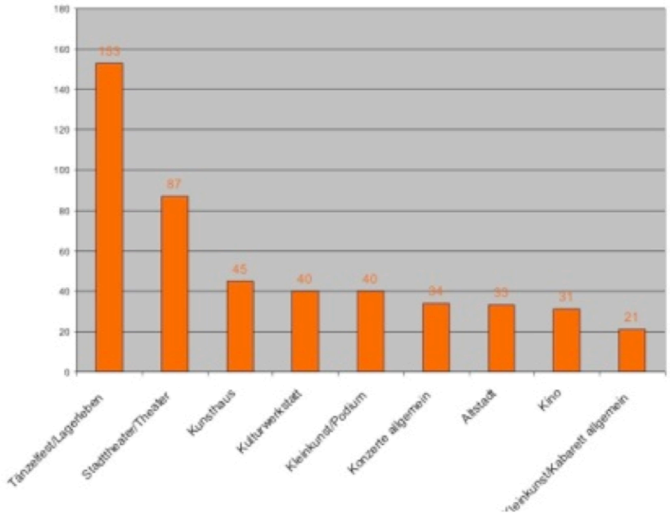
Bürgerbefragung
F3. **Inwieweit treffen folgende Merkmale auf Kaufbeuren zu?**



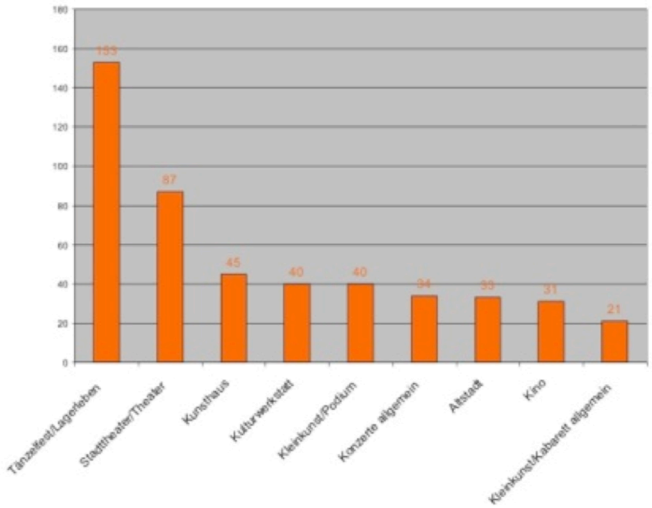
Bürgerbefragung
F4. **Welche der folgenden Kulturangebote in Kaufbeuren nutzen Sie – und wenn ja, wie häufig?**



Bürgerbefragung
F5. **Welches sind die Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots?**



Bürgerbefragung
F5. **Welches sind die Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots?**



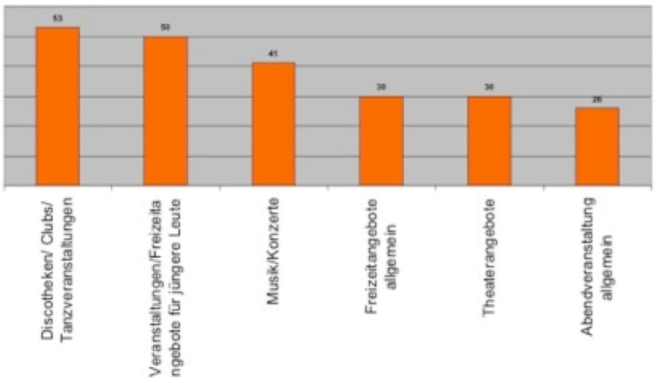
Kulturschaffende

F11. **Welches sind die Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots? Welche Angebote würden Sie einem Bekannten spontan empfehlen?**

Tänzelfest	9
Kulturwerkstatt	7
Kunsthaus	5
Kleinkunst	4
Podium	4
Theater	4
Kabarett	3
Museen	3
Musik	3
Einzelne oder zweifache Nennungen	26

Bürgerbefragung

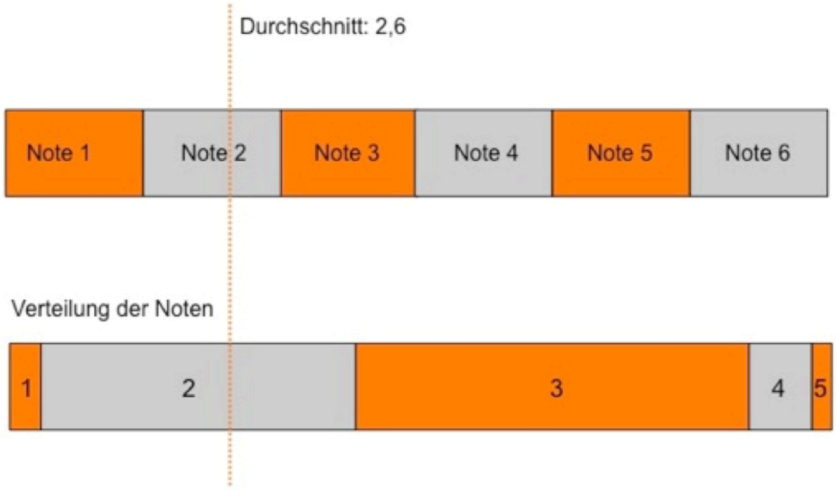
F6. **Welches sind die Schwächen im Kaufbeurer Kulturangebot? Welche Angebote vermissen Sie, was müsste besser sein?**



Veranstaltungen werden nicht rechtzeitig/genügend bekannt gegeben	18
Niveau der Kultur-/Kunstangebote zu niedrig/nicht attraktiv/zu wenig gehobene Unterhaltung	16
Schlechte Verkehrssituation allgemein	6

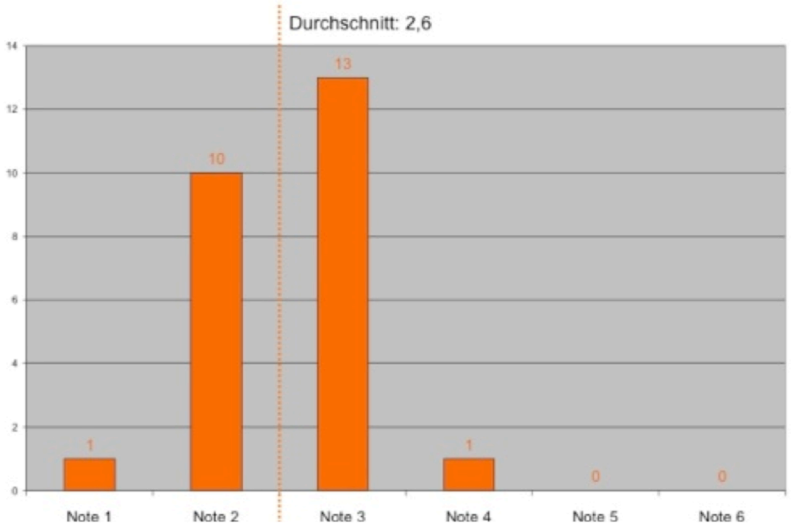
Bürgerbefragung

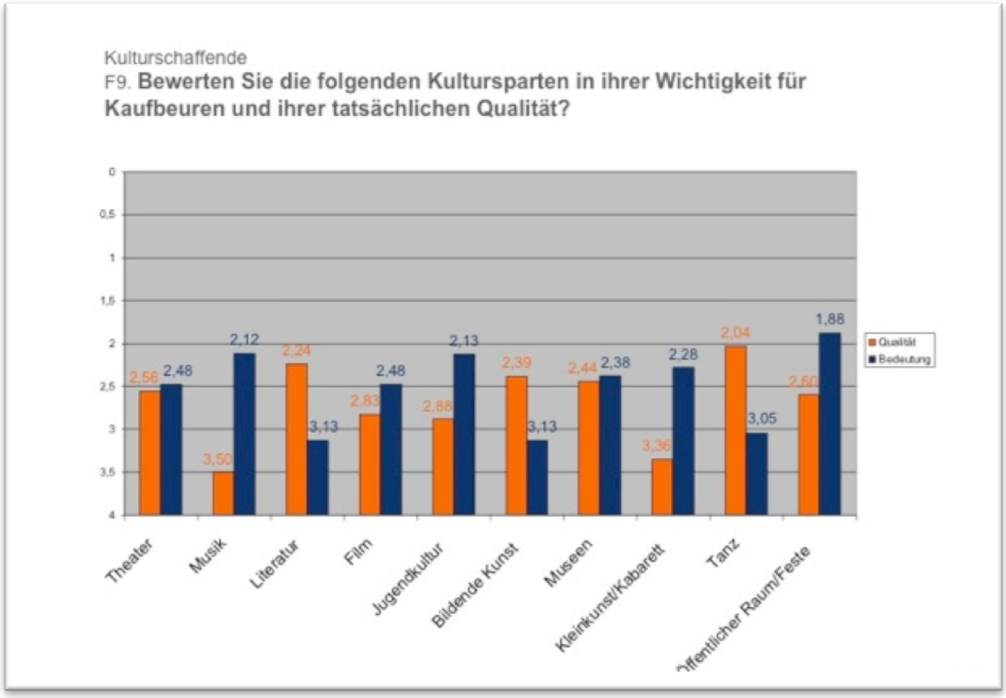
F7. **Wie beurteilen Sie die Qualität des Kulturangebots von Kaufbeuren insgesamt?**

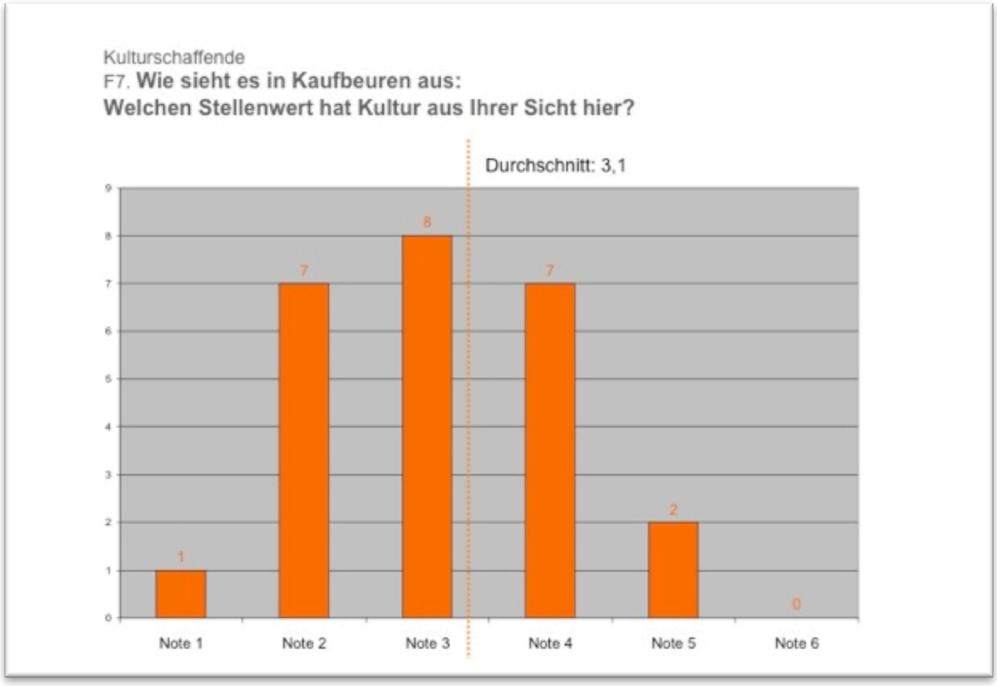


Kulturschaffende

F8. **Wie beurteilen Sie das Kulturangebot von Kaufbeuren in seiner Qualität insgesamt?**

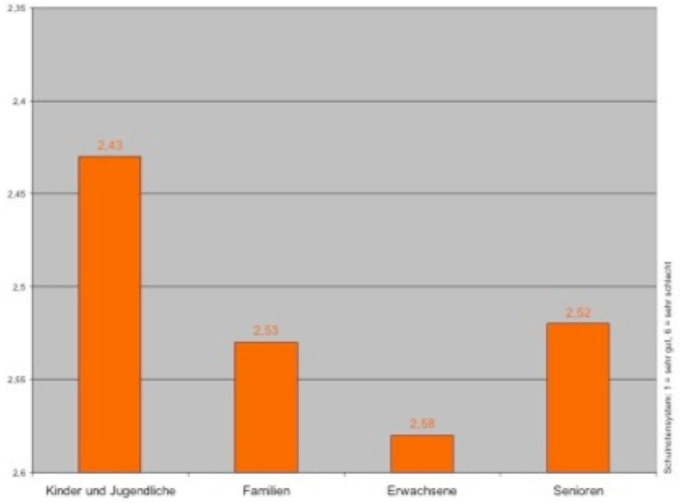



Kulturschaffende
F9. Bewerten Sie die folgenden Kultursparten in ihrer Wichtigkeit für Kaufbeuren und ihrer tatsächlichen Qualität?
0
0,5
1
1,5
2
2,5
3
3,5
4
2,56
2,48
3,50
2,12
2,24
3,13
2,83
2,48
2,88
2,13
2,39
3,13
2,44
2,38
3,36
2,28
2,04
3,05
2,60
1,88
Qualität
Bedeutung
Theater
Musik
Literatur
Film
Jugendkultur
Bildende Kunst
Museen
Kleinkunst/Kabarett
Tanz
öffentlicher Raum/Feste


Kulturschaffende
F7. Wie sieht es in Kaufbeuren aus:
Welchen Stellenwert hat Kultur aus Ihrer Sicht hier?
Durchschnitt: 3,1
0
1
2
3
4
5
6
7
8
9
1
7
8
7
2
0
Note 1
Note 2
Note 3
Note 4
Note 5
Note 6

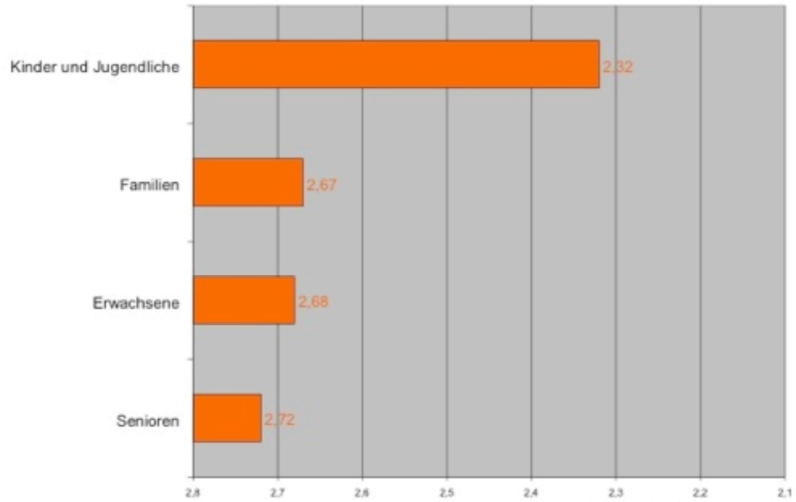
Bürgerbefragung

F8. **Wie beurteilen Sie das Kulturangebot in Kaufbeuren für einzelne Bevölkerungsgruppen?**

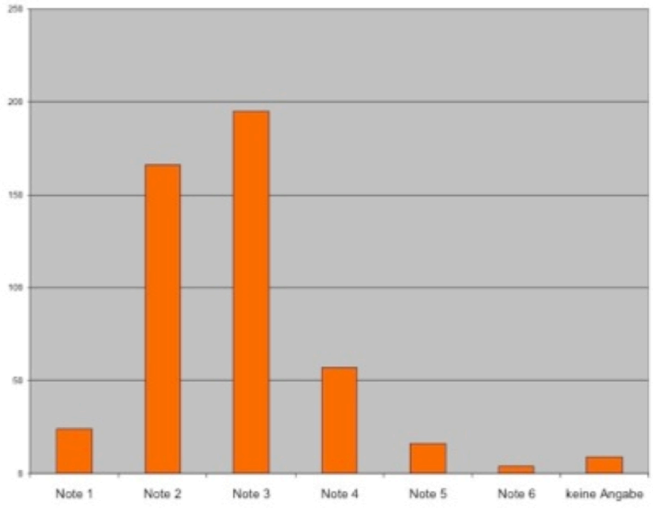


Kulturschaffende

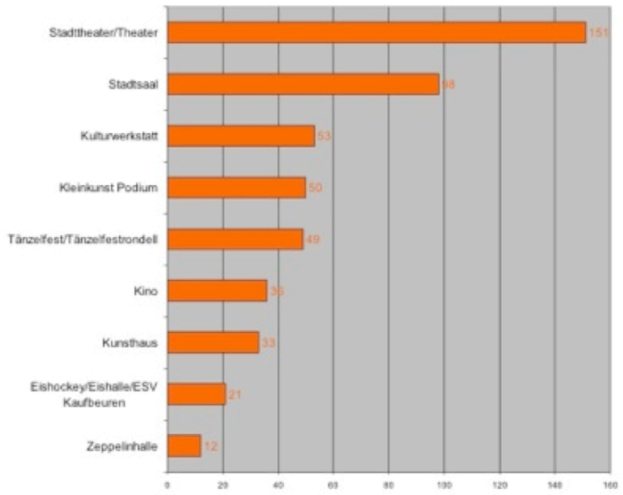
F10. **Wie beurteilen Sie das Kulturangebot in Kaufbeuren für einzelne Zielgruppen?**



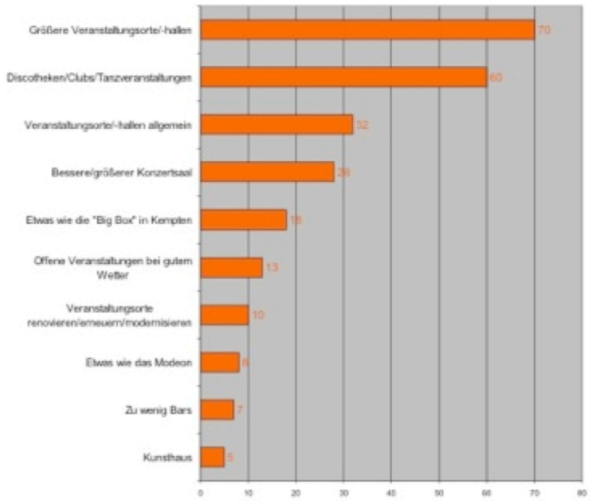
Bürgerbefragung
F9. **Wie beurteilen Sie die Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren?**



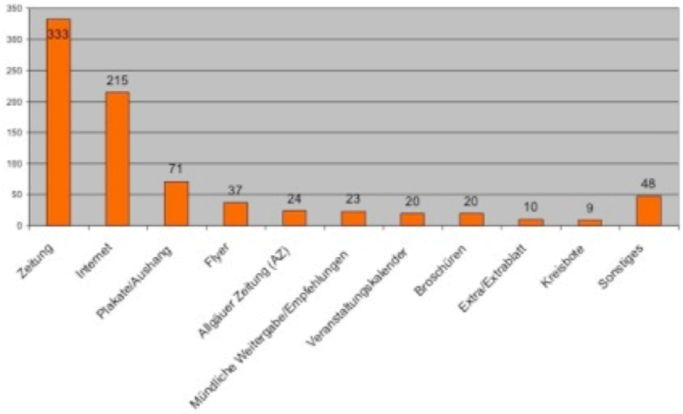
Bürgerbefragung
F9. **Welche Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren finden Sie besonders gut?**



Bürgerbefragung
F9. **Was fehlt in Kaufbeuren an Veranstaltungsstätten?**



Bürgerbefragung
F10. **Über welche Wege informieren Sie sich bzw. wie möchten Sie sich am liebsten über kulturelle Angebote/Veranstaltungen informieren?**



Bürgerbefragung
Überblick

- Kaufbeuren & Kultur haben noch nicht zueinander gefunden
- Kultur ist wenig in der Mentalität der Kaufbeurer verankert.
- **Selbstverständnis „Kultur“:**

  Abwechslung, Spaß, soziale Kontakte. Draußen und drinnen.
  Öffentliche Feste, Eishockey, alles. Tiefgang weniger gefragt.
- **Prägend**:

  Tradition, Heimatgefühl. Bewahren.
  Keine Experimente oder kulturelle Projekte. Risikoscheu.
  Keine kulturellen Reizpunkte, Nischenangebote.
- **Bewertung des Ist:**

  Drei *plus*.
  Keine klaren, pointierten Antworten.
  Wenig Standpunkte. Gleichgültigkeit.

Anhang 4:
Fragebogen an die Kulturschaffenden

Guten Tag,
im Rahmen des Projekts zur Ausrichtung von Kaufbeuren als Kulturstadt führen wir eine kurze Befragung durch. Dürfen wir Sie um Ihre Meinung und Einschätzung bitten? Das Ausfüllen des Fragebogens dauert nur wenige Minuten.

Im ersten Teil geht es um Kaufbeuren insgesamt.

Frage 1
Was fällt Ihnen spontan zu Kaufbeuren ein? Wofür steht die Stadt in ihrer Außenwirkung? (3 spontane Assoziationen)

_____

_____

_____

Frage 2
Und wofür steht Kaufbeuren weniger oder überhaupt nicht? (3 spontane Assoziationen)

_____

_____

_____

Frage 3
Wie bewerten Sie das Image von Kaufbeuren insgesamt?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr gut, 6 = ganz schlecht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 4
Ist Kaufbeuren Ihrer Meinung nach eher... oder....? (Bitte jeweils Tendenz ankreuzen)

attraktiv	❑❑❑❑❑	unscheinbar
lebenswert	❑❑❑❑❑	langweilig
aufstrebend	❑❑❑❑❑	stagnierend
weltoffen	❑❑❑❑❑	heimatverbunden
innovativ	❑❑❑❑❑	rückständig
tolerant	❑❑❑❑❑	intolerant
kreativ	❑❑❑❑❑	beständig
modern	❑❑❑❑❑	konservativ

Frage 5
Wie schätzen Sie die Identifikation der hier lebenden Menschen mit „ihrer“ Stadt ein?

- ❑ sehr hoch
- ❑ gut
- ❑ durchschnittlich/neutral
- ❑ weniger ausgeprägt
- ❑ ganz gering

Frage 6
Wodurch zeichnet sich Kaufbeuren aus?
(Geben Sie die Bewertungsnoten gemäß
1 = trifft vollkommen zu; 6 = trifft gar nicht zu)

Hohe Lebensqualität _____

Hohe touristische Anziehung/ Sehenswürdigkeiten _____

Hoher Freizeitwert _____

Gute Ausgehmöglichkeiten _____

Attraktive Natur und Landschaft _____

Starkes Kunst- und Kulturangebot _____

Gute Einkaufsmöglichkeiten _____

Gutes Gastronomieangebot _____

Breites Veranstaltungsangebot _____

Familienfreundlich _____

Gutes Umfeld für Jugendliche _____

Gute Angebote für Senioren _____

Aktives Vereinsleben _____

Hohes ehrenamtliches Engagement _____

Und jetzt konkret zum Kulturangebot in Kaufbeuren.

Frage 7
Welche Bedeutung hat für Sie ganz generell das Kulturangebot für Lebensqualität und Außenwirkung einer Stadt?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr hoch, 6 = unbedeutend)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 8
Wie sieht es in Kaufbeuren aus: Welchen Stellenwert hat Kultur aus Ihrer Sicht hier?
(Vergeben Sie Noten nach der Skala:
1 = sehr hoch, 6 = unbedeutend)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 9
Wie beurteilen Sie das Kulturangebot von Kaufbeuren in seiner Qualität insgesamt?
(Vergeben Sie Noten nach der Skala:
1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 10
Bewerten Sie bitte die folgenden Kultursparten in ihrer Wichtigkeit für Kaufbeuren und in ihrer tatsächlichen Qualität.
(Vergeben Sie Noten nach der Skala:
1 = sehr wichtig/sehr gut, 6 = unbedeutend/sehr schlecht)

Bedeutung		Qualität
___	___	Theater
___	___	Musik
___	___	Literatur
___	___	Film
___	___	Jugendkultur
___	___	Bildende Kunst
___	___	Museen

___ ___ Kleinkunst/Kabarett
___ ___ Tanz
___ ___ Kultur im öffentl. Raum/Feste

Frage 11
Wie beurteilen Sie das Kulturangebot in Kaufbeuren für einzelne Bevölkerungsgruppen?
(Nutzen Sie das Schulnotensystem:
1 = sehr gut, 6 = ganz schlecht)

___ Kinder/Jugendliche
___ Familien
___ Erwachsene
___ Senioren

Frage 12
Welches sind die Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots? Welche Angebote würden Sie einem Bekannten spontan empfehlen?

_____

_____

_____

Frage 13
Und welches sind die Schwächen im Kaufbeurer Kulturangebot? Welche Angebote vermissen Sie?

_____

_____

_____

Frage 14
Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Qualität des Kulturangebots in Kaufbeuren in den letzten 10 bis 15 Jahren verändert?

- ❑ besser geworden
- ❑ unverändert
- ❑ schlechter geworden

Frage 14a
Falls Sie eine Veränderung sehen: Was hat sich verändert?

_____

_____

Frage 15
Wie beurteilen Sie Anzahl und Qualität der Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren? Denken Sie dabei auch an die Infrastruktur rund um die Veranstaltungsstätte, wie z.B. Parken, Gastronomie.
(Vergeben Sie Noten nach der Skala:
1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)

1❑ 2❑ 3❑ 4❑ 5❑ 6❑

Frage 15a
Welche Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren bieten funktional und optisch gute Voraussetzungen für die Ansprüche heutiger Kulturinteressierter?

_____

_____

Frage 15b

Welche Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren sind aus Ihrer Sicht nicht zukunftstauglich?

_____

_____

Frage 16

Welche Art von Veranstaltungsstätten fehlt in Kaufbeuren gänzlich?

_____

_____

Frage 17

Wie beurteilen Sie die Kulturförderung in Kaufbeuren qualitativ und finanziell? Denken Sie dabei zum Beispiel an Umfang, Schwerpunkte, Veränderungen.

_____

_____

Im Folgenden drei Fragen zu Ihrem eigenen Kulturbetrieb bzw. Kulturangebot.

Frage 18

Wie hat sich die Auslastung bzw. Nutzung Ihres Kulturangebots in den letzten fünf Jahren verändert?

- ❑ mehr Besucher/Nutzer (ca. __ Prozent)
- ❑ etwa gleich geblieben
- ❑ weniger Besucher/Nutzer (ca. __ Prozent)

Frage 18a

Falls eine Veränderung vorliegt: Welche Ursachen sehen Sie hierfür vor allem?

_____

_____

Frage 19

Wieviel Prozent Ihres jährlichen Budgets werden durch Fördermittel gedeckt?

_____%

Frage 20

Wie sehen Sie die Entwicklung Ihres Kulturbetriebs bzw. -angebots in Kaufbeuren für die Zukunft?

- ❑ Besucher-/Nutzerzahl wird steigen
- ❑ Situation wird sich nicht verändern
- ❑ Nachfrage wird zurückgehen

Frage 21

Welche Vermaktungswege sind aus Ihrer Sicht am besten geeignet, um zukünftig neue Kulturinteressierte zu gewinnen?

- ❑ Presse/Tageszeitungen
- ❑ Online/Newsletter
- ❑ Internet
- ❑ Social Media
- ❑ Flyer/Plakate
- ❑ Hörfunk/TV
- ❑ Eigenveranstaltungen/Tag der Offenen Tür
- ❑ Andere: _____

Frage 22
Haben Sie noch weitere Anmerkungen zum Bereich „Kultur“ in Kaufbeuren?

Wir bitten Sie jetzt noch kurz um einige rein statistische Angaben.

Wie lange sind Sie hier in Kaufbeuren bereits in Sachen Kultur aktiv?

- ❑ unter 3 Jahre
- ❑ 4 - 10 Jahre
- ❑ über 10 Jahre

Altersklasse
- ❑ bis 30 Jahre
- ❑ 31 – 45 Jahre
- ❑ 46 – 60 Jahre
- ❑ über 60 Jahre

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung.

Die Auswertung der Antworten erfolgt selbstverständlich vollkommen anonym und lässt keinerlei Rückschlüsse auf den Verfasser zu.

Schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen bitte

bis spätestens 10. September 2012

auf einem der folgenden Wege zurück:

per Post an:

Stadt Kaufbeuren
Kultur 2020
Am Graben 3
87600 Kaufbeuren

per Fax an:

08341-437-660

per Mail als eingescanntes Dokument an:

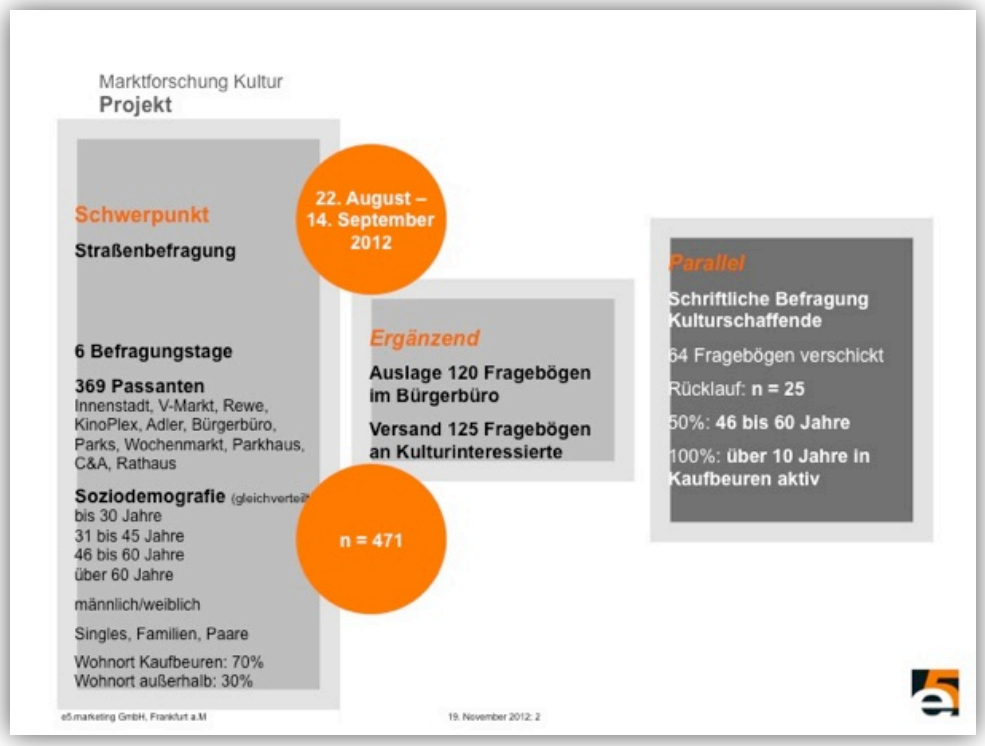
kultur2020@kaufbeuren.de

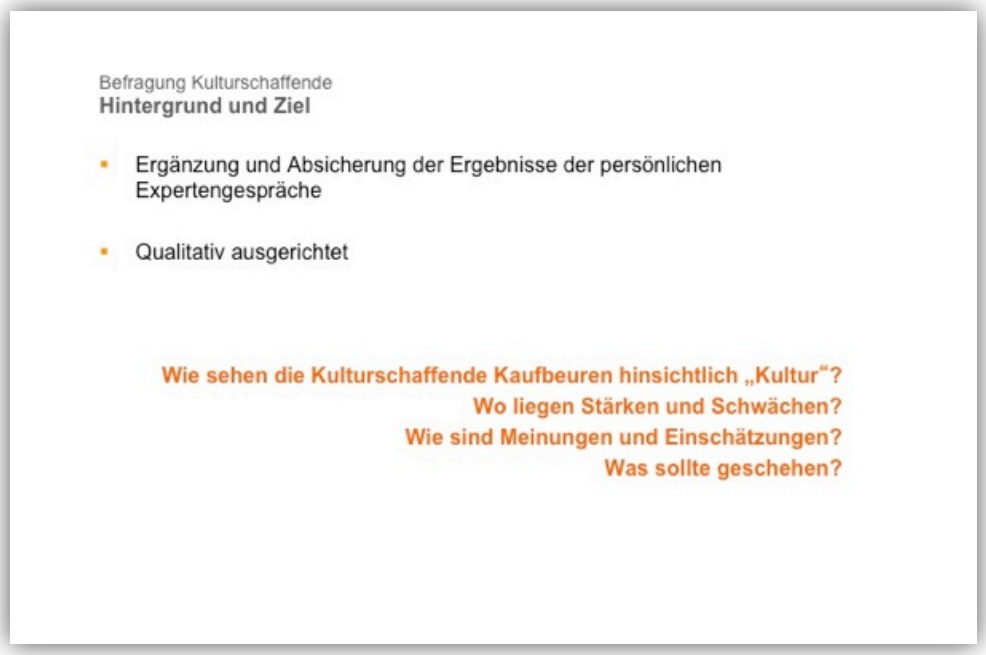
Sollten Sie weitere Anmerkungen oder Fragen zum Befragungsthema haben, erreichen Sie uns gerne jederzeit per Mail über

kultur2020@kaufbeuren.de

Ihr Kulturbereich der Stadt Kaufbeuren.

Anhang 5:
Ergebnisse der Befragung von Kulturschaffenden (Fragebogenversand)





Kulturschaffende

F1. **Was fällt Ihnen spontan zu Kaufbeuren ein?**
Wofür steht die Stadt in ihrer Außenwirkung? Und wofür überhaupt nicht?

Wofür?

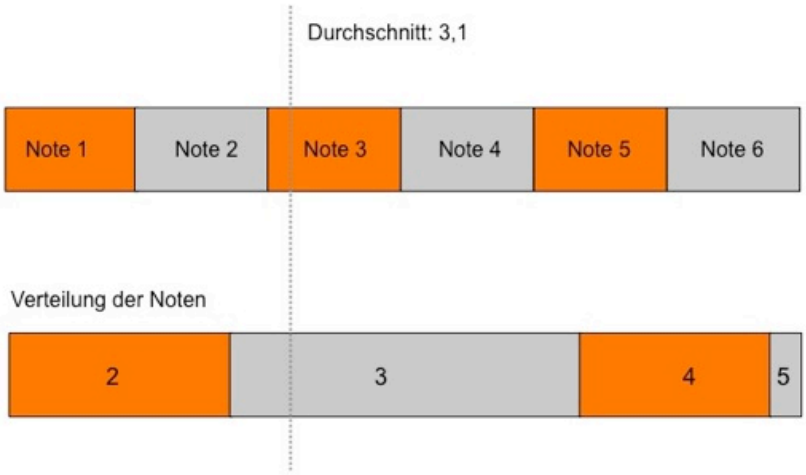
Tänzelfest.....12
Gemütlich, überschaubar, etc. 11
Eishockey (ASVK, Sport).....7
Lebenswerte familienfreundl. Wohnstadt.....4
Schöne Altstadt.....3
Crescentia Kloster.....3
Einzelne oder zweifache Nennungen.....35

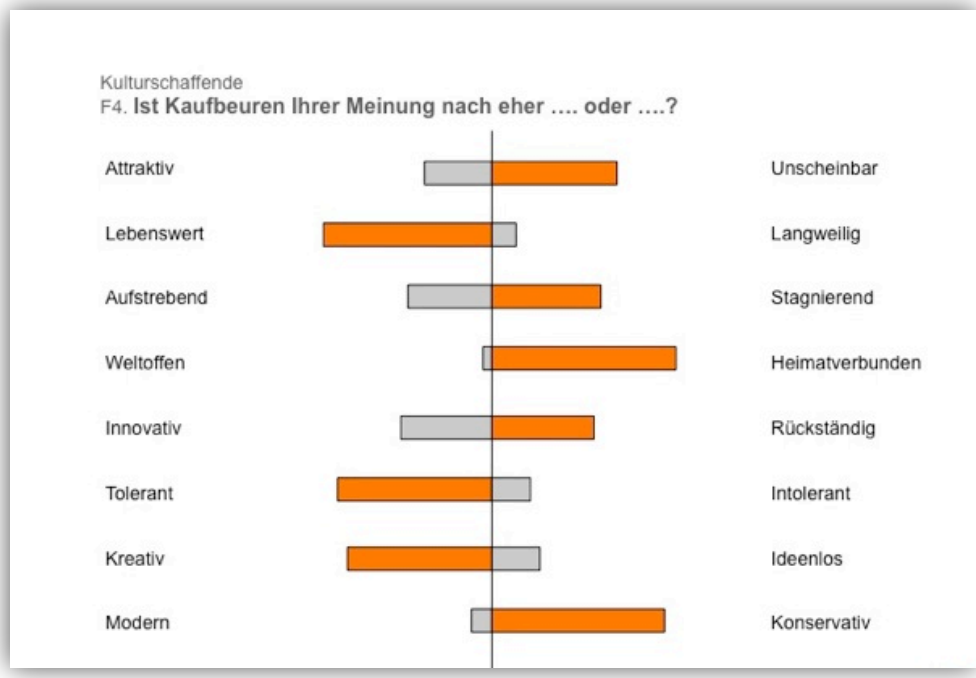
Wofür nicht?

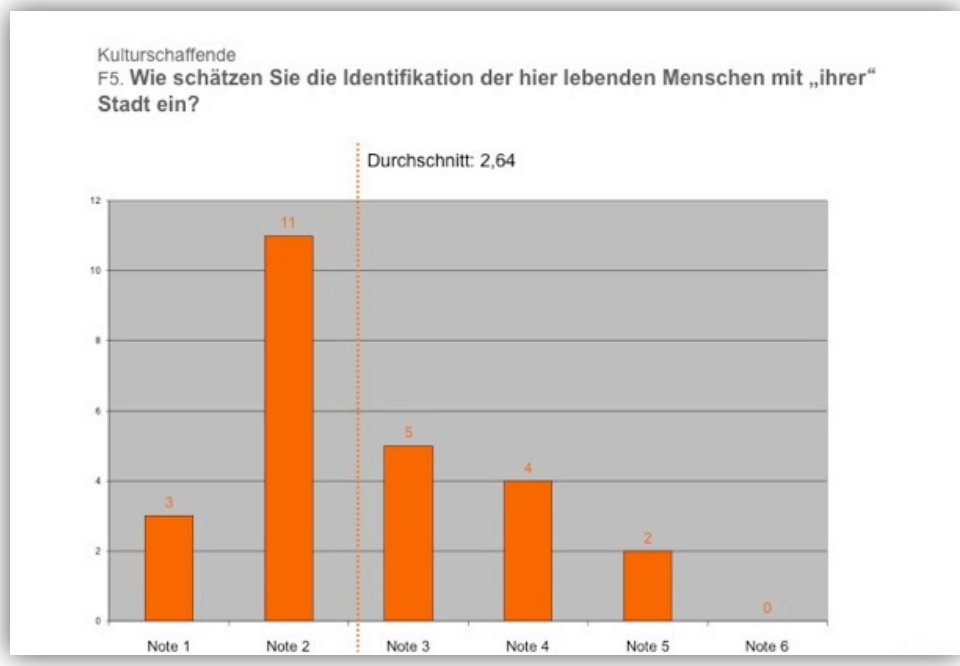
Starker Wirtschaftsstandort.....7
Offenheit.....5
gute Verkehrsanbindung.....4
Innovation, Fortschritt.....4
Großstadt.....3
Jugendfreundliche Stadt.....3
Kulturzentrum.....2
lebendige Stadt/Innenstadt.....2
überregionale Bedeutung.....2
Einzelne Nennungen.....30

Kulturschaffende

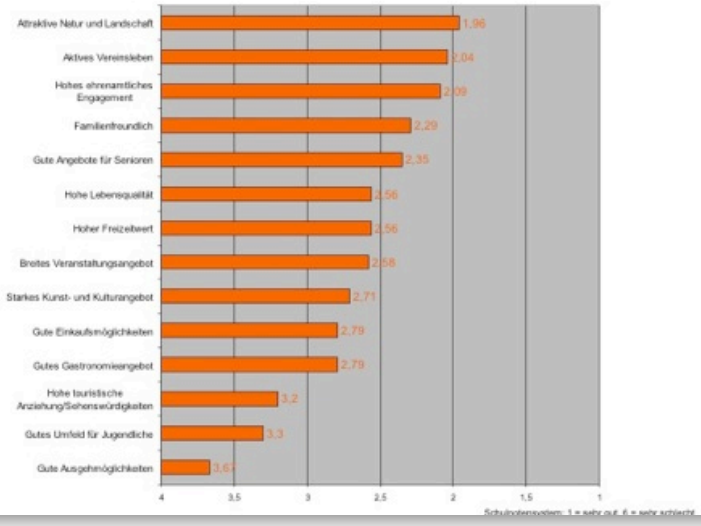
F3. **Wie bewerten Sie das Image von Kaufbeuren insgesamt?**



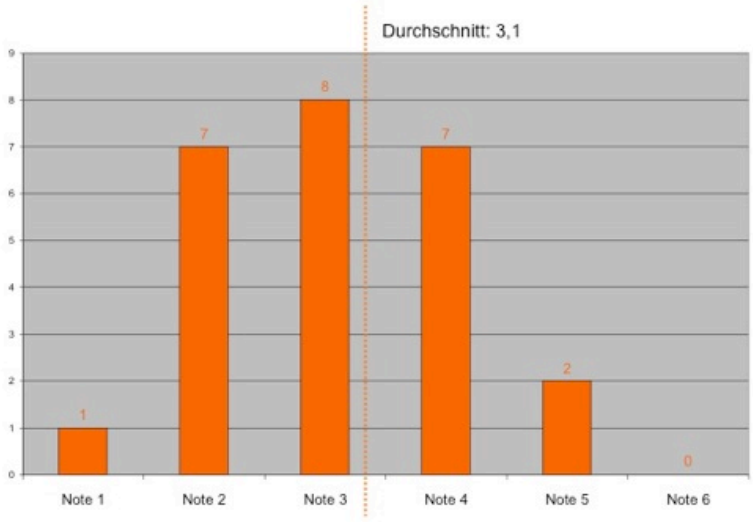

Kulturschaffende
F4. Ist Kaufbeuren Ihrer Meinung nach eher .... oder ....?
Attraktiv
Unscheinbar
Lebenswert
Langweilig
Aufstrebend
Stagnierend
Weltoffen
Heimatverbunden
Innovativ
Rückständig
Tolerant
Intolerant
Kreativ
Ideenlos
Modern
Konservativ

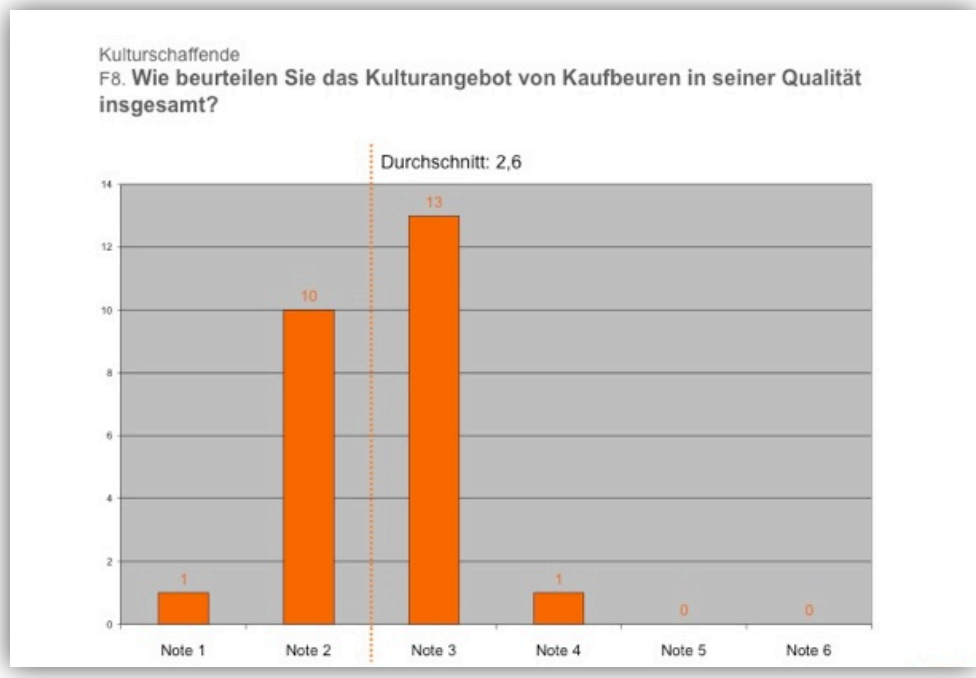

Kulturschaffende
F5. Wie schätzen Sie die Identifikation der hier lebenden Menschen mit „ihrer" Stadt ein?
Durchschnitt: 2,64
12
10
8
6
4
2
0
3
11
5
4
2
0
Note 1
Note 2
Note 3
Note 4
Note 5
Note 6

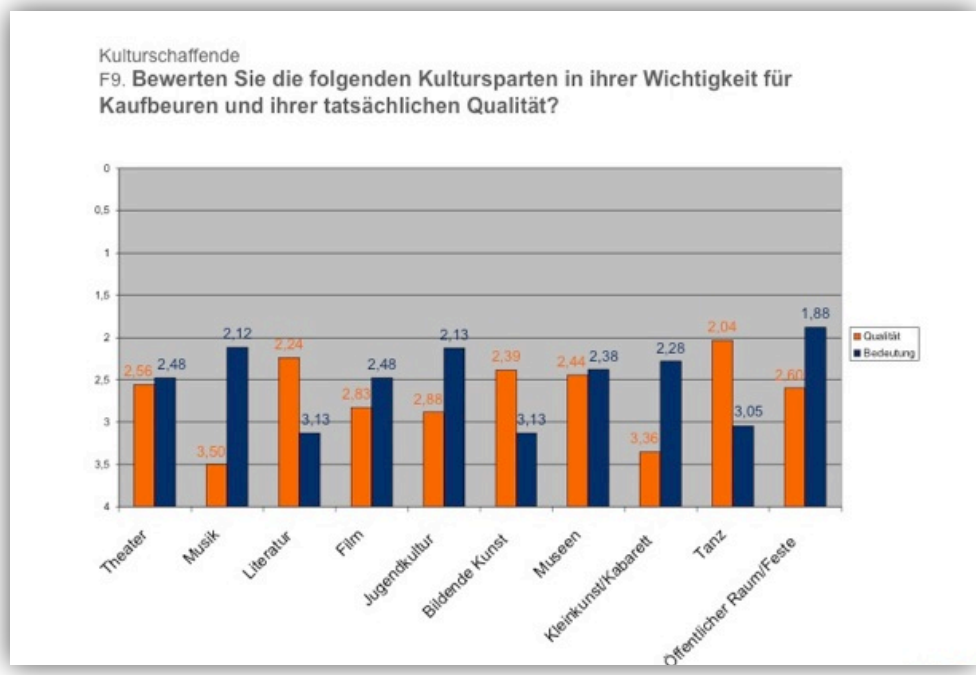
Kulturschaffende
F6. **Wodurch zeichnet sich Kaufbeuren aus?**



Kulturschaffende
F7. **Wie sieht es in Kaufbeuren aus:**
Welchen Stellenwert hat Kultur aus Ihrer Sicht hier?

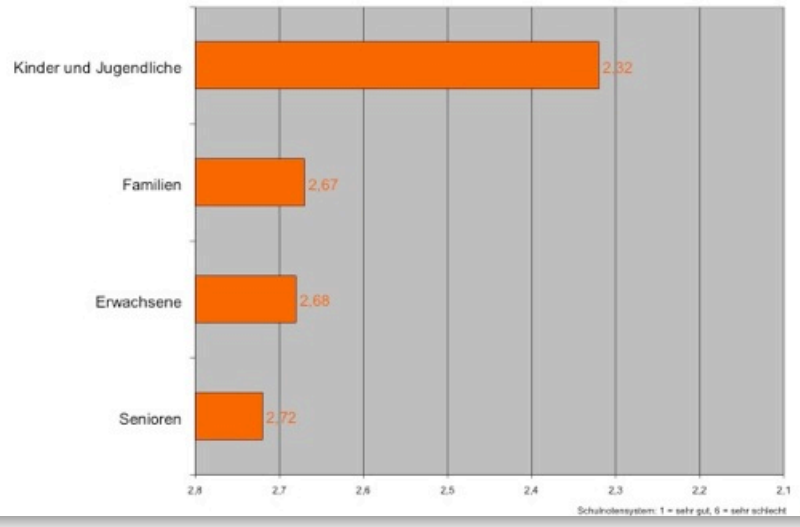



Kulturschaffende
F8. Wie beurteilen Sie das Kulturangebot von Kaufbeuren in seiner Qualität insgesamt?
Durchschnitt: 2,6
14
12
10
8
6
4
2
0
1
10
13
1
0
0
Note 1
Note 2
Note 3
Note 4
Note 5
Note 6


Kulturschaffende
F9. Bewerten Sie die folgenden Kultursparten in ihrer Wichtigkeit für Kaufbeuren und ihrer tatsächlichen Qualität?
0
0,5
1
1,5
2
2,5
3
3,5
4
2,56
2,48
3,50
2,12
2,24
3,13
2,83
2,48
2,88
2,13
2,39
3,13
2,44
2,38
3,36
2,28
2,04
3,05
2,60
1,88
Qualität
Bedeutung
Theater
Musik
Literatur
Film
Jugendkultur
Bildende Kunst
Museen
Kleinkunst/Kabarett
Tanz
Öffentlicher Raum/Feste

Kulturschaffende

F10. **Wie beurteilen Sie das Kulturangebot in Kaufbeuren für einzelne Zielgruppen?**



Kulturschaffende

F11. **Welches sind die Stärken des Kaufbeurer Kulturangebots? Welche Angebote würden Sie einem Bekannten spontan empfehlen?**

Tänzelfest	9
Kulturwerkstatt	7
Kunsthaus	5
Kleinkunst	4
Podium	4
Theater	4
Kabarett	3
Museen	3
Musik	3
Einzelne oder zweifache Nennungen	26

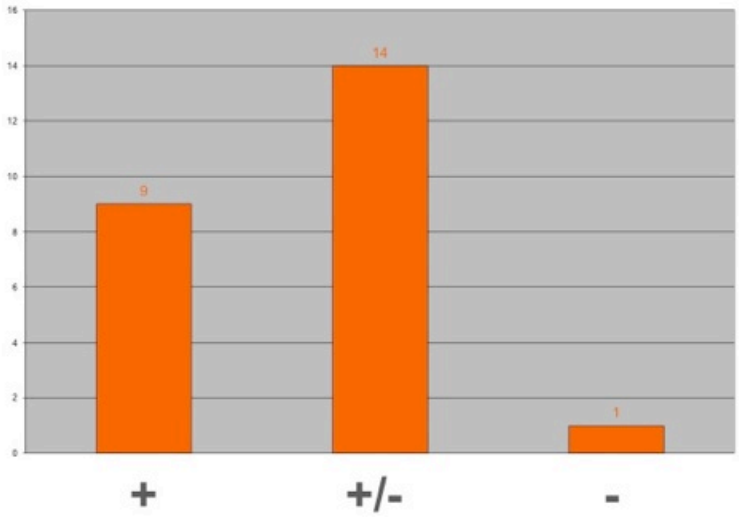
Kulturschaffende

F12. **Welches sind die Schwächen im Kaufbeurer Kulturangebot? Welche Angebote vermissen Sie?**

- Mehr Professionalität und Qualität insgesamt
- Eine leitende Person im Bereich Kultur wird gewünscht, die Termine koordiniert und das überregionale Management übernimmt
- Die Förderung im kulturellen Bereich nicht ausreichend
- Fehlende Vielfalt und Angebotsdichte in allen Musikgenres
- Speziell im Theater wird eine Schwäche gesehen und nach mehr Qualität gesucht

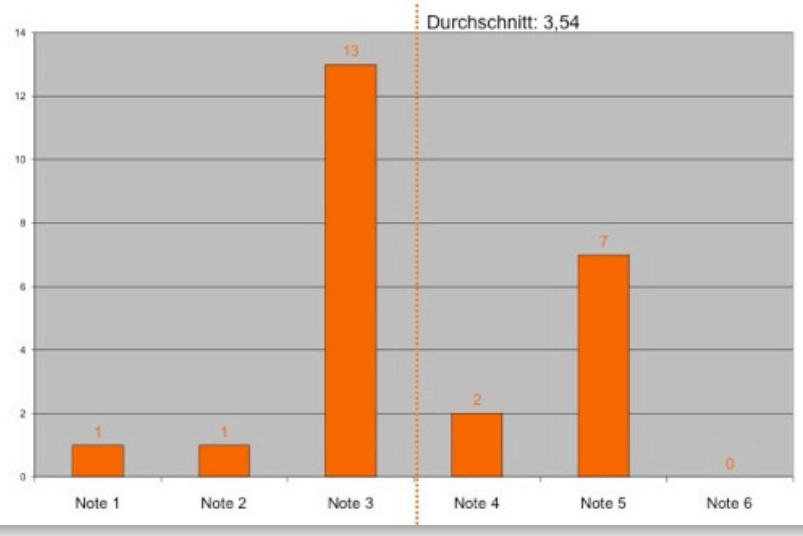
Kulturschaffende

F13. **Wie hat sich die Qualität des Kulturangebots in Kaufbeuren in den letzten 10 bis 15 Jahren verändert?**



Kulturschaffende

F14. **Wie beurteilen Sie das Angebot an Veranstaltungsstätten in Kaufbeuren hinsichtlich Quantität und Qualität?**



Kulturschaffende

F14. **Welche Veranstaltungsstätten bieten funktional und optisch gute Voraussetzungen für die Ansprüche heutiger Kulturinteressierter?**

Stadttheater	12
Stadtsaal	6
Kulturwerkstatt	4
Kunsthaus	4
Keine	3
Corona Kinoplex	2
Kirchen	2
Podium	2
Zeppelinhalle	2
Einzelne Nennungen	7

Kulturschaffende
F14. **Welche Veranstaltungsstätten sind in der heutigen Form nicht zukunftsfähig?**

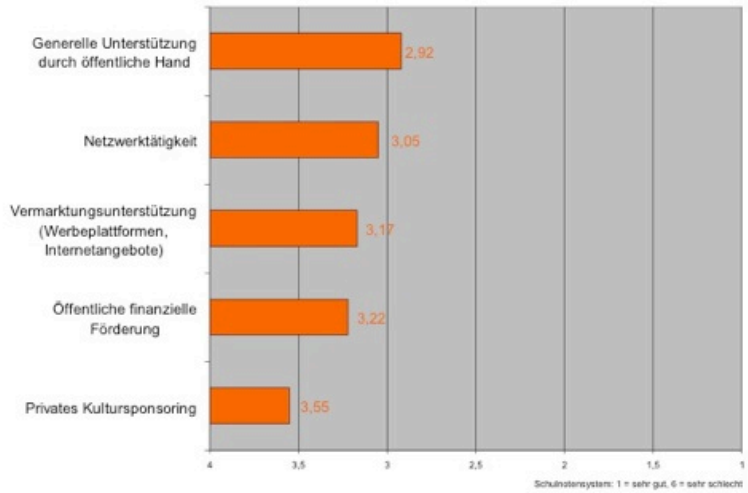
Stadtsaal	13
Neugablonzer Haus	5
Stadttheater	5
Podium	2
Alle	2
Einzelne Nennungen	7

Kulturschaffende
F15. **Welche Art an Veranstaltungsstätten fehlt in Kaufbeuren gänzlich?**

großer Allzwecksaal mit Parkgarage bzw. großem Parkplatz, Möglichkeit den Saal zu teilen	6
moderner und professioneller **Veranstaltungssaal**	5
Kulturzentrum	2
Konzerthalle	2
Disco, Tanzlokale	2
Forum für Literatur und Lesungen	1
gute Kleinkunstbühne	1
Alternativkino	1
hochkarätige Events mit überregionaler Bedeutung	1
Kinderkonzerte	1
kleiner bewirteter Saal (außer Stadtsaal)	1
Kunstcafé an der Wertach	1
Opern- und Musicalbühne	1

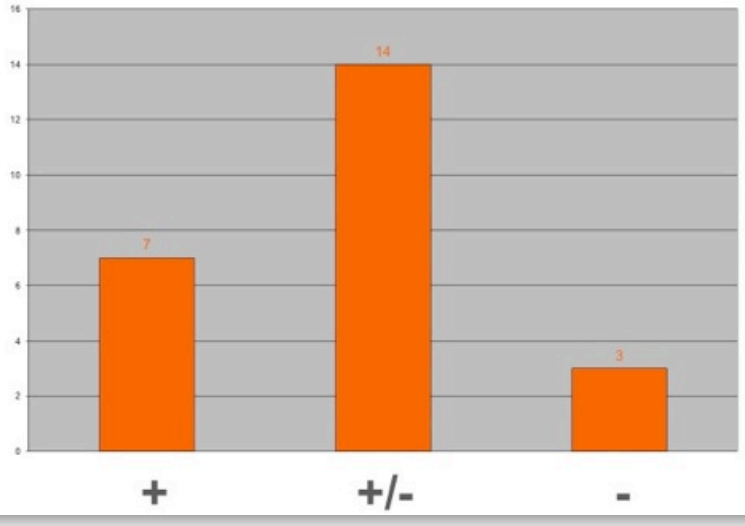
Kulturschaffende

F16. **Wie beurteilen Sie die Kulturförderung in Kaufbeuren in den folgenden Aspekten?**



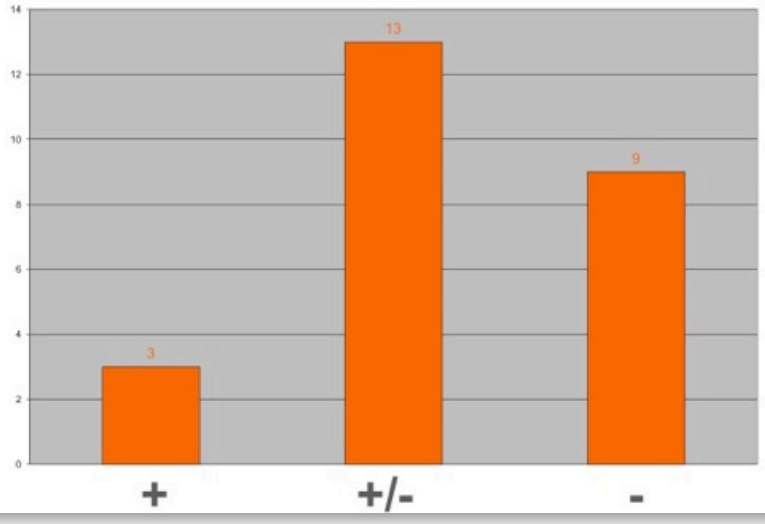
Kulturschaffende

F18. **Wie hat sich die Auslastung bzw. Nutzung Ihres Kulturangebots in den letzten fünf Jahren verändert?**



Kulturschaffende

F19. **Wie sehen Sie die Entwicklung Ihres Kulturbetriebs bzw. -angebots in Kaufbeuren für die Zukunft?**



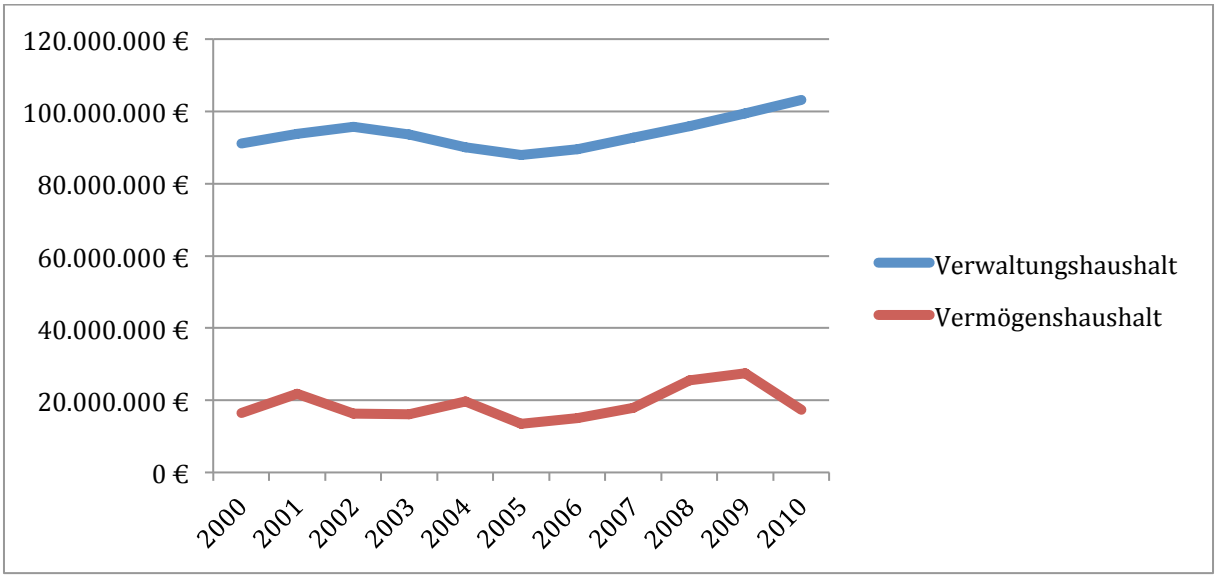
Kulturschaffende

F20. **Welches sind die am besten geeigneten Kommunikationswege, um Kulturinteressierte zu erreichen?**

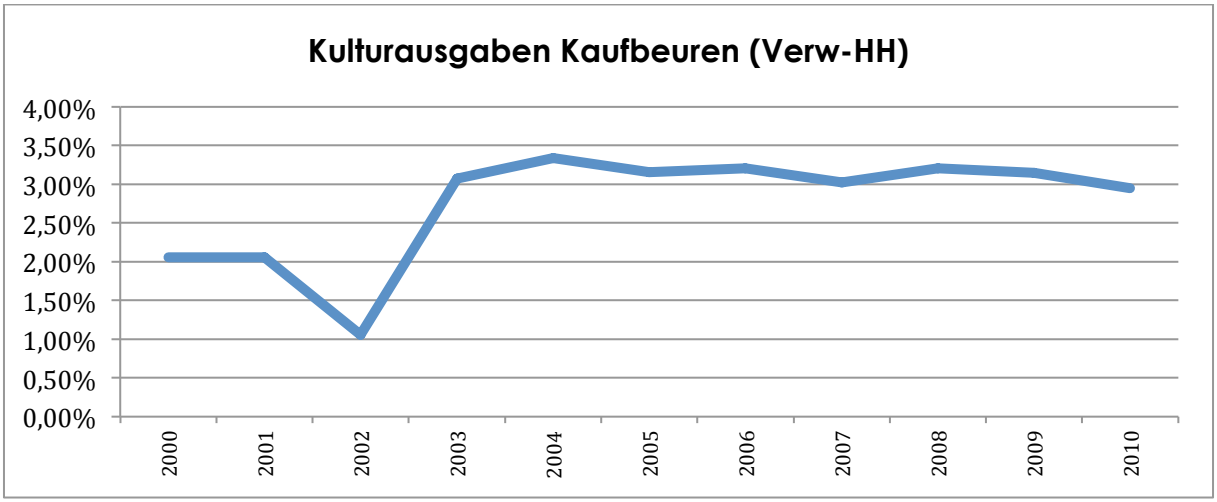
Presse/Tageszeitungen	22
Flyer/Plakate	13
Internet	12
Veranstaltungskalender online/offline	7
Online/Newsletter	4
Eigenveranstaltungen/Tag der Offenen Tür	4
Social Media	3
Hörfunk/TV	2
Andere	2

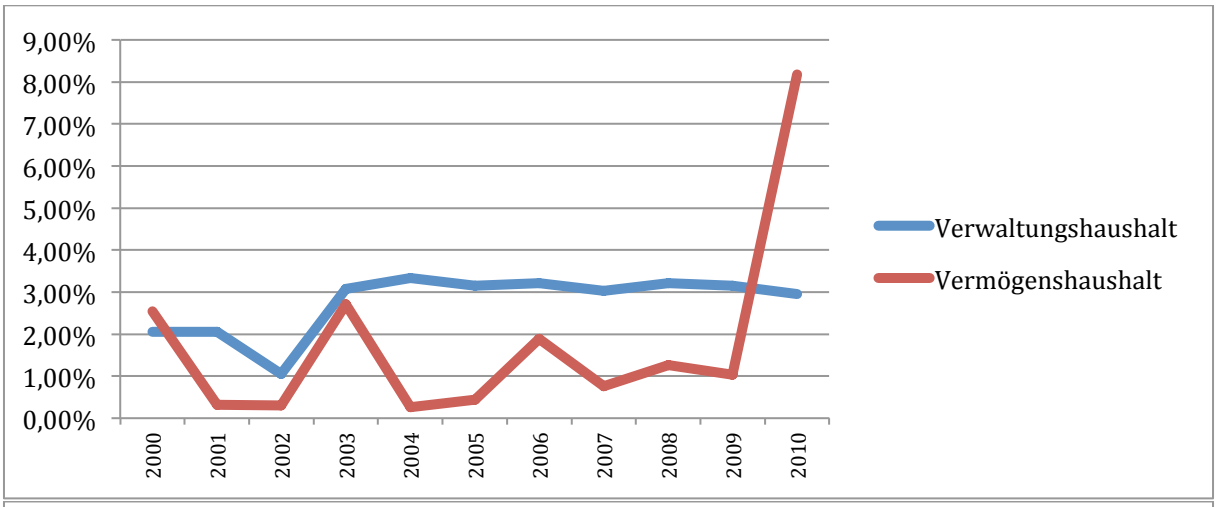
Anhang 6: Kultur in Kaufbeuren – Daten und Zahlen

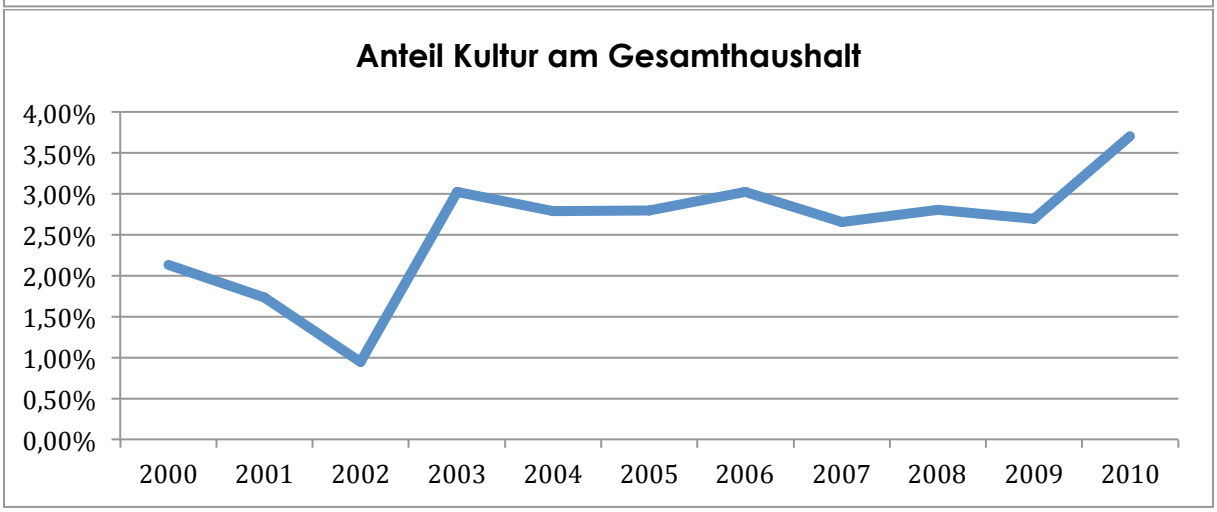
Entwicklungen im Haushalt der Stadt Kaufbeuren



Entwicklung der Kulturausgaben der Stadt Kaufbeuren

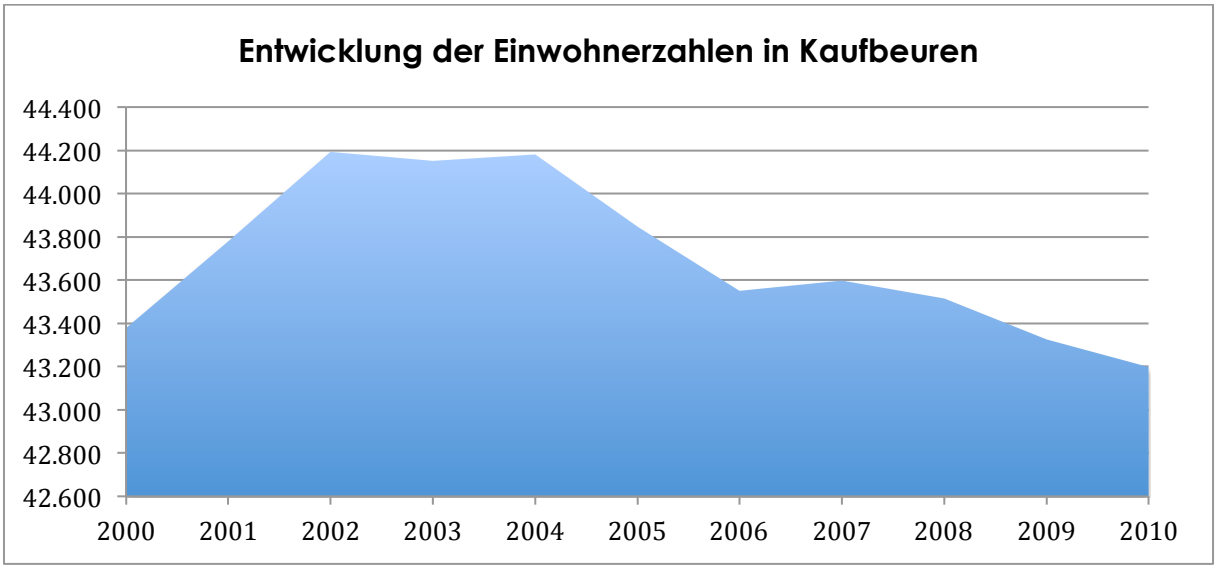




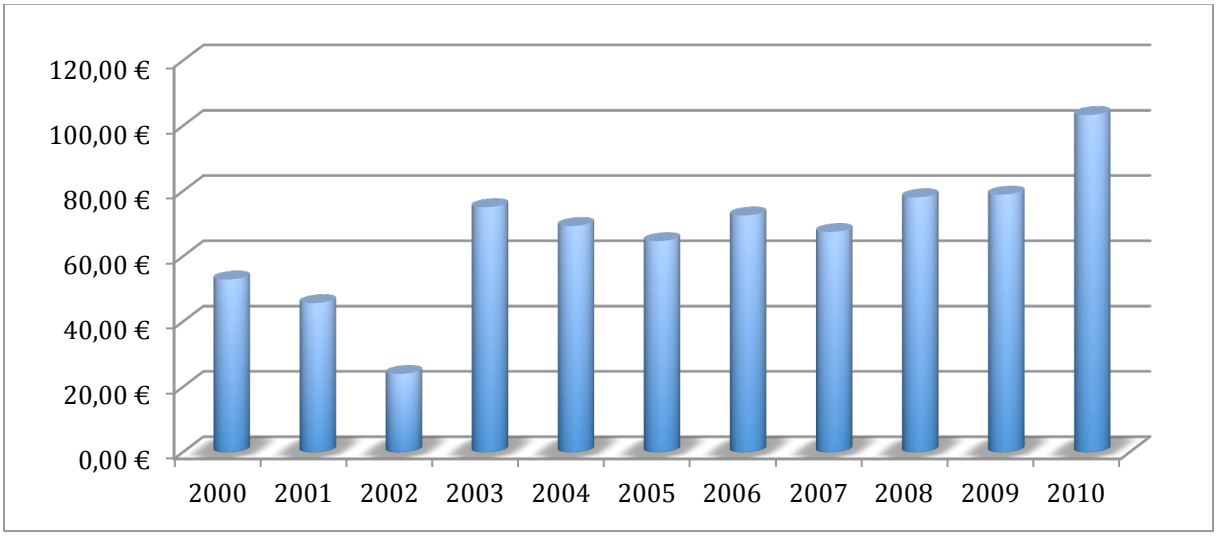


Bundesdurchschnitt: 1,62 Prozent ihres Gesamtetats
(Quelle: Bundeszentrale für Politische Bildung, www.hpb.de)

Entwicklung Einwohnerzahlen

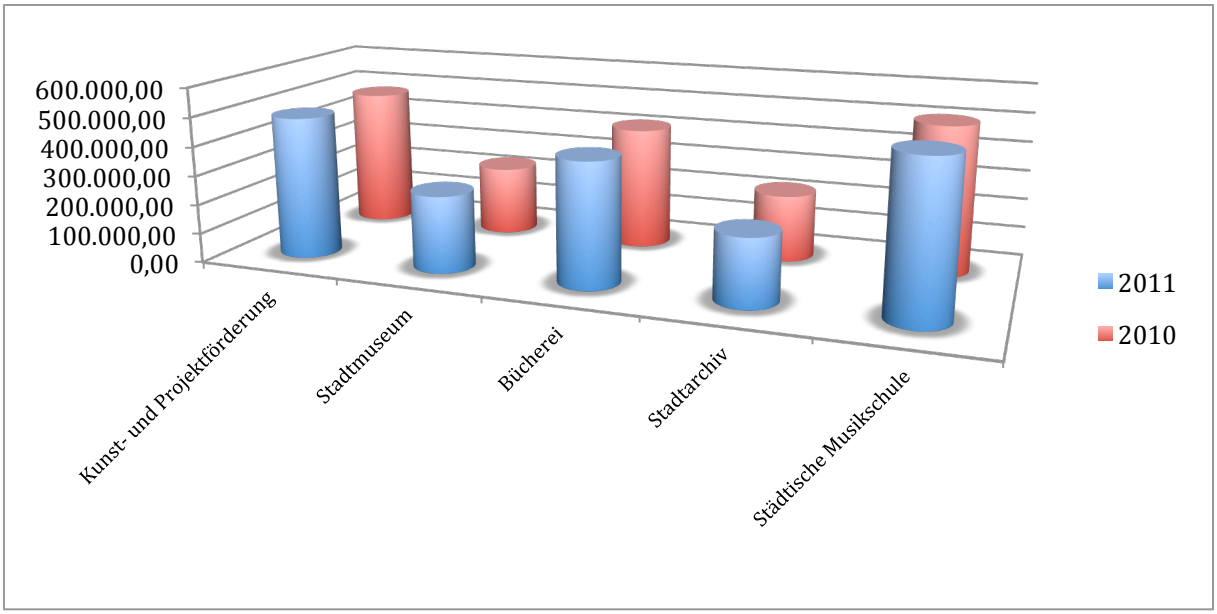


Pro-Kopf-Ausgaben für Kultur



Bundesweiter Durchschnitt: 97,06 € im Jahr 2005 (Kaufbeuren 2005: 64,64 €)

Ausgaben für Kultur nach Sparten



Öffentliche Ausgaben für Kultur - Bundesdurchschnitt

Nach Kultursparten, Grundmittel* in absoluten Zahlen und Anteile in Prozent, 2005

	Ausgaben, in Mio. Euro	Anteile, in Prozent
insgesamt	8.004,2	100,0
davon:		
Theater und Musik	2.935,7	36,7
Museen, Sammlungen, Ausstellungen	1.535,6	19,2
Bibliotheken	1.101,7	13,8
Kulturverwaltung	472,9	5,9
Kunsthochschulen	420,5	5,3
Denkmalschutz/-pflege	409,1	5,1
kulturelle Angelegenheiten im Ausland	283,9	3,5
sonstige Kulturpflege	844,8	10,6
nachrichtlich:		
kulturnahe Bereiche	1.598,9	x
Filmförderung	150,0	x

** Grundmittel sind die Ausgaben eines Aufgabenbereichs abzüglich der dem jeweiligen Aufgabenbereich zurechenbaren Einnahmen.*
Quelle: Statistisches Bundesamt: Pressemitteilung

Anhang 7: Quellenverzeichnis – interne Quellen

Folgende Unterlagen wurden der Autorin seitens der Stadtverwaltung zur Verfügung gestellt und wurden in Auszügen für die Studie ausgewertet:

1) Übersicht über die Ausgaben für Kultur im städtischen Haushalt Kaufbeurens (xls)
2) Haushalt Kaufbeuren Marketing 2011 (pdf)
3) Haushaltsübersicht Ausgaben Kultur - Haushaltsjahr 2010 und 2011
4) Kulturausgaben Stellenplan 2011, nach Kostenträger, namentlich
5) Stadtgeschichte Kaufbeuren, Bd. 1 - 3
6) Entwicklungsperspektiven und Herausforderungen der regionalen Struktur- und Standortpolitik für Bayerisch-Schwaben (Prof. Dr. Ulrich Jung) (Papier)
7) Allgäu GmbH: Geschäftsfeldstrategie Städtetourismus 2016 (pdf)
8) Markt- und Standortgutachtens des Einzelhandels (Aktualisierung). Gesamtstädtisches Entwicklungskonzept, Stand Juni 2005. Band 1: Textteil Gesamtstadt und Innenstadt, Teil 2 Material Gesamtstadt Innenstadt, Teil 3 Neugablonz (pdf). Verfasser: Büro für Standort-, Markt- und Regionalanalyse, Dr. Manfred Heider, Augsburg (pdf)
9) Standortbeschreibung, Standortinformationen Wirtschaftsstandort Kaufbeuren. Lage, Geschichte, Wirtschaftsdaten, Gewerbegebiete, Ansprechpartner. Verfasser: Wirtschaftsreferat Stadt Kaufbeuren, Peter Igel / Siegfried Knaak (doc)
10) Qualitätspreis des Bayerischen Wirtschaftsministeriums für wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen in Kaufbeuren. Bewerbung Stadt Kaufbeuren, Verfasser: Wirtschaftsreferat Stadt Kaufbeuren: Mit Anlagen. (Datenordner)
11) Kulturstatistik Rohdaten 2004-2011, Stadt Kaufbeuren, Kunst- und Projektförderung (xls)
12) Jahresberichte Kunst- und Projektförderung / Kulturstatistik 2006-2010 (Datenordner, pdf)
13) Tätigkeitsbericht Kaufbeuren Marketing 2010 (pdf)
14) Marketingstrategie Kaufbeuren Marketing 2011-2016 (pdf)
15) Liste kultureller Akteure Kaufbeurens (xls)
16) Liste Akteure Kulturwirtschaft (xls)
17) Querschnitt Publikationen Kulturanbieter
18) Datenbank Kulturanbieter (xls): natürliche und juristische Personen, gruppiert nach Sparten, Mehrfachnennungen z.T. durch Mehfachangebote, z.T. durch mehrere Repräsentanten
19) Datenbank Kulturwirtschaft (xls): bisher keine systematische Erfassung von Unternehmen der Kulturwirtschaft, natürliche und juristische Personen, ohne Gruppierung nach Branchen o.ä.
20) Unterkunfts- / Gastronomieverzeichnis

Anhang 8: Literaturverzeichnis

1) *Jahrbuch für Kulturpolitik 2008*. Band 8: Kreativwirtschaft und Kreative Stadt. Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.). Red.: Bernd Wagner und Norbert Sievers. Bonn/ Essen: Klartext Verlag 2008.

2) Klaus R. Kunzmann: „Kulturwirtschaft und Raumentwicklung". In: *Kulturwirtschaft*. Aus Politik und Zeitgeschichte 34-35/2006: 3-7.

3) Andreas Joh. Wiesand: „Kultur- oder Kreativwirtschaft: Was ist das eigentlich?". Ebda, 8-16.

4) Ralf Ebert/Friedrich Gnad: „Strukturwandel durch Kulturwirtschaft". Ebda, 31-38.

5) Bundeszentrale für Politische Bildung: „Öffentliche Ausgaben für Kultur", 2008 (Quelle: Pressemitteilung Statistisches Bundesamt)

6) Dieter Haselbach: „Kultur als Standortfaktor". Thesen zu einer Veranstaltung der Konrad-Adenauer-Stiftung am 23. Juni 2010.

7) *KM. Kultur und Management im Dialog*. Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network, Nr. 34/ August 2009 (Schwerpunkt: Kulturtourismus).

8) *KM. Kultur und Management im Dialog*. Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network, Nr. 52/ Februar 2011 (Schwerpunkt: Kommunale Kulturfinanzierung).

9) *KM. Kultur und Management im Dialog*. Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network, Nr. 54/ April 2011 (Schwerpunkt: Stadt- und Regionalmarketing).

10) *Kulturstatistiken. Kulturindikatoren auf einen Blick. Ein Ländervergleich*. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hg.), Ausgabe 2008.