KulturStrategie 2030
der Fontanestadt Neuruppin

Abschlussbericht des Analyse- und Partizipationsprozesses

FONTANESTADT
NEURUPPIN

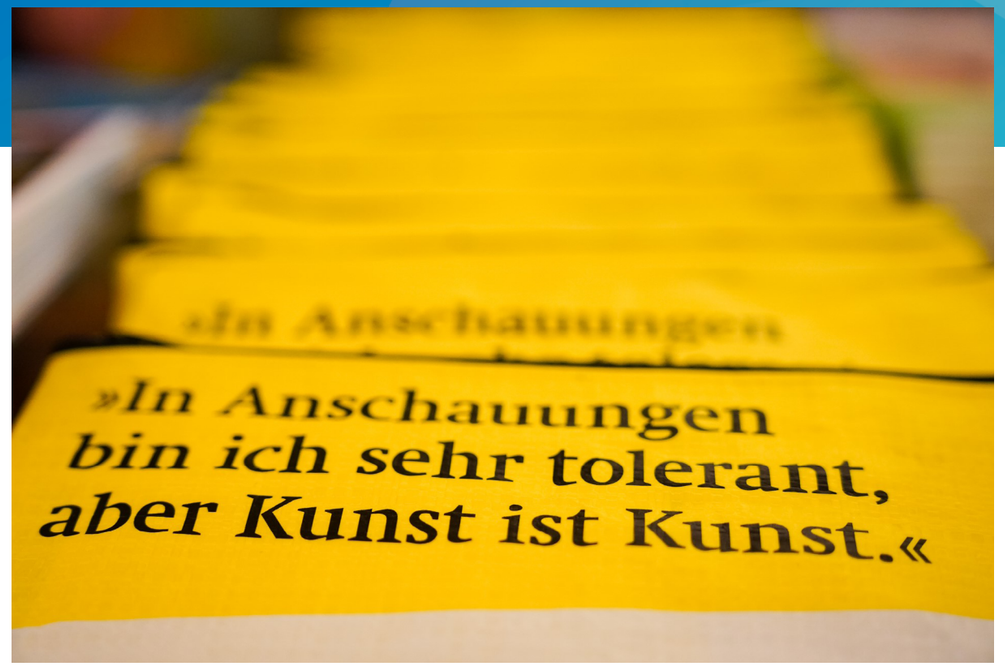

Abbildung 1: Werbeartikel aus dem Fontanejahr 2019 © Andreas Kunow für die Fontanestadt Neuruppin

FONTANESTADT
NEURUPPIN

Im Auftrag der Fontanestadt Neuruppin
November 2021

Projektleitung: Dr. Patrick S. Föhl
Stellv. Projektleitung: Lara Buschmann

NETZWERK KULTURBERATUNG
NETWORK FOR CULTURAL CONSULTING
Fidicinstraße 13c
10965 Berlin
Internet: www.netzwerk-kulturberatung.de

Inhaltsverzeichnis

Das Wichtigste auf einen Blick ... 4
Warum eine KulturStrategie? ... 4
Aufbau und Methodik der Kulturstrategie in der Übersicht ... 4
Wie ist die KulturStrategie aufgebaut? ... 4
Wie wurde die KulturStrategie erarbeitet? ... 5
1 Fontanestadt Neuruppin – Stadt der Kultur ... 6
2 Der Ausgangspunkt: Blick zurück und nach vorne ... 9
2.1 Analysegegenstände und Auswertungsverfahren im Detail ... 9
2.2 Zusammenfassung: Stärken und Herausforderungen ... 14
2.2.1 Analysefeld: Kulturverwaltung ... 14
2.2.2 Analysefeld: Kulturförderung, -bedarfe und Fördermittelmanagement ... 16
2.2.3 Analysefeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung (inkl. Kulturbeirat & Diversität) ... 19
2.2.4 Analysefeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus ... 21
3 Was ist zu tun? – Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Kulturentwicklung ... 24
3.1 Die Handlungsfelder in der Übersicht ... 24
3.2 Handlungsfeld 1: Kulturpolitik, -verwaltung und -förderung mutig zukunftsfest ausrichten ... 25
3.2.1 Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen ... 25
3.2.2 Leitziel: Kulturförderung, Fördermittelmanagement und Förderbedarfe an neue Rahmenbedingungen anpassen ... 28
3.2.3 Leitziel: Den Kulturbeirat kommunikativ und kooperativ neu ausrichten ... 31
3.3 Handlungsfeld 2: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung – Den Kulturbereich inklusiv und barrierefrei öffnen ... 32
3.3.1 Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle ... 32
3.3.2 Leitziel: Zugänge zur Kultur schaffen ... 35
3.4 Handlungsfeld 3: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus – Kultur zeitgemäß erzählen ... 37
3.4.1 Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen ... 38
3.4.2 Leitziel: An das Fontanejahr anknüpfen und Neues wagen ... 40
4 Erste Schritte – Prioritäten und Sofortmaßnahmen ... 43
Starter-Set „KulturStrategie 2030“ ... 45
Literatur- und Quellenverzeichnis ... 48
Impressum ... 50

Das Wichtigste auf einen Blick

Warum eine KulturStrategie?

Die Fontanestadt Neuruppin hat 2011 mit einer umfänglichen Kulturentwicklungskonzeption kulturpolitisch auf sich aufmerksam gemacht. Deren Ziele und Maßnahmen hat sie seitdem stringent umgesetzt. Nicht zuletzt deswegen hat sich die Fontanestadt als Kulturstadt im Land Brandenburg positionieren können.

Nach zehn Jahren war es nun an der Zeit, einen Blick zurück und vor allem nach vorne zu werfen: Was wurde seit 2011 umgesetzt? Wo gibt es Leerstellen und Handlungsbedarfe? Wie will man mit den komplexen Anforderungen der Gegenwart umgehen? Welche Rolle sollen Kunst und Kultur bei der Entwicklung der Fontanestadt zukünftig spielen?

Diese und weitere Fragen sollten in einem schlanken Analyse- und Strategieprozess beleuchtet werden. Der Kulturstrategie-Prozess hatte folglich zum Ziel, neben der Evaluation des Geleisteten, vor allem einen Blick nach vorne zu werfen, um zentrale Transformationsfelder zu identifizieren. Mittels verschiedener Analyse- und Partizipationsformate wurden Maßnahmenansätze entwickelt, wie vorhandene Programme, Institutionen und Akteur:innen gestärkt werden können, um die zahlreichen gesellschaftlichen Veränderungsprozesse meistern und bestenfalls mitgestalten zu können. Da der Prozess mitten in der Corona-Pandemie gestartet wurde, lagen und liegen die weitreichenden Herausforderungen und Potenziale – wie die Digitalisierung, das Thema ökologische Nachhaltigkeit, Anforderungen an eine umfängliche Teilhabeorientierung – besonders deutlich auf dem Tisch. Dies erwies sich letzten Endes als hilfreich, da alle Beteiligten sehr bewusst und direkt mit diesen Themen umgingen.

Aufbau und Methodik der Kulturstrategie in der Übersicht

Wie ist die KulturStrategie aufgebaut?

Nach einem kurzen Blick auf die wichtigsten Informationen zu diesem Abschlussbericht und dessen Entstehung findet sich eine Zusammenfassung wichtiger Informationen zur Fontanestadt Neuruppin als Stadt der Kultur (Kap. 1).

Danach erfolgt eine Zusammenfassung der vorgenommenen Analyse- und Partizipationsschritte (Kap. 2). Darauf aufbauend werden die Handlungsfelder und Maßnahmen der „KulturStrategie 2030“ (Kap. 3) vorgestellt und folgerichtige Prioritäten (Kap. 4) abgeleitet.

Wie wurde die KulturStrategie erarbeitet?

Der Kulturstrategie-Prozess 2021 folgt auf den intensiven Kulturentwicklungsverfahren aus dem Jahr 2011 und wurde als schlankes Reflexions-, Analyse und Partizipationsverfahren angelegt. Dabei stützt er sich auf einen methodischen Dreischritt:

1. **Auswertung bestehender Konzepte und Ansätze** u. a. durch Evaluation des Umsetzungsstandes bestehender relevanter Handlungskonzepte in Bezug auf Kunst und Kultur der Fontanestadt Neuruppin, insbesondere nach der Kulturentwicklungskonzeption 2011 und der NeuruppinStrategie 2030, mittels Befragung des Kulturbeirates (desk-research und leitfadengestützte Expert:inneninterviews).[1]
2. **Partizipations- und Innovationsansätze** durch die Einbindung der mit der Produktion, Ermöglichung und Vermittlung von Kunst und Kultur befassten Fachöffentlichkeit durch leitfadengestützte Expert:inneninterviews, Online-Werkstätten, Befragungen und eine Abschlusswerkstatt in Präsenz. Ein thematischer Fokus stellte hier insbesondere die Entwicklung innovativer Ansätze für eine agile Kulturorganisation der Fontanestadt Neuruppin dar. Dabei wurde insbesondere die Struktur der Kulturverwaltung auf die Bedürfnisse der Kunst- und Kulturszene, der kommunalen Kultureinrichtungen sowie der Kooperationspartner:innen der Wirtschaft (insbesondere kulturelle Teilhabe, Tourismus, Stadtmarketing) betrachtet.
3. **Diskussion von Ergebnissen** in Form einer Zwischenpräsentation in einer Sondersitzung des Kulturausschusses am 05. Oktober sowie am 03. November mit dem Kulturbeirat, um Diskurs zu stiften und etwaige Anregungen in den Abschlussbericht aufnehmen zu können.

Bei allen dargestellten Schritten wurden selbstredend auch und insbesondere die aktuellen Entwicklungen im Rahmen der Corona-Pandemie berücksichtigt, die den Bedarf nach kultureller Transformation vollumfänglich sichtbar gemacht haben und nach dringenden Reaktionen verlangen.[2]

1 Alle im Kulturstrategie-Prozess vorgelegten Analysen, Berichte und Protokolle können unter https://www.neuruppin.de/kulturstrategie2030 (letzter Zugriff: 15.09.2021) eingesehen und heruntergeladen werden. Im Anhang befindet sich zudem eine Übersicht aller Prozessdokumente.

2 S. hierzu exemplarisch https://kupoge.de/essays-zur-corona-krise/ und https://kupoge.de/blog/, letzte Zugriffe: 14.09.2021.

1 Fontanestadt Neuruppin – Stadt der Kultur

Die Stadt Neuruppin weist ein vielfältiges und breites Kulturangebot auf. In fast allen Sparten wird das Kulturangebot von privat-gemeinnützig tätigen Kulturakteur:innen (Non-Profit) und/oder der öffentlichen Hand (Public) getragen.

Die privatwirtschaftlich-kommerziellen Kulturangebote (Profit) sind anteilig geringfügiger vorhanden, prägen jedoch das kulturelle Angebot in einigen Sparten wie der Kultur- und Kreativwirtschaft entscheidend mit. Beispiele sind die Veranstaltungen des Hangars 312, der Kunstraum Neuruppin oder die Fontane-Buchhandlung.

Der Kulturbereich Neuruppins kennzeichnet sich besonders durch die Vielzahl privatgemeinnütziger Angebote. Durch das ehrenamtliche Engagement der städtischen Kulturakteur:innen und -vereine hat sich der Kulturbereich in Neuruppin in den letzten Jahren gewandelt. Besonders ausgeprägt ist das privatwirtschaftlich-gemeinnützige Kulturangebot in den Sparten Bildende Kunst, Musik sowie Geschichte und Tradition. Beispielhaft sollen hier der Tempelgarten Verein, die Galerie am Bollwerk, die Siechenhauskapelle mit den Aequinox-Musiktagen, der Vielseithof Bodoni in Buskow oder der Kornspeicher Neumühle genannt werden. Vereinzelt können sogar Vereinsgründungen positiv herausgehoben werden. Herausragende Beispiele sind der Neuruppiner Bilderbogen e. V., die Ferdinand Möhring Gesellschaft e. V. oder der Gildenhall Horizonte e.V. Auch der Zuzug durch Künster:innen wie Susanne Krell, Annett Glöckner oder Alex Grotjahn kann an dieser Stelle betont werden. Die Kirchengemeinden, im Besonderen die evangelische Gemeinde, sind mit Ausstellungen, Konzerten und Diskussionen zu Gesellschaftsthemen in der Kernstadt und den Ortsteilen wichtige Mitgestalter:innen der Kulturlandschaft.

Gleichwohl findet das Vereinsleben, verstärkt durch die Corona-Pandemie, zunehmend keine aktive Mitwirkung. Der Historische Verein der Grafschaft Ruppin e. V. wurde bereits aufgelöst, der Verein Stiftung Sankt-Georg-Kapelle e. V. befindet sich in Auflösung und weitere Vereine wie der Alt Ruppiner Korsofahrtverein e. V. oder die Galerie am Bollwerk e. V. ringen um aktive Mitwirkung.

Neben dem Kulturangebot in den – oben beschriebenen – drei Sektoren wird das heutige kulturelle Profil Neuruppins maßgeblich von der Kulturgeschichte geprägt. Dies betrifft einerseits das Stadtbild Neuruppins, dessen heutige Gestalt vor allem durch die Geschichte als preußische Garnisonsstadt mit ihren ehemals militärisch genutzten Objekten, dem Wiederaufbau nach dem Stadtbrand im Jahr 1787 und dem klassizistischen Baustil sowie den großflächigen Stadtplätzen bestimmt wird. Weitere architektonische Ensembles warten noch auf eine Profilierung: die Freilandsiedlung Gildenhall und das Gut Gentzrode. Die heutige Bedeutung Neuruppins als Kreisstadt des Landkreises Ostprignitz-Ruppin, Verwaltungs- und Justizstandort ist mitunter auf die preußische Geschichte zurückzuführen. Andererseits gibt es viele Kulturakteur:innen, welche sich dem Leben und Werk bekannter historischer Personen aus Neuruppin – Theodor Fontane, Karl Friedrich Schinkel, Eva Strittmatter, Gustav Kühn u. a. – widmen. Viele der städtischen Kultureinrichtungen und -vereine – bspw. das Museum Neuruppin, die Schinkel- und die Fontane-Gesellschaft sowie der Tempelgarten e. V. – sehen sich der Kulturgeschichte Neuruppins bis in die Gegenwart verpflichtet.

Die Kultur ist in Neuruppin ein wichtiger Teil des Bildungssektors (u. a. Jugendkunstschule, Kreismusikschule, Stadtbibliothek) und des Sozialbereichs (u. a. Haus der Begegnung, Bürgerhaus »Krümelkiste«, Jugendfreizeitzentrum - Alte Brauerei). Populäre Veranstaltungsformate werden im Besonderen durch die zwei kommunalen Veranstaltungshäuser Kulturhaus und Kulturkirche sowie durch den privat betriebenen Hangar 312 angeboten. Die strukturelle Zusammenführung der zwei Veranstaltungshäuser Kulturhaus und Kulturkirche im Jahr 2011 führte zu einem Auftrieb der Qualität und einer Professionalisierung beider Kultureinrichtungen. Die Breitenkultur wird wesentlich im Rahmen der überregional bekannten Stadtfeste Mai- und Hafenfest, Weinfest und dem Martinimarkt sowie durch innenstädtische Veranstaltungen durch das Stadtmarketing der kommunalen Gesellschaft InKom geprägt. Mit der Musikveranstaltung „Neuruppiner Bands für Neuruppiner Bürger“ gewinnt die Livemusikkultur seit 2020 eine stärkere Sichtbarkeit. Das jugendkulturelle Angebot wird professionell durch die kommunale Jugendkunstschule hauptsächlich in Kursen vermittelt. Seit 2017 ist sie zertifiziert als staatlich anerkannte Kunstschule im Land Brandenburg. Sie erfüllt damit Qualitätskriterien und erhält eine Landesförderung. Das vereinsbetriebene JFZ ist, mit großem Engagement, kultureller Anker für die „freie“ Jugendkulturarbeit für Stadt und Region.

Eine beachtliche Entwicklung hat die Fontanestadt mit Festivals erfahren. Die Fontane-Festspiele wurden seit der Etablierung 2010 zunehmend professionalisiert und programmatisch weiterentwickelt. Sie firmieren seit 2021 unter dem Titel fontane.kosmos und haben u. a. 2015 das Kinder- und Jugendliteraturfestival QUERFELD-X und 2019 das Poesiefestival „Pop & Petersilie“ ins Leben gerufen. Zudem wurde auf privater Initiative das Aequinox-Musikfestival zur Tag- und Nachtgleiche bereits 11-mal erfolgreich durchgeführt. Hierzu gesellen sich immer öfter einzelne Festivitäten, z. B. das Sommertheater im Tempelgarten oder Gastspielauftritte benachbarter Ensembles. Der regionale Kulturbegriff wird durch dieses reiche Angebot an Hoch- und Eventkultur – insbesondere durch die vielen Festivitäten – geprägt.

Mit der Sanierung des Alten Gymnasiums 2012 wurden den dort beheimateten Einrichtungen Kreismusikschule, Stadtbibliothek, Theodor Fontane Gesellschaft e. V., Jugendkunstschule und einem Teilbereich der Medizinischen Hochschule Brandenburg Theodor Fontane eine zeitgemäße Bildungs- und Kultureinrichtung übergeben. Dadurch und durch ihre Lage am zentralen Schulplatz werden mehr Gäste angesprochen und die Besucherfrequenz der Innenstadt wird stimuliert.

Die Sanierung und Erweiterung des städtischen Museums 2015 hatte auch die inhaltliche Inklusion des Tempelgartens zum Ziel, die strukturell-technische Anpassung an museale Bedarfe sowie eine Neugestaltung der Dauerausstellung. Das Potenzial konnte das Museum eindrucksvoll im Fontanejahr 2019 zeigen.

Die Bedeutung von Kunst und Kultur zeigt sich nicht nur plakativ im Beinamen „Fontanestadt“. Das Selbstverständnis der Kunst- und Kulturakteur:innen ist aufgrund der bisherigen erfreulichen Aktivitäten aus privater, teilprivater oder öffentlicher Kulturarbeit gewachsen. Mit der Gründung des Kulturbeirates im Jahr 2014 findet die freie Kunst- und Kulturszene auch strukturell Gehör. Aber auch finanziell leistet der Kulturbereich Mehrwert, hauptsächlich im Dienstleistungssektor und ganz besonders im Hotel- und Gastgewerbe. Zudem erfährt Neuruppin Werbewirksamkeit für das touristische Dienstleistungsgewerbe sowie nach innen zum kulturellen Selbstverständnis ihrer Einwohner:innen. Kulturtourismus und Öffentlichkeit sind somit kaum von Kunst und Kultur zu trennen – gleiches gilt für Teilhabe bzw. Bildung. Besonders deutlich wurde dies im Fontanejahr 2019.

Seit der erstmaligen Erstellung einer Kulturentwicklungskonzeption im Jahr 2011 ist somit viel Positives bewirkt worden. Höhepunkt dieser Entwicklung war das Fontanejahr 2019, dass überregional Beachtung fand. Nunmehr gilt es den aktuellen Herausforderungen Rechnung zu tragen: Diversität, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Schnittmengen zum Tourismus, zur Bildung oder zum Sozialbereich, die finanziellen Folgen der Corona-Pandemie und einer zunehmenden Überalterung der künstlerisch-kulturellen Akteur:innen.

Mit der vorliegenden „KulturStrategie 2030“ werden Maßnahmen abgeleitet, um künftig die Neuruppiner Kulturarbeit weiterhin erfolgreich gestalten zu können.

2 Der Ausgangspunkt: Blick zurück und nach vorne

2.1 Analysegegenstände und Auswertungsverfahren im Detail

Auswertungsgespräches zur Kulturentwicklungskonzeption 2011

Auf Grundlage eines ausführlichen Auswertungsgespräches im Februar 2021 mit dem Kulturreferenten der Fontanestadt Neuruppin, Mario Zetzsche, wurde der Umsetzungsstand der Kulturentwicklungskonzeption aus dem Jahr 2011[3] untersucht. Hierbei standen folgende Fragen im Mittelpunkt:

- Welche Maßnahmen wurden umgesetzt, weiterentwickelt?
- Was wurde nicht umgesetzt bzw. geriet ins Stocken? Und warum?
- Was soll fortgesetzt werden?
- Was soll in modifizierter Form umgesetzt werden?
- Welche Maßnahmen-Ansätze fehlen?

Ziel der Untersuchung war es, Erkenntnisse für den aktuellen Kulturstrategie-Prozess zu gewinnen, indem erste Handlungsfelder – quasi die »Altlasten« der vergangenen Jahre – herausgearbeitet wurden, um darauf aufbauend und unter Hinzuziehung aktueller Themen in Gesellschaft und Kultur die Expert:inneninterviews zu konzipieren. Ergänzend wurden bisherige und aktuelle Konzepte und Leitfäden betrachtet.[4]

Das Analyseergebnis war eine erste Version einer Stärken- und Herausforderungen- Tabelle. Auf dieser Grundlage wurde die Tabelle im vorliegenden Dokument entwickelt.[5]

3 Download unter https://www.neuruppin.de/kulturstrategie2030, letzter Zugriff: 15.06.2021.
4 S. Auflistung im Anhang.
5 Fontanestadt Neuruppin (2021a): Auswertung der Kulturentwicklungskonzeption 2011, letzter Zugriff: 15.09.2021.

Leitfadengestützte Expert:inneninterviews

Die Auswahl der Neuruppiner Akteur:innen für die Expert:inneninterviews erfolgte auf Grundlage eines Kriterienkatalogs, seitens des Netzwerkes Kulturberatung durch die Fontanestadt Neuruppin. Es wurden Personen ausgewählt, bei denen ein umfangreiches, fachspezifisches Praxis- und/oder Theoriewissen zu erwarten war (beispielsweise sparten- oder sektorenspezifisch). Der Funktionskontext der Expert:innen war daher von primärer Bedeutung.

I. Kunst und Kultur in der Fontanestadt Neuruppin: Allgemeine Bewertung
II. Kulturpolitik und -verwaltung / Kulturförderung
III. Kooperationen
IV. Kulturelle Teilhabe und gesellschaftlicher Wandel
V. Sichtbarkeit und Kulturtourismus
VI. Abschlussfragen

Bei den 11 durchgeführten Interviews mit 18 Expert:innen handelt sich um eine qualitative Erhebungsmethode aus dem Bereich der empirischen Sozialforschung. Die Befragung erfolgte leitfadengestützt, also teilstandardisiert mittels eines vorab entwickelten thematisch strukturierten Fragenkatalogs. Ziel der Befragung war es, bereichsspezifische Aussagen zu zentralen Fragen der Kulturstrategieentwicklung zu ermitteln und das gewonnene Wissen in die weiteren Prozessschritte einfließen zu lassen.

Für die Auswertung der Befragung wurde jedes Interview zunächst auf seine Kernaussagen hin untersucht. Strukturgebend war hierfür der Frageleitfaden, einzelne Aussagen wurden dann jedoch auch frage- und bereichsübergreifend nachvollzogen. Die so ermittelten Inhalte wurden anschließend zu Zwecken des Vergleichs und der Konzeption einzelnen Fragen beziehungsweise Fragebereichen zugeordnet.

Das Augenmerk in den Interviews lag selbstverständlich auf den Entwicklungs- bzw. Veränderungsbedarfen, sodass in der Auswertungstabelle deutlich mehr Herausforderungen genannt werden als Stärken. Dieses Bild kann eine Verzerrung der Realität darstellen.[6]

6 Das Analyseergebnis der Expert:inneninterviews wird ausführlich in einem eigenen Dokument dargelegt. Dieses steht als Download zur Verfügung: Fontanestadt Neuruppin (2021b): Auswertung leitfadengestützter Expert:inneninterviews, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/KulturStrategie_2030_Auswertung_Experteninterviews_Mai_2021.pdf, letzter Zugriff: 14.09.2021.

Die folgenden Entwicklungs- bzw. Handlungsfelder sind ein Auszug aus diesem Ergebnisdokument und stellen die Zusammenfassung der Ergebnisse dar:

Eine agile Kulturverwaltung und Kulturpolitik	Sehen und gesehen werden	Zukunftswerkstatt – Insbesondere kulturelle Teilhabe	Transformationsbedürfnisse – Querschnittsthemen
Angemessene Positionierung und Ausstattung der Kultur in der Verwaltung	Wir-Kultur stärken: Wer ist eigentlich da?	Zwischen Freiheit und Dialog: Angebote für junge Menschen	Digitalisierung / Konnektivität
Sichere, konzeptbasierte, effektive und serviceorientierte Kulturförderpolitik	Storytelling: Fontane und seine Freunde	Informeller Austausch der Kulturakteur:innen; Öffnung des Beirats	Sicherheit / Orientierung
Neustrukturierung des Kulturbereichs in der Verwaltung als »Ermöglicherin«	Integrierte Marke sowie strategisches, konzeptbasiertes Marketing entwickeln.	Gesellschaftlichen (Kultur-) Wandel mitgestalten.	Mobilität
	Innovative und Kombinationsformate weiterführen und entwickeln.	Zielgruppenadäquate Kommunikation	Nachhaltigkeit / Neo-Ökologie / Gesundheit
		Kultur in Kita und Schulen	New Work
		Kulturelle Teilhabe insgesamt stärken	Individualisierung / Gender Shift / Diversität

Tab. 1: Vorläufige Entwicklungs- bzw. Handlungsfelder als Ergebnis der leitfadengestützten Expert:inneninterviews.

Online-Werkstätten

Als Grundlage für die anschließenden Partizipationsangebote in Form von vier Online-Werkstätten dienten die auf Grundlage der beschriebenen Analysen formulierten Entwicklungs- und Handlungsfelder, also die zusammengeführten Ergebnisse der Auswertung zur Kulturentwicklungskonzeption 2011 sowie der Expert:innenin-terviews. Die Werkstätten fanden zu diesen Entwicklungsfeldern statt, um die Erkenntnisse zu ergänzen, zu diskutieren und zu priorisieren:[7]

- »Kulturelle Teilhabe und Diversität – Junges Neuruppin« (Werkstatt, 01.06.2021)
- »Sehen und gesehen werden – Storytelling Neuruppin!« (Werkstatt, 03.06.2021)
- »Eine agile Kulturverwaltung und Kulturpolitik für Neuruppin auf den Weg bringen!« (Werkstatt, 07.07.2021)
- »Offene Zukunftswerkstatt« (Werkstatt, 14.06.2021)

7 Die Ergebnisse mit einer Auswertung durch die beauftragten Berater:innen wird in ausführlichen Einzeldokumenten je Werkstatt dargelegt. Diese stehen als Download zur Verfügung. Fontanestadt Neuruppin (2021c): Protokoll der 1. Online-Werkstatt, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_1_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
Fontanestadt Neuruppin (2021d): Protokoll der 2. Online-Werkstatt, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_2_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
Fontanestadt Neuruppin (2021e): Protokoll der 3. Online-Werkstatt, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_2_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
Fontanestadt Neuruppin (2021f): Protokoll der 4. Online-Werkstatt, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_4_Kulturstrategie_Neuruppin_final.pdf, letzter Zugriff: 10.9.2021.

Die folgenden Entwicklungs- bzw. Handlungsfelder stellen die Zusammenfassung dar:

Agile Kulturverwaltung und Kulturpolitik
Neustrukturierung der Kulturverwaltung als »Ermöglicherin« (verschiedene Szenarien denkbar) hat die oberste Priorität; ggf. Kultur mit Stadtentwicklung zusammendenken
Entscheidung, wo der (Kultur-)Tourismus angesiedelt wird. In jedem Fall bessere Abstimmung der Prozesse und bessere Koordination/Bündelung von Teilzuständigkeiten innerhalb der Stadtverwaltung und bei externen Dienstleistern.
Modernisierung und Öffnung des Kulturbeirates
Teilhabe und Diversität
Museum Neuruppin als Dritten Ort etablieren, auch als Lernort und Antriebsmotor für die anderen Kultureinrichtungen/-projekte
Neustart von Kooperationen zwischen Kultureinrichtungen/-projekten mit Schulen und Bildungseinrichtungen.
Offensive Jugend-Kultur-Arbeit: Räume, freie Budgets, Streetworker:innen/Sozialarbeiter:innen u. a.
Gender Shift / Diversität / Transkultur –> Nachhaltigkeit auf die Agenda setzen, Beratung einholen und Modellprojekte anstoßen
Sichtbarkeit, Kulturkommunikation und (Kultur-)Tourismus
Integrierte (Kultur-)Marke sowie strategisches, konzeptbasiertes Marketing entwickeln.
Ermöglichung und Förderung von Social Media Kommunikation & Kulturbotschafter:innen aus und für die entsprechenden Zielgruppen, insb. U35.
Integrierte (Kultur-)Marke sowie strategisches, konzeptbasiertes Marketing entwickeln.
Digitalisierung und ökologische Nachhaltigkeit
Digitalisierung / Konnektivität –> Fortbildung, Begleitung und Austausch anbieten.
Das Thema nachhaltige Ökologie bei allen Aktivitäten mitdenken.

Tab. 2: Die wesentlichen Themen und Maßnahme-Ansätze der vier Online-Werkstätten.

Im Rahmen einer Abschlusswerkstatt in Präsenz am 25. August 2021 im Neuruppiner Tempelgarten wurden die Ergebnisse aus den vier Online-Werkstätten nochmal diskutiert und ergänzt.[8]

8 Das Protokoll des Werkstätten steht als Download zur Verfügung: Fontanestadt Neuruppin (2021g): Protokoll der Abschlusswerkstatt «Kulturwerkstatt», letzter Zugriff: 14.09.2021.

2.2 Zusammenfassung: Stärken und Herausforderungen

Im Folgenden werden alle Analyseergebnisse in einer Tabelle mit den Stärken von und Herausforderungen für den Neuruppiner Kulturbereichs zusammengefasst. Aufgrund der gängigen Fokussierung auf Herausforderungen in solchen Strategieprozessen fällt diese Spalte etwas umfänglicher aus. Dies ist folglich keine quantitative Bewertung.

2.2.1 Analysefeld: Kulturverwaltung

Kulturverwaltung		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Organisationsstruktur	Zum 01.01.2021 wurde Mario Zetzsche als Kulturreferent dem Dezernenten für Ordnung, Bildung und Soziales zugeordnet. Das Sachgebiet Kultur und Sport blieb bisher mit neuer Sachgebietsleiterin im Amt für Bildung, Kultur und Soziales bestehen.	Der Sachgebietsstatus ist zu gering für die Relevanz des Themas in der Stadt.
		Der Dienstweg in der Kulturverwaltung ist zu lang und teilweise überlastet. Die »untere« Ebene hat zu wenig Befugnisse, Zuständigkeiten sind unklar definiert.
		Verständlichkeit und Transparenz: Eine Transparenz über Aufgaben, Funktionen und Angebote seitens der Kulturverwaltung ist nicht ausreichend gegeben.
		Diversitätskriterien sind weder eingeführt noch werden sie berücksichtigt.
		Neustrukturierung der Kulturverwaltung als »Ermöglicherin« (verschiedene Szenarien denkbar) hat die oberste Priorität.
	Die Abgrenzung der Aufgabenbereiche des Sachgebiets für Kultur und Sport zu anderen städtischen Querschnittsbereichen konnte teilweise durch die Integration der Stadtfeste in die Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing umgesetzt werden.	Die Schnittstellenbereiche sind gar nicht oder nicht ausreichend miteinander verzahnt, dies gilt insbesondere für Kultur und Tourismus, Stadtmarketing sowie ggf. Wirtschaft. Außerdem für Kultur, Bildung und Soziales sowie Stadt-/Regionalentwicklung.
		Kulturtouristische Angebote: Märkte und Feste sind wesentlicher Bestandteil des städtischen Kulturangebots. Die derzeitige Trennung der Verantwortungen auf verschiedene kommunal getragene oder geförderte Dienstleister ist für eine abgestimmte Planung, Programmgestaltung und Kommunikation problematisch.
		Kultur mit Stadtentwicklung zusammendenken und – wo möglich – sogar kooperative Strukturen schaffen.

Kulturverwaltung		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Inhaltliche und programmatische Konzepte		Die Zusammenarbeit der städtischen Einrichtungen mit dem Amt für Bildung, Kultur und Soziales findet nur punktuell statt und ist insgesamt nicht ausreichend regelmäßig und intensiv.
		Schnittstellenmanagement: Teamarbeit und Vernetzung mit und der Akteur:innen untereinander fördern, Querschnittsfelder immer mitdenken.
		Die niederschwelligen Angebote werden meist von der InKom, dem Hangar 312 oder dem Stadtgarten konzipiert und sind bisher nicht mit den hochkulturellen Angeboten verknüpft bzw. zahlen nicht auf die Stadtmarke ein.
Kommunikation	Alle städtischen Einrichtungen haben, als ein Ergebnis der KEP 2011, eigenständige Webseiten.	Die Öffentlichkeitsarbeit (insb. Social Media, Website) der gesamten Verwaltung ist nicht zeitgemäß und nicht umfassend genug. Es fehlen Personal und Wissen für die Umsetzung.
	Neuruppin hat aufgrund der Korruptionsaffäre im Jahr 2007 außergewöhnliche anspruchsvolle Vergaberichtlinien und eine sehr strenge Auslegung der DSGVO-/Datenschutzregelungen.	Die Regularien schränken die Arbeit in vielen Bereichen stark ein, z.B. in der Abarbeitung von Fördermitteln und verhindern nicht nur die Social Media Kommunikation, sondern damit in Folge auch die Vermittlungsarbeit.
		Es bedarf an Fortbildung, Begleitung und Austausch zum Thema Digitalisierung / Konnektivität.
Kulturorte/-immobilien	Bürgermeister Ruhle für Sanierung des Guts Gentzrode und möchte »die Entwicklung des näheren Umlands wohlwollend begleiten«[9]	Eine Strategie für die Nutzbarmachung, Aufwertung bzw. den Erhalt von Kulturimmobilien wie u. a. Galerie am Bollwerk, Sanierung Stadtgarten, Gut Gentzrode, Freilandsiedlung Gildenhall, St.-Georg-Kapelle, Fontanehaus mit Löwen-Apotheke, Kunst am Bau etc. ist noch nicht auf den Weg gebracht.
	Der „Hangar 312“ erweitert das Kulturangebot in Neuruppin.	Es gibt immer wieder Schwierigkeiten mit behördlichen Stellen Veranstaltungen umzusetzen.
		Die Kultureinrichtungen und -anbieter haben häufig keine klar erkennbare Zielgruppenorientierung bzw. sind zu breit aufgestellt. Es besteht der Bedarf für eine stärkere Abstimmung zwischen den Kulturorten hinsichtlich ihrer Ausrichtung.

Tab. 3: Stärken und Herausforderungen: Analysefeld Kulturverwaltung.

9 Siehe https://nico-ruhle.de/themen/kulturstadt-neuruppin/, letzter Zugriff: 14.09.2021

2.2.2 Analysefeld: Kulturförderung, -bedarfe und Fördermittelmanagement

Kulturförderung, -bedarfe und Fördermittelmanagement		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Verfahren & Management	transparente und Kriterien geleitete Kulturförderung mit einem Gesamtbudget von 30.000 € pro Jahr	Derzeit werden Mittel teils nicht abgerufen, weil die Anträge zu kompliziert oder zu aufwändig sind. Dies gilt insbesondere für die Projektförderung.
		Die Antragsregularien sind starr, sodass Projekte teils nicht zustande kommen, da z. B. der Eigenanteil nicht geleistet werden oder Sponsoring nicht in Anspruch genommen werden darf.
		Der Planungshorizont für Förderprojekte ist aufgrund einer sehr kurzfristigen bzw. späten Zusage von Förderung für die meisten Projekte zu kurz. Es bedarf einer langfristigeren Planung und mehr Sicherheit.
		Entscheidungen über Förderzuschläge werden derzeit von einzelnen Personen getroffen, was dazu führt, dass Entscheidungen über neue/riskante/große Projekte meist negativ ausfallen, um ein eventuelles Risiko nicht alleine tragen zu müssen.
	Fördermittelmanagement ist im Bereich Stadtentwicklung etabliert (Städtebau, Kommunale Infrastruktur...) und kann sein Erfahrungswissen weitergeben, die Projektumsetzung für „freiwillige Aufgaben“ erfolgt nicht	Überblick über Förderprogramme fehlt, ebenso wie die fachkundige Begleitung und Ermöglichung von Förderung für Kulturakteur:innen sowie die aktive Akquise von Förderung für neue Themenfelder wie u. a. Digitalisierung und Nachhaltigkeit/Ökologie, hier geht es auch um die organisatorische Projektabwicklung und -umsetzung, Somit soll Dienstleistung für kommunale Kulturprojekte und Dienstleistung für Dritte möglich und ein aktiver Beitrag zur finanziellen Ausgestaltung der „freiwilligen“ Aufgaben geleistet werden.
Budgets	klare Positionierung als Fontanestadt = Kulturstadt	Es besteht eine große Sorge, dass die Sicherung der Kulturförderung hinsichtlich »sinkender Haushalte« aufgrund der Corona-Pandemie nicht gegeben bzw. mit Kürzungen zu rechnen ist, die insbesondere nach der Krise nicht verkraftbar wären.
		Worauf setzt die Stadt? Weiterhin (nur) Fontane? Es fehlt eine klare strategische Schwerpunktsetzung, an der sich alle orientieren können. Es gibt eine gewisse Fontane-Müdigkeit und den Wunsch, weitere Themen in den Blick zu nehmen: Schinkel, Garnisonstadt, Alter Fritz, zeitgenössische Ansätze u. a.
		Aktive und zeitgemäße Auseinandersetzung mit Gegenwart und Zukunft fehlt.
Förderbedarfe		Die Sanierung des Stadtgartens steht noch aus.

Kulturförderung, -bedarfe und Fördermittelmanagement		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
	Sehr gute allgemeine institutionelle Förderung. Zur Profil- und Strukturentwicklung im Bereich der kulturellen Infrastruktur werden · die Fontane-Festspiele nun durch Dritte durchgeführt, · wurde das Alte Gymnasium saniert, · Stadtgarten/Pfarrkirche zusammengeführt und · das Museum saniert und erweitert.	Die Ansprüche an das Museum sind höher, als mit dem Budget geleistet werden kann. Insbesondere die strategische Arbeitet kommt zu kurz. Das Thema wird insbesondere virulent, wenn das Museum eine andere Rolle einnehmen soll.
		Neue und andere passgenaue Angebote für die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen sowie jungen Menschen und Studierenden sind dringend erforderlich. Dies betrifft die Zusammenarbeit von Schulen und Museen, offene Begegnungsorte, digitale Vermittlungs-/Beteiligungsangebote und Projektbudgets zur selbstständigen Nutzung. · Zusammenarbeit mit Schulen · Digitale Angebote · Freie Angebote für Jugendliche und junge Leute · Foren für gesamtgesellschaftliche Themen · Dritte Orte und Anleitung partizipativer Prozesse · Zusammenarbeit mit der Medizinischen Hochschule.
		Im Zuge der aktuellen Planungsprozesse bedarf es verschiedenster neuer Konzepte und dementsprechend einer Konzeptförderung.
Kinder und Jugendliche	Evangelische Schule und andere freie Schulen nehmen das Angebot wahr. Die Bibliothek kooperiert mit einigen Grundschulen dank persönlicher Kontakte. Kinder- und Jugendliteraturfestival QUERFELD-X seit 2015 alle zwei Jahre mit Schwerpunkt Literatur und Illustration. Eine intensive Zusammenarbeit ist zwischen den Veranstaltern (Fontane-Festspiele gUG), Schulen und diversen Kultureinrichtungen entstanden.	Die großen Schulen der Stadt haben geringes Interesse an Kulturangeboten der städtischen Kultureinrichtungen. »Die staatlichen Schulen fahren lieber nach Wustrau, als in das eigene Museum zu gehen.« Die Fontaneschule hat explizit ihr Desinteresse formuliert.
junge Familien		Zu wenig (bekannte) Angebote für junge Familien. Die Angebote werden oft nur über die Kitas kommuniziert – eine digitale Übersicht der Angebote wäre hilfreich.

Kulturförderung, -bedarfe und Fördermittelmanagement		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
junge Erwachsene, Berufstätige, Studierende	Angebote sind teils vorhanden, aber entsprechen nicht den Bedürfnissen der Zielgruppe. Die JKS hat für die Zielgruppe bis 20 Jahre ein gutes Angebot.	Angebote entsprechen nicht den Bedürfnissen der Zielgruppe. Das Angebot der JKS hat keine Angebote für junge Erwachsene von 20 bis 35 Jahre. Es fehlen: · Orte für informellen Austausch: Jugendclubs, Bars, Cafés, Spielecafés etc. · Disco/Tanzangebote
		Studierenden fehlen ebenfalls informelle, subkulturelle Angebote und Orte zur Selbstorganisation. Räumlichkeiten und Orte zum selbstorganisierten Verweilen fehlen.
Menschen mit Migrationshintergrund	Der Verein ESTAruppin e.V. organisiert Angebote für Menschen mit internationaler Einwanderungsgeschichte (Kochabende, Kennenlernen...) und leistet damit wertvolle Arbeit.	Von Kulturseite fällt diese Zielgruppe durchs Raster. Insgesamt ist das Thema Diversität noch nicht richtig in Neuruppin angekommen.
	2016 – 2018 wurde das Projekt »DURCH_EINANDER. Stadtdialog Neuruppin« durchgeführt und richtete sich an Neuruppiner mit und ohne internationaler Einwanderungsgeschichte.	Es gab weder Interesse noch Feedback.

Tab. 4: Stärken und Herausforderungen: Analysefeld Kulturförderung, -bedarfe und Fördermittelmanagement

2.2.3 Analysefeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung (inkl. Kulturbeirat & Diversität)

Analysefeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung (inkl. Kulturbeirat & Diversität)		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Kulturbeirat	Im Bereich der Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturfinanzierung konnte 2014 ein Kulturbeirat etabliert werden, der regelmäßig tagt.	Derzeit fehlt es dem Kulturbeirat an einem klarem Selbstverständnis, einer eigenen Zukunftsvision sowie Strategie für die erfolgreiche weitere Arbeit.
		Die wertvolle Expertise des Beirats wird durch die Arbeitsweise und auch die Art und Weise der Ergebnisdokumentation und -präsentation in den Ausschüssen geschwächt.
		Der Beirat wird zu spät in Entscheidungsprozesse involviert.
	Insbesondere für die Kulturarbeit der Verwaltung ist die Arbeit des Kulturbeirats sehr wertvoll und hilfreich. Die Empfehlung der Mitglieder wird als Expertenmeinung geschätzt und in Entscheidungen einbezogen. Oftmals wurde den Empfehlungen des Beirats gefolgt.	Die Transparenz ist derzeit unzureichend und externe Akteur:innen haben kein Interesse an einer Teilnahme.
		Da bisher nur analog gearbeitet wurde, kam die Arbeit während des ersten Jahres der Pandemie fast vollständig zum Erliegen.
		In Ausschüssen ist die (sichtbare und hörbare) Präsenz zu gering. Die Möglichkeit der aktiven Teilhabe wird hier nicht auskömmlich genutzt. Der Kulturbeirat möchte sich offensiver einbringen.
Transkulturalität[10] & Diversität	Für das Thema Diversität scheint es ein zunehmendes Bewusstsein zu geben, auf dem sich aufbauen lässt. Insgesamt gibt es ein starkes Bekenntnis dazu, dass sich dringend etwas ändern und Teilhabe in den Mittelpunkt kulturpolitischer Bestrebungen in Neuruppin rücken muss.	Bisher liegen kleine konkreten Zielen und Maßnahmen im Feld der Diversität und Teilhabe vor.
		Es fehlt an qualifiziertem Mitarbeiter:innen zu dieser Thematik bzw. an Beratung und Modellprojekten. Es fehlt generell an Mitarbeiter:innen mit diversem Hintergrund.
		Diversität und Teilhabe sind per se Querschnittsfelder und auf kooperative Arrangements (Kultur und Teilhabe) angewiesen. D. h., es braucht mehr kollaborative und ermöglichende Arbeitsorganisation, um den Anforderungen an netzwerkorientiertes Handeln zum Erreichen eines teilhabeorientierten Kulturbetriebes gerecht werden zu können – analog sowie digital.
Kulturelle Bildung und Teilhabe	Das kulturelle Bildungsangebot wurde wesentlich verbessert.	Nur in wenigen Kitas und Schulen findet aktive kulturelle Vorbildung statt, Kooperationen mit Bildungseinrichtungen sind die Ausnahme.

10 Transkulturalität: Welche Rolle spielen Herkunft, Sprache, Selbstbeschreibungen, kulturelle Besonderheiten und Möglichkeiten der Teilhabe in der Konzeption, Planung und Kommunikation von Projekten? S. hierzu https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/transkultur-eine-kurze-einfuehrung/broschuere-transkultur_deutsch_cc-lizenz.pdf, letzter Zugriff: 4.9.2021.

Analysefeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung (inkl. Kulturbeirat & Diversität)		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
	Durch drei innovative Vermittlungsangebote konnten Fontanes Werke zeitgemäß in das Kulturangebot aufgenommen werden.	Kooperationen zwischen Bildungs- und Kultureinrichtungen sind die Ausnahme, im Prinzip findet keine Zusammenarbeit z. B. zwischen Schulen und Museen statt.
Dialog & lokale Vernetzung	Im Amt für Stadtentwicklung wurde eine Koordinierungsstelle für die Ortsteile etabliert. Der Kulturstammtisch wurde durch die Gründung des Kulturbeirats sowie die Etablierung einer Beratungsstelle vor Ort abgelöst bzw. professionalisiert.	Die Kulturangebote in den Ortsteilen sind nicht sichtbar und zudem noch ausbaufähig.
		Es braucht ein neues Konzept/andere Struktur für die Erntedankfeste im Konkreten, für das kulturelle Dorfleben aber im Speziellen – hier würde eine geänderte Förderung z. B. als Teil der Kulturförderung einen Beitrag leisten.
		Die Kulturverwaltung fördert Vernetzung bisher nur wenig.
	Durch die Einführung von Preisen wie den »Fontane-Kulturpreis« sowie den »Tag des Ehrenamtes« wurde das bürgerschaftliche Engagement mehr in das städtische Bewusstsein gerückt.	Es besteht ein sehr großer Bedarf an einer offensiven Jugend-Kultur-Arbeit: Räume, freie Budgets, Streetworker:innen/Sozialarbeiter:innen u. a. fehlen an vielen Stellen derzeit.
	Die Stadt ist reich an Vereinen und konnte bisher auf ein reges bürgerschaftliches Engagement zählen.	starke Überalterung der Vereine und kein Nachwuchs
Anbindung & Zugänge	Der »Plus Bus« verbindet neuerdings einige Ortsteile.	Der »Plus Bus« bindet nun zwar weitere Orte und den Tierpark an, der ÖPNV ist aber überwiegend am Schüler:innenverkehr ausgerichtet.
		Digitale Zugänge als Alternative zur Teilhabe vor Ort sind ungenügend vorhanden.
		unpassende Öffnungszeiten des Museums

Tab. 5: Stärken und Herausforderungen: Analysefeld Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung.

2.2.4 Analysefeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus

Analysefeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Kulturmarketing	Im Fontanejahr wurden eine sehr gute Zusammenarbeit zwischen Kulturakteur:innen und Tourismusakteur:innen initiiert und erprobt sowie die Identifikation der Bürger:innen mit der Stadt und ihrem Kulturangebot gestärkt.	Es gibt keine anerkannte einheitliche Stadtmarke. Zwar wurde eine solche Marke in einem Markenbildungsprozess entwickelt, die Marke selbst wird aber derzeit nur von einer Einrichtung genutzt. Es gilt, einen partizipativen und professionellen Prozess durchzuführen und aus den Fehlern zu lernen. Diese punktuellen Erfolge aus dem Fontanejahr gilt es nun zu verstetigen.
	Der Bedarf an neuen Kulturmarketing-Konzepten ist erkannt. Die zeitgleiche Ausschreibung und Erarbeitung eines Kultur- sowie eines Tourismuskonzeptes wird synchronisiert, indem beide Konzepte per Auflage aufeinander Bezug nehmen müssen.	Kulturmarketing-Konzept für Bürger:innen sowie Tourist:innen erarbeiten. Die Konzeption für Tourismus, Kulturtourismus und somit auch Kultur aufeinander engsten verzahnt und abgestimmt erarbeiten. Keine Alleingänge mehr.
	Das Thema Fontanejahr wurde erfolgreich neu erzählt.	Die Fontanejahr-Erzählung soll vertieft und zeitgemäß weiterentwickelt werden, weitere Themen sollen geprüft werden: Schinkel, preußische Geschichte, Bilderbogen, Kulinarik, Land und Leute/Menschenschlag, Garnisonsstadt u. v. m.
	Es wurden erfolgreich Kooperationen z. B. mit der Deutschen Bahn, mit Reiseblogger:innen, mit anderen überregionalen Museen wie dem Brandenburg-Preußen-Museum und mit der TMB und Kulturland Brandenburg initiiert und etabliert.	Es gilt, diese Kooperationen wieder aufzunehmen bzw. zu vertiefen.
		Kombinationen bewerben, z.B. Kulinarik + Aktiv + Kultur
		Zur weiteren »Inwertsetzung« des Museumsshops als Besucherbindungs-, Vermittlungs-, Kommunikations- und Einnahmeninstrument des Museums sollte eine Kooperation mit dem Geschäft »Herr Fontane« (lokaler Produzent von Merchandising) umgesetzt werden.
	Die Messebesuche u.a. auf der ITB Berlin in der Culture Lounge waren erfolgreich und zielführend.	(Kultur-)Tourismusmarketing an die neuen Gegebenheiten anpassen: »Social-Media-Kommunikation anstelle von Messebesuchen.« Hier bedarf es der Unterstützung durch die Verwaltung.
Organisationsstrukturen		Es bestehen intransparente Teilzuständigkeitsverhältnisse im Bereich für Kommunikation, Marketing, Tourismus, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen.

Analysefeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Kulturtouristische Angebote & Maßnahmen	Als besonders herausragende Formate aus dem Fontanejahr wurden folgende Angebote genannt: · PC-Spiele (Word & Play) im Museum, kamen so gut an, dass Jugendliche sich begeistert »ins Museum stürzten« · »Hereinspaziert! Neuruppiner öffnen ihre Gärten und Höfe«. Die Öffnung der Innenhöfe mit kulturellem Programm und kulinarischen Angeboten, wurde sehr gut angenommen. · »Kultur-Triathlon für Genießer«. Diese Kombinationsangebote zogen auch Besucherinnen und Besucher in die Museen und Kulturorte, die sonst anderen Aktivangeboten nachgegangen wären. · „FONTANE.RAD“ Wegeleitsystem · „Escape Game“ im Kulturhaus	Erfolgreiche Angebote aus dem Fontanejahr weiterführen und neue Angebote unter Berücksichtigung der im Rahmen der KulturStrategie 2030 eruierten Bedarfe entwickeln.
	»Fontane-Festspiele«	Regelmäßige Fortsetzung der »Fontane-Festspiele« und weiterer Ausbau zu einem ganzjährigen Kulturangebot. Hinsichtlich der Koordination der einzelnen Programmsparten durch einen künstlerischen Gesamtleiter muss die inhaltliche und organisatorische Weiterführung der Fontane-Festspiele bedacht werden.
	»Ruppiner festspiel Land« - Brandenburgs Kultparadies vor den Toren Berlins	Fortführung des 2014 initiierten »Ruppiner festspiel Landes«
		Es fehlen saisonverlängernde Angebote.

Analysefeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Bereich	Stärken und Erfolge	Herausforderungen und Aufgaben ab 2021
Infrastruktur	Hohe Übernachtungszahlen im Fontanejahr und Auslastung der Unterkünfte vor Ort.	Damit auch die Übernachtungszahlen eine Qualifizierung der Angebote begleiten können, braucht es aus Sicht vieler Befragter dringend ein weiteres Hotel, sonst wandert dieser monetäre Mehrwert in die umliegenden Städte ab.
		Kulturelle Infrastruktur an die Bedarfe anpassen
	Mit den touristischen Radrouten „FONTANE.RAD“ wurde ein dauerhaftes und immer verfügbares Produkt etabliert.	Das Leitsystem zu Fontane muss weiter ausgebaut und konsequent weitergedacht werden. Die Anbindung bzw. Einbeziehung des Umlandes steht noch aus.
Qualifizierung und Beschäftigung	Im Rahmen von betrieblichen Weiterbildungen konnten Seminare für kommunale Angestellte umgesetzt und freie Kunst- und Kulturakteur:innen im Rahmen von ESF-Qualifizierungsmaßnahmen weiterqualifiziert werden. Von 2017 bis Ende 2018 hatte die Brandenburger Kreativagentur ihren Standort in Neuruppin und belebte dadurch die Kultur- und Kreativwirtschaft.	Es besteht großer Qualifizierungsbedarf, insbesondere zu den Themen Digitalisierung, zielgruppenadäquate Kommunikation, Kulturelle Bildung und Teilhabe sowie Diversität.
		Bislang werden die Potenziale digitaler Technologien und digitaler Produktions- und Kommunikationsinstrumente in Neuruppin so gut wie gar nicht genutzt. Insbesondere das Thema Social Media und die Nutzung digitaler Technologien bei der Kulturvermittlung sind hier prioritär anzugehen.
		Aufgrund der Pandemie sind viele gut qualifizierte Arbeitnehmer:innen aus Tourismus und Kultur in andere Berufe abgewandert. In Neuruppin können kleinere touristische Angebote aufgrund fehlender Nachfolge nicht gesichert werden.

Tab. 6: Stärken und Herausforderungen: Analysefeld Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus.

3 Was ist zu tun? – Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Kulturentwicklung

3.1 Die Handlungsfelder in der Übersicht

Im Rahmen des Kulturstrategie-Prozesses konnten drei zentrale Handlungsfelder abgeleitet werden, die im Folgenden in der Übersicht und dann mit detaillierten Zielen und Maßnahme-Empfehlungen vorgestellt werden.

Das Fundament bildet das Handlungsfeld 1 »Kulturpolitik, -verwaltung und -förderung mutig zukunftsfest ausrichten«, weil hier viele Voraussetzungen geschaffen werden, um die Handlungsfelder 2 »Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung – Den Kulturbereich inklusiv und barrierefrei öffnen« und 3 »Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus – Kultur zeitgemäß erzählen« aktiv in die Umsetzung zu bringen.

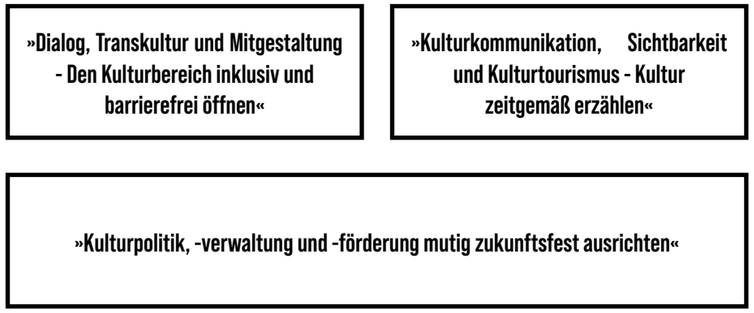

Abbildung 2 : Handlungsfelder der „KulturStrategie 2030“

Bei allen Schritten sind diese globalen Transformationsfelder zu berücksichtigen:

Globale Transformationsbedürfnisse – Zukunft möglich machen
Digitalisierung/Konnektivität: Grundlagen schaffen und Strategien entwickeln und umsetzen.
Sicherheit und Orientierung durch Klarheit und Transparenz
Mobilität ermöglichen
Nachhaltigkeit/Neo-Ökologie/Gesundheit: individuelle Lebensentwürfe möglichst zur kommunalen Bewegung machen
New Work: Mut für Neues und agiles, flexibles und digitales Arbeiten möglich machen
Individualisierung: Alle wollen was, niemand gibt? Wir-Kultur stärken und so das Stadtleben lebendig halten
Gender Shift/Diversität: Nur Themen der Großstädte? Mitnichten...

Tab. 7: Globale Transformationsfelder.

3.2 Handlungsfeld 1: Kulturpolitik, -verwaltung und -förderung mutig zukunftsfest ausrichten

Transparenz, Verständlichkeit, Planungssicherheit und Agilität sind die meistgenannten Bedarfe hinsichtlich der Kulturverwaltung und Kulturpolitik in Neuruppin. Die Expert:innen wünschen sich ein klares Statement von der Politik zur Rolle von Kultur und die Beilegung der immer wieder aufkommenden Diskussionen, ob Kultur zu viel kostet. Konsens fast aller Akteurinnen und Akteure ist auch, dass in einer Stadt, welche für ihr umfangreiches Kulturangebot bekannt ist, in dem der Kulturtourismus eine wichtige Rolle spielt und die sogar in ihrem Namen die Kultur verankert hat, der Tourismus nicht ausgelagert, sondern im Zuständigkeitsbereich der Stadtverwaltung liegen sollte. Nur so können auch eine übergreifende Strategie Umsetzung finden und Kommunikation und Marketing einheitlich sein. Wie allerorts in Verwaltungen und auch im freien Markt, bestehen neue Anforderungen an die Art und Weise der Arbeit sowie die Inhalte, mit denen sich die Verwaltung beschäftigt.

3.2.1 Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen

Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen beginnt mit einem Statement für die Relevanz von Kultur in Neuruppin und geht dann, sobald der Stellenwert klar ist und das Budget nicht mehr in Frage gestellt wird, mit der Einführung von Verfahren einer lernenden Organisation weiter. Diese basiert einerseits auf klaren Leitlinien und langfristig definierten Handlungsfeldern, andererseits auf der verwaltungsinternen Vernetzung und dem Abbau bürokratischer Hürden. Ziel ist es, Ermöglicher:in zu sein. Um Neues wagen zu können, müssen Entscheidungen auf mehrere Schultern verteilt, Diversitätskriterien eingeführt und berücksichtigt werden, die Kommunikation zielgruppenadäquat und zeitgemäß umgesetzt und nicht zuletzt neue Themenfelder sowie professionelle Konzepte erarbeitet werden. Zudem ist das Thema Kulturimmobilien anzugehen: Wie werden Räume und Orte einer optimalen – zu den neuen Aufgaben und Konzepten passenden – Nutzung zugeführt?

Maßnahmenkatalog Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten

Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten		
Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Organisationsstruktur	Status des derzeitigen »Sachgebiets Kultur« angemessen anpassen.	Der Sachgebietsstatus ist zu gering für die Relevanz des Themas in der Stadt. Prüfen, ob der Amtsstatus realisierbar ist.
	Flache Hierarchien ermöglichen bzw. Abbau von ineffektiven Hierarchien	Verbesserung des Leadership
		Einführung von Verfahren einer lernenden Organisation
		Stärkung von verwaltungsinterner Vernetzung
		Abbau bürokratischer Hürden
		Zuständigkeiten müssen klar definiert sein. Der Dienstweg in der Kulturverwaltung ist zu lang und teilweise überlastet.
	Transparenz über Strukturen sowie Aufgaben, Funktionen und Angebote seitens der Kulturverwaltung und anderen Verwaltungen, die mit kulturellen Fragen befasst sind, herstellen	Klare Zuständigkeiten schaffen: An wen wende ich mich mit welchem Thema/Problem?
		Schnittstellenmanagement: Teamarbeit und Vernetzung mit und der Akteur:innen untereinander fördern, Querschnittsfelder immer mitdenken
Mitarbeitende	Fragen der Digitalisierung, Diversität und ökologischen Nachhaltigkeit mitdenken	Diversitätskriterien einführen und berücksichtigen
Inhaltliche und programmatische Konzepte	Zusammenarbeit der städtischen Einrichtungen mit dem Amt für Bildung, Kultur und Soziales intensivieren	regelmäßig und »miteinander statt übereinander reden« und über das Kulturangebot in den Einrichtungen informieren.
		Erfolge der Kulturarbeit veröffentlichen und Programmplanung bekannt machen und koordinieren
Kommunikation	Rahmenbedingungen für passgenaue Kommunikation schaffen.	Anpassung der Vergaberichtlinien und Datenschutzvorstellungen an die aktuelle Situation, in Anlehnung an vergleichbare Städte
		Mitarbeiter:innenressourcen in der Kulturverwaltung und ggf. in den einzelnen Einrichtungen einplanen

Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten		
Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
		vorhandene Systeme nutzen: z. B. TMB-Kalender, neuruppin.net und/oder Kreatives Brandenburg als Veranstaltungskalender
		fehlende Kenntnisse durch Weiterbildung, Neueinstellung und Good Practices aufholen
		Anleitung für Umgang mit Kommentaren/Interaktion und Kompetenzübergabe an Mitarbeitende
	Öffentlichkeitsarbeit für die Gesamtverwaltung ausbauen	Strategien für die Kulturverwaltung sowie die städtischen Einrichtungen erarbeiten und anwenden: Zielgruppen fragen, wie sie Informationen gerne konsumieren möchten: Welche Anwendungen sind die richtigen? Snapchat, WhatsApp, Telegram/Signal, Facebook, YouTube, Twitch, TikTok u. a. Newsletter/Mailings für unterschiedliche Zielgruppen
		Anwendungen verknüpfen: Brückenfunktion einrichten
		Schülerinnen und Schüler und junge Leute als »Reporterinnen« und »Reporter« bzw. Kulturbotschafter:innen beauftragen, um in ihrer eigenen Sprache zu kommunizieren
		Relaunch aller städtische Websites – wiedererkennbares Erscheinungsbild auf der Grundlage des Markenbildungsprozesses
Kulturorte/-immobilien[11]	Kunst im öffentlichen Raum/ Kunst am Bau zu befördern/ Grundlagen zum Umgang damit herzustellen	Stadtbild verschönern, u. a. durch Street Art, Umgang mit Kunst im öffentlichen Raum ist unzureichend geregelt[12]
		privater „Hangar 312“ hat immer wieder Schwierigkeiten mit behördlichen Stellen Veranstaltungen umzusetzen[13]
		Galerie am Bollwerk muss ihren Standort sichern/bzw. neue Bleibe suchen, da der Vertrag zunächst bis Ende 2022 läuft[14]

11 Dieses Thema wurde vornehmlich im Rahmen der Expert:inneninterviews angesprochen sowie am Rande in allen Werkstätten.
12 Siehe hierzu: https://www.moz.de/lokales/neuruppin/kunst-der-neue-pater-wichmann-steht-48950304.html, letzter Zugriff: 14.09.2021
13 Siehe hierzu: www.hangar-312.de, letzter Zugriff: 01.09.2021.
14 Siehe hierzu: http://galerie-am-bollwerk.webflow.io/ und https://www.maz-online.de/Lokales/Ostprignitz-Ruppin/Neuruppin/Galerie-am-Bollwerk-in-Neuruppin-nach-2022-in-Gefahr, letzter Zugriff: 01.09.2021.

Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten		
Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
		Verein Stiftung St. Georgs Kapelle befindet sich in Liquidation, Umgang mit dem Gebäude offen[15]
		Fontanehaus mit Löwen-Apotheke: Gespräche zwischen der Eigentümerin Frau Dr. Christa-Maria Rudel und der Stadtverwaltung zum Verkauf Ihres Hauses bestehen, dauerhafte Erhaltung des Objektes als Ort für Fontane wünschenswert[16]
		Engagement des Freundeskreises „Gentzrode erhalten!“ zum Gut Gentzrode sollte begleitet werden, um eine tragfähige Nachnutzung zu gewährleisten.[17]
		Verein Gildenhall Horizonte e. V. engagiert sich für das Erbe der Künstlersiedlung Gildenhall, dessen 100. Jubiläum 2021 stattfindet. Baukulturelle Erbe muss sichtbarer werden[18]

Tab. 8: Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten, Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen

3.2.2 Leitziel: Kulturförderung, Fördermittelmanagement und Förderbedarfe an neue Rahmenbedingungen anpassen

Im Bereich der Kulturförderung in Neuruppin gibt es zwei große Veränderungsbedarfe: zum einen geht es darum, Verfahren und Management zu entbürokratisieren und dementsprechend zu flexibilisieren, um vorhandene Mittel mit weniger Aufwand den richtigen Menschen und Projekten zu kommen zu lassen. Mit einer Flexibilisierung muss eine mittelfristige Planung sowie eine klare strategische Schwerpunktsetzung einhergehen, um den Kulturakteur:innen eine Orientierung und Verlässlichkeit zu geben. Um sicherzustellen, dass die vorhandenen Mittel bestmöglich vergeben werden, bedarf es darüber hinaus eines professionellen Fördermittelmanagements, was als Beratungs- und Servicestelle fungiert, sowie eines Entscheidungsgremiums, welches über Förderzuschläge entscheidet. Hier geht es insbesondere darum, die Entscheidungslast von den Schultern Einzelner zu nehmen und gemeinsam risikofreudiger zu werden.

15 Siehe hierzu: https://www.maz-online.de/Lokales/Ostprignitz-Ruppin/Neuruppin/Neuruppin-Alte-Orgel-der-St.-Georg-Kapelle-kann-wieder-gespielt-werden, letzter Zugriff: 01.09.2021.
16 Siehe hierzu: https://www.moz.de/lokales/neuruppin/immobilie-poker-um-fontanes-geburtshaus-49234084.html, letzter Zugriff: 01.09.2021.
17 Siehe hierzu: https://www.moz.de/lokales/neuruppin/aktion-online-fuer-gentzrode-rettung-unterschreiben-50390889.html, letzter Zugriff: 14.09.2021
18 Siehe hierzu: https://gildenhall-horizonte.de/, letzter Zugriff 14.09.2021

Ilm Rahmen der „KulturStrategie 2030“ wurden verschiedene Bedarfe herausgearbeitet, für deren Bearbeitung in Neuruppin Neuland betreten werden muss. Digitalität, zeitgemäße Kommunikation, Kultur und Tourismus zusammenführen und vieles mehr wurde genannt. Um diese Herausforderungen zu meistern, bedarf es einer Konzeptförderung, um fundierte Grundlagen zu schaffen und mit professioneller Unterstützung die Themenfelder anzugehen. Weitere Felder, welche dringend Förderung benötigen, sind die Zusammenarbeit von Bildungsträgern und Kultur, Orte und Projektbudgets für junge Leute sowie das Themenfeld Diversität und Integration.

Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten		
Leitziel: Kulturförderung, Fördermittelmanagement und Förderbedarfe an neue Rahmenbedingungen anpassen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Verfahren und Management	Entbürokratisierung	Vereinfachung der Regularien
	Flexibilisierung	Projekte ermöglichen, z. B. indem Eigenanteil bei Förderanträgen variabel ist und Sponsoring auch städtischen Einrichtungen erlaubt wird.
	Sicherheit geben durch langfristige Planung und klare strategische Schwerpunktsetzung, zur besseren Orientierung.	Mittelzusagen sollten für mind. zwei Jahre im Voraus gegeben werden
		Fontanestadt als Kulturstadt verstehen, nicht im Sinne „24/7“ (also rund um die Uhr) nur das Thema Fontane: Neben Fontane weitere Themen einbeziehen: Schinkel, Garnisonstadt, Alter Fritz, zeitgenössische Ansätze u. a.
	Fördermittelmanagement einrichten	zielgerichtet Akquise für Projekte und Themen
		Beratung der Kulturakteur:innen hinsichtlich Fördertöpfe und Möglichkeiten: Kommune, Kreis, Land, Bund: Klären, wer bzw. was von welchem Förderer gefördert werden kann.
		fachkundige Begleitung Kulturakteur:innen auf ihrem Weg zum und durch das richtige Förderprogramm
	Kompetenzen des Kulturbeirats für Förderentscheide nutzen	Qualitative Entscheidungen über Förderzusagen treffen, indem u. a. der Kulturbeirat hinzugezogen wird und Entscheidungen über neue/riskante/große Projekte durch einen Expertenrat/ein Team entschieden und begleitet werden, um die Verantwortung zu teilen.
Budget und Verteilung	Sicherung der Kulturförderung, insb. nach der Corona-Pandemie	Hinsichtlich »sinkender Haushalte« aufgrund der Corona-Pandemie die Kulturbudgets sichern, um sie vor Kürzungen als »freiwillige Aufgabe« zu bewahren.
	Konzeptförderung	professionelle Erarbeitung und begleitete Umsetzung einer Digitalstrategie, Marketingstrategie (inkl. Social Media), Kultur und Tourismus, kulturelle Teilhabe und Diversität, Stadtmarke, Großprojekte wie Fontane (z. B. 250 Jahre Schinkel)

Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten		
Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
		Mehr Ressourcen für die strategische Arbeit des Museums, insbesondere wenn das Museum eine andere Rolle einnehmen soll.
		Gesamtstädtisches „Dritte Orte"-Konzept
		Anleitung partizipativer Prozesse, Foren für gesamtgesellschaftliche Themen
		digitale Vermittlungs-/Beteiligungsangebote
	Neustart Bildungs-kooperationen: Bedarfe klären und Träger in die Pflicht nehmen.	Zusammenarbeit von Schulen und Museen u. a.: Träger der staatlichen Schulen in die Pflicht nehmen; Kampagne von höherer Hierarchieebene
		Bedarf an den Schulen abfragen: Zu welchen Themen braucht ihr Angebote? Schulmatrix o. ä. erstellen, um den Schulen Orientierung zu bieten.
		Veranstaltungen aus dem Fontanejahr wieder aufnehmen und fortführen
	Angebotsübersicht für junge Familien	digitale Übersicht der Angebote für junge Familien
	Orte für informelle Zusammenkünfte sowie Projektbudgets zur selbstorganisierten Verwendung	Orte für einen informellen Austausch: Jugendclubs, Bars, Cafés, Spielecafés etc.
		Projektbudgets zur selbstständigen Nutzung
		Disco/Tanzangebote
		Orte zum selbstorganisierten Verweilen
	Bürger:innen aktiv einbeziehen - Integration von Menschen mit Migrationshintergrund sowie anderer Minderheiten	Thema Diversität vom Museum aufgreifen und eine Debatte initiieren, die Bedarfe und Fragen in Neuruppin konkretisiert.
		Zusammenarbeit mit dem Verein ESTAruppin e.V.
		Diversitätskriterien formulieren und diskutieren (z. B. bei Einstellung von neuem Personal und bei der Fördermittelvergabe).

Tab. 9: Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten,
Leitziel: Kulturförderung, Fördermittelmanagement und Förderbedarfe an neue Rahmenbedingungen anpassen

3.2.3 Leitziel: Den Kulturbeirat kommunikativ und kooperativ neu ausrichten

Die Arbeit des Kulturbeirats wird als elementar angesehen und wertgeschätzt. Nun muss der Kulturbeirat dafür sorgen, weiterhin relevant zu sein beziehungsweise seine Kompetenzen noch stärker einzubringen. Seine Aufgabe ist, seine eigenen Aufgaben zu definieren, die Arbeitsweise zu optimieren und sich für neue Akteur:innen öffnen. Explizites Ziel sollte sein, klar und laut Stellung zu beziehen, sich einzumischen und Akteur:innen gezielt einzuladen. Um ernst genommen zu werden und um attraktiv für neue Mitglieder zu sein, ist die Professionalisierung der Arbeitsweise unumgänglich.

Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten		
Leitziel: Den Kulturbeirat kommunikativ und kooperativ neu ausrichten		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Kulturbeirat	bestehenden Kulturbeirat zukunftsfest machen	eigene Ziele reflektieren und revidieren auf Grundlage der aktuellen Erkenntnisse
		Agenda-Setting-Funktion/Lobbyfunktion ist zu stärken (er war z. B. in der Corona-Phase gar nicht sichtbar), stärkere Öffentlichkeitsarbeit
		Impulse geben (nicht »nur« reaktiv agieren), z. B. als kritischer Begleiter der Umsetzungsphase der Kulturstrategie und/oder durch themenbezogene AGs Teilnahme an Ausschüssen und Rederecht nutzen
	Transparenz und Partizipation erhöhen	Plattformgedanken zum Austausch weiter ausbauen und Öffnungs- sowie Integrationsstrategie für bislang nicht Beteiligte erarbeiten (»Nachwuchsarbeit« in Bezug auf Diversität/Alter)
		Akteur:innen gezielt einladen, z. B. Vertreter:innen der städtischen Einrichtungen, des Tourismus, Bürger:innen und Kulturakteur:innen der Stadtteile
		Bereich »Jugendkultur« etablieren
	ergebnisorientierte Umstrukturierung von Arbeitsprozessen, Dokumentation und Präsentation	Wahlmodus und Wahldauer überdenken, Aufgabenverteilung von Kompetenzen nicht von Posten abhängig machen ggf. rotieren
		Verfahrensrichtlinie einführen für Prozesse insgesamt und die einzelnen Bereiche wie Diskussionsrunden/ Protokolle jeweils für sich
		objektive Präsentation von Beiratsempfehlungen
		ergebnisorientierte Beratungen
		digitale Treffen einführen und dadurch mehr Teilnehmer:innen erreichen

Tab. 10: Handlungsfeld: Kulturpolitik, Kulturverwaltung und Kulturförderung zukunftsfest ausrichten,
Leitziel: Den Kulturbeirat kommunikativ und kooperativ neu ausrichten

3.3 Handlungsfeld 2: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung – Den Kulturbereich inklusiv und barrierefrei öffnen

Den Blick in die Zukunft zu wagen bedeutet auch, dem Nachwuchs auf Augenhöhe zu begegnen und offen zu sein für entsprechende Bedarfe und Visionen. Hierzu gehört auch, ihm Gestaltungsfreiraum zu geben, in Form von Begegnungsorten (Dritte Orte), Räumen (zum Beispiel offenen Werkstätten) und Budgets sowie junge Menschen dafür zu sensibilisieren, dass hinter Angeboten auch immer Menschen stehen, die sich für die Stadt einbringen. Diese Aufgabe könnten auch Bildungseinrichtungen übernehmen, wenn wieder eine enge Zusammenarbeit und gemeinsame Bildungsarbeit stattfinden – ein wichtiges Thema in Neuruppin, weil der Bereich der „Kulturellen Bildung" derzeit überwiegend brach liegt. Zukunft denken und vorbereiten heißt zudem, auf die Transformationsthemen zu blicken, diese Bewegungen einzubeziehen und aufzunehmen. Hierfür könnte sich zukünftig vor allem das Museum Neuruppin verantwortlich zeigen – welche Themen sind von Relevanz? Was wollen wir in die Stadt hineinbringen, was hinaussenden?

3.3.1 Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle

Um Kultur heute und in Zukunft relevant für unsere Gesellschaft und hier konkret für die Bürger:innen und Besucher:innen Neuruppins zu gestalten, müssen Zugänge und Möglichkeiten der Teilhabe für alle diversen Bevölkerungsgruppen bereitgestellt werden. Dies bedeutet im ersten Schritt, diese Zielgruppen kennenzulernen und sie im zweiten Schritt zu aktivieren und ihnen Handlungsfreiräume zu geben. In Modellprojekten könnten diese neuen Wege beschritten werden. In Neuruppin sind neben der Diversitätsdimension ethnische Herkunft und Nationalität (also Menschen mit internationaler Einwanderungsgeschichte) insbesondere auch die Dimensionen soziale Herkunft (Familien mit wenig Kontakt zu den kulturellen Angeboten), Geschlecht (insbesondere Gleichberechtigung zwischen Frauen und Männern) und Alter (es bedarf einer Offensive in der Kinder- und Jugendarbeit und Angeboten für junge Menschen) relevant.

19 Siehe hierzu z.B. https://www.charta-der-vielfalt.de/diversity-verstehen-leben/diversity-dimensionen/ letzter Zugriff: 06.9.2021.

Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung		
Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Diversität[20]	Diversität und Teilhabe als einen wesentlichen Pfeiler der Kulturstrategie ausbauen	Weitergehenden Konsens herstellen, dass Diversität und Teilhabe einen wichtigen Pfeiler der Kulturstrategie darstellen müssen (auch, um eine nachhaltige Kulturkommunikation nach innen und außen zu gewährleisten).
		Diversität und Teilhabe als Querschnittsfeld mit anderen wesentlichen Themen der Kulturstrategie (u. a. Sichtbarkeit, agile Kulturverwaltung) zusammendenken
	Modellprojekte im Feld der Diversität und Teilhabe anschieben und Netzwerkstrukturen aufbauen	Entwicklung von sogenannten Dritten Orten als offene, partizipative Begegnungs-, Reflexions- und Austauschorte. Das Museum Neuruppin könnte hier als umfassendes Modellprojekt eine Vorreiterposition auch für andere Kultureinrichtungen in Neuruppin übernehmen.[21]
		Mittelfristig Grundhaltung erreichen, alle Kultureinrichtungen in Neuruppin als Dritte Orte verstehen/ausrichten
		Offensive »Jugendkulturarbeit« starten: Kampagne zur Verbesserung der (gegenwärtig brachliegenden) Zusammenarbeit zwischen Schulen und Kultureinrichtungen/-projekten entwickeln Ermöglichung von Partizipationsformaten, z. B. durch die stärkere Berücksichtigung von Jugendinteressen bei der Wahl der Mitglieder des Kulturbeirates, bzw. Austausch zwischen Kulturbeirat und Kinder- und Jugendbeirat Orte der »Zweckfreiheit« und »Selbstwirksamkeit« für Jugendliche schaffen oder vorhandene besser bekannt machen (Dritte Orte, Proberäume, Kooperationsorte, Kultur in die Schulen bringen u. a.). Kooperationen zwischen Kultur und Hochschule ausbauen
		Modellprojekt im Feld Teilhabe und ökologische Nachhaltigkeit entwickeln
		Modellprojekt im Feld Digitalisierung/Digitalität/digitale
		Transformation[22] und Teilhabe entwickeln (z. B. innovative Social-Media-Kampagnen, neue Bezahlmodelle, analog-digitale Vermittlungsansätze)

20 Dieses Thema wurde im Rahmen der 1. Werkstatt intensiv bearbeitet, Ergebnisse vgl. hier: Fontanestadt Neuruppin (2021c): Protokoll der 1. Online-Werkstatt, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_1_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.

21 Siehe hierzu weitergehend oben Ergebnisse zum Thema »Dritter Ort«.

Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung		
Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
	Grundsätze und Verfahren zur dauerhaften Ermöglichung und Einflechtung von Diversität und Teilhabe in das kulturelle Handeln einführen	Eine starke und agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen, damit u. a. folgende Aufgaben erfüllt werden können: Kooperationen im Feld der Teilhabe fördern oder gar koordinieren, insbesondere themen- und spartenübergreifende Ansätze Beratung zu Teilhabeformaten und zum Thema Diversität anbieten – ggf. auch Weiterbildungen Verfahren zur Anstellung von Kulturpersonal bzgl. Diversitätskriterien überprüfen/ausrichten (z.B. anonymisierte Bewerbungsverfahren und Quotenregelung) Förderverfahren und Zielvereinbarungen auf zeitgemäße Kriterien ausrichten, auch im Hinblick auf Teilhabe und Diversität Internationale Kooperationen anschieben und ausbauen Fördermittelakquise in den Feldern Teilhabe, Diversität, ökologische Nachhaltigkeit und Digitalisierung Vermittlung von Orten und öffentlichen Räumen für Teilhabeaktivitäten
Kulturelle Bildung und Teilhabe[23]	Kulturelle Vorbildung aufbauen	Kooperation mit Bildungsträgern können Barrieren abbauen und sind wichtige Grundlage für eigenes Engagement im späteren Leben.
		Akteur:innen an einen Tisch holen: · Freizeiteinrichtungen · Gildenhall Horizonte e. V. · JFZ-Jugendclub e. V. · Jugendkunstschule Neuruppin · Kinder- und Jugendbeirat · Kultureinrichtungen · Landkreis · Lehrer:innen, Fachlehrer:innen · Medizinische Hochschule Brandenburg Theodor Fontane (MHB) · Ministerien · Schulträger:innen · Sozialarbeiter:innen · Studierende > Treffen mit Schulleitungen, Kitas, JFZ, Bibliothek und Museum ermöglichen

22 Siehe hierzu weiterführend: https://www.digitalenterprise.ch/unterschied-zwischen-digitalisierung-und-digitale-transformation/, letzter Zugriff: 20.6.2021.
23 Siehe hierzu weiterführend: https://www.kubi-online.de/artikel/kulturelle-bildung-alle-allen-ueber-teilhabe-zugaenge-zur-kulturellen-bildung, letzter Zugriff: 04.08.2021.

Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung		
Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
	Kooperationen zwischen Bildungseinrichtungen und Kultureinrichtungen etablieren[24]	Zielgruppe(n) zuhören: Schüler:innen nach ihren Bedarfen und Wünschen fragen, über Schüler:innen-konferenzen in den direkten Dialog gehen
		Ständiges Künstlerbüro in Schulen einrichten, Beispiel: Evangelische Schule Neuruppin
		Stundenplan-Kulturangebote-Matrix > Kulturelle Angebote mit Lehrplan abgleichen und einfache Übersicht erarbeiten, welches Angebot den Unterricht ergänzen kann.
		Gut Gentzrode als Campus für Baukultur
		Studium fundamentale der MHB in die Stadt integrieren
	Beteiligung von Jugendlichen für bürgerschaftliches Engagement aktivieren und ermöglichen	Das Jugendfreizeitzentrum »JFZ« könnte zukünftig in die Kulturarbeit einbezogen werden und somit von den Ressourcen profitieren.

Tab. 11: Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung, Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle.

3.3.2 Leitziel: Zugänge zur Kultur schaffen

In Kontakt kommen – das ist die Voraussetzung für Teilhabe, Dialog und Mitgestaltung. Auf der Ebene des Dialogs und der Vernetzung geht es hier um die Rahmensetzung und Angebotsgestaltung für diese Kontaktmöglichkeiten, sei es durch partizipative Prozesse, Belohnung von Kooperationen, Mitmachangebote im Freizeitbereich oder eben der Verfügbarkeit von Dritten Orten. Eine weitere Aufgabe diesbezüglich ist das Aufbrechen verkrusteter Strukturen und die Anpassung eben dieser an neue Zielgruppen, zum Beispiel in Vereinen.
Die andere Ebene ist die der physischen Erreichbarkeit – wie komme ich zu den Orten, zu welchen Zeiten sind sie geöffnet und wie kann ich ggf. auch aus der Ferne auf sie zugreifen, z. B. durch digitale Formate. Weil die Zielgruppen, die nicht erreicht werden, oft die sind, die den verantwortlichen Akteur:innen in ihrem Wesen oder ihrem Lebensstil am unbekanntesten sind, hilft es, entweder mit Vertreter:innen dieser Zielgruppen oder mit sog. »Personas« zu arbeiten und die Perspektive zu wechseln. Wer auf den ersten Blick als »kulturfern« erscheint, ist vielleicht nur »unserer Einrichtung ferngeblieben« – und dies aus bestimmten Gründen, die ergründet werden können.

24 Dieses Thema wurde im Rahmen der Abschlusswerkstatt intensiv bearbeitet, Ergebnisse vgl. hier: Fontanestadt Neuruppin (2021g): Protokoll der Abschlusswerkstatt «Kulturwerkstatt», letzter Zugriff: 14.09.2021.

Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung		
Leitziel: Zugänge zur Kultur schaffen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Dialog und lokale Vernetzung	niederschwelligen Austausch und Vernetzung fördern bzw. Rahmen und Anreize schaffen	Gemeinsam das verbindende Thema finden, indem die Kulturstrategie sowie ein Markenbildungsprozess für die Stadt gemeinsam durchgeführt werden.
		Kooperation durch spezielle Förderprojekte und Wettbewerbe »belohnen«
		Mitmachangebote, z. B. Kochevents, gemeinsames Singen, Vorlesen, Zirkus, Weihnachtsfeiern
		Maker spaces (offene Werkstätten) einrichten
	Dritte Orte für informelle Zusammenkünfte einrichten[25]	Konzept zum Thema „Dritte Orte“ erarbeiten und mögliche (bereits nutzbare) Orte auf Nutzungsmöglichkeiten prüfen: · Jugendkunstschule · Haus der Begegnung · JFZ · Bibliothek (ist auf dem Weg > WLAN etc.; Klimatisierung muss gelöst werden) · Kulturhaus & Kulturkirche · Skate Park (gut angenommen, Potenzial für Ausbau) · Dorfgemeinschaftshäuser der Ortsteile · Begegnungshaus im Neubaugebiet · Ehemaliger Militärflughafen · Magnet-Kaufhaus · „hinter dem Museum“ bereits ein Dritter Ort für Jugendliche = geschützte Nische
		Museum Neuruppin als Dritten Ort weiterentwickeln durch: · Auseinandersetzung mit Gegenwart und Zukunft, z. B. durch Vortragsreihen · mehr Kooperationen mit Bildungs- und Freizeiteinrichtungen (Kita, Hort, Schule, Sportvereine) · andere Öffnung, z.B. durch Exponate von Jugendlichen und andere Benennung

25 Dieses Thema wurde im Rahmen der Abschlusswerkstatt intensiv bearbeitet, Ergebnisse vgl. hier: Fontanestadt Neuruppin (2021g): Protokoll der Abschlusswerkstatt «Kulturwerkstatt», letzter Zugriff: 14.09.2021.

Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung		
Leitziel: Zugänge zur Kultur schaffen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
	Generationenwechsel gestalten	Engagement in Schulen fördern, in denen das Vereinsleben simuliert wird. Sensibilisierung dafür, dass Angebote irgendwo herkommen müssen.
		neuen Kulturverein gründen, der viele Vereine als Sparten unter sich vereint und die Administration zentral organisiert
		Angebote bzw. Aufgaben mit Hobbies und Interessen verbinden
		Austausch zur Verwaltung vereinfachen! Wie komme ich an Förderung? Wen kann ich ansprechen?
Anbindung & Zugänge	neue Mobilitätskonzepte umsetzen	z. B. durch · Carsharing · Anpassung der Fahrtzeiten des Plus Bus an Veranstaltungen (derzeit auf den Schulbetrieb eingestellt) · Kultur-Shuttle oder Mitfahrangebote für Abendveranstaltungen (Anbindung der Ortsteile) · Ausbau des ÖPNV
	digitale Zugänge als Alternativen anbieten	prüfen ob Zugänge digital möglich sind
	Öffnungszeiten verbessern	Öffnungszeiten sind unter Normalbetrieb nicht an die größte Zielgruppe der Kulturtouristen angepasst, Öffnung an Wochenenden und in Abendstunden für Bürger:innen

Tab. 12: Handlungsfeld: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung, Leitziel: Zugänge zur Kultur schaffen.

3.4 Handlungsfeld 3: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus – Kultur zeitgemäß erzählen

In Neuruppin trifft das Gefühl, personell und inhaltlich keinen Überblick zu haben, wen und was es eigentlich gibt, auf den Wunsch, alle Akteur:innen im Blick zu haben, Angebote zu sortieren und sich stadtintern öfter zu sehen und nach außen hin Hand in Hand zu zeigen. Von diesem Gefühl her rührt die Arbeit des Kulturbeirats am »Kulturkataster« (»einmal alle erfassen, um einen Überblick zu haben«) und die verschiedenen aktuellen und in der Vergangenheit liegenden Versuche, durch Konzepte und Strategiepapiere sowie eine Markenentwicklung Klarheit nach außen zu schaffen. Hinter den Wünschen und Gefühlen stehen handfeste Bedarfe, die sowohl inhaltlich als auch strukturell und somit selbstredend auch finanziell von großer Relevanz sind für Neuruppin: Es steht eine Harmonisierung der inhaltlichen Konzepte und der persönlichen und strukturellen Zusammenarbeit zwischen Kultur und Tourismus an.

Dies ist die Grundlage, um die betreffenden Akteur:innen wieder zu aktivieren sowie Vertrauen und die Bereitschaft, gemeinsam an einem Strang zu ziehen, zurückzugewinnen. Denn: Wer wäre jetzt gerade bereit, eine neue Dachmarke auf alle eigenen Produkte und Medien anzuwenden? Wer würde mit anderen risikoreiche neue Produkte entwickeln? Erst wenn die Entscheidungsträger:innen Klarheit geschaffen haben und es mittel- bis langfristige gemeinsame Ziele gibt, ist es wieder möglich, an die Erfolge des Fontanejahrs anzuknüpfen und ganz neue und innovative Angebote zu entwickeln. Ideen und Ressourcen dafür gibt es genug. Ebenso Menschen und Motivation.

3.4.1 Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen

In einer Kulturstadt wie Neuruppin müssen Kultur und Tourismus Hand in Hand gehen, wenn nicht sogar fest umschlungen. Zentrale Aufgabe ist es, die Akteur:innen des (Kultur-)Tourismus wieder zusammen zu bringen, damit herausragende Angebote geschaffen und bestmöglich vermittelt und beworben werden können. Diese Aufgabe fängt beim Abgleich und der Harmonisierung (was widerspricht sich?) aktueller und neuer Konzepte an, verlangt eine klare Entscheidung für Zuständigkeiten und dazugehörige Strukturen sowie die eventuelle Veränderung dieser und endet bei der engen Zusammenarbeit der zuständigen Akteur:innen. Verlustängste und Mängel sollten – ggf. mit professioneller Begleitung – thematisiert und behoben werden. Wenn die Seite der Zuständigkeiten und Kommunikationslinien geklärt sind, kann man sich der mutigen Neu- oder Weitererzählung der Stadtgeschichte(n) widmen.

Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Kulturmarketing und Kommunikation	Abgleich und Harmonisierung vorliegender (z.B. zur Marke der Fontanestadt Neuruppin) und derzeit erarbeiteter Konzepte / Strategien (insb. KulturStrategie 2030 und Tourismuskonzeption), um kooperative Potenziale bestmöglich zu entfalten.	Analyse, Strategie, Kreation und Implementierung passgenau zur KulturStrategie 2030 und Tourismusmarketing entwickeln bzw. dahin übertragen Kultur und Tourismus aktiv beteiligen, Kulturbeirat öffnen und modernisieren, Tourismusbeirat oder Netzwerk initiieren bzw. strukturierten Austausch herstellen Klare Vorgaben und Anleitungen für die Nutzung, insbesondere die städtischen Einrichtungen, dürfen keine Alleingänge mehr machen.

Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
	Aufbau von verbindlichen Kommunikationslinien (für verschiedene, definierte Zielgruppen), insbesondere einer Dachmarke/ Stadtmarke als Grundlage für eine integrierte, kooperative und starke Kommunikation nach innen (Stadt-/ Regionalbevölkerung) und nach außen (Tourist:innen)	Erarbeitung einer zeitgemäßen Stadtmarke aus Erfahrung der letzten Markenentwicklung lernen und neuen Markenbildungsprozess partizipativ umsetzen
		Kulturmarketingkonzept für Bürger:innen sowie Tourist:innen erarbeiten
		abgestimmte Tourismus- und Kulturtourismuskonzepte erarbeiten
	potenziale digitaler Technologien und digitaler Produktions- und Kommunikationsinstrumente nutzen, insbesondere Social Media und digitale Technologien bei der Kulturvermittlung	Prüfung des Aufbaus einer Informationsplattform zur Bündelung aller wesentlichen Kulturinformationen nach außen (Sichtbarkeit) und zur internen Abstimmung (z.B. Terminabsprachen, Tauschbörse u. ä.)[26]
		»Social-Media-Stadtschreiber:innen« einführen, Sprache und Plattformen dieser Zielgruppen nutzen
		Museum Neuruppin als Lernort für Digitalisierung/digitale Transformation etablieren
	Neuruppin mutig erzählen – auch auf digitalen Wegen	Verbunden mit einem Kultur- bzw. Stadtmarkenbildungsprozess gilt es auch, eine zeitgemäße Erzählweise über Neuruppin zu etablieren, die Altes mit Neuem verbindet und nicht gegeneinander ausspielt.[27] Fontanejahr-Erzählung vertiefen und zeitgemäß weiterentwickeln weitere Themen prüfen: Schinkel, preußische Geschichte, Bilderbogen, Kulinarik, Land und Leute/Menschenschlag, Garnison u. v. m.

26 Das Thema kulturelle Kommunikationsplattform ist ein Dauerbrennerthema im gesamten Bundesgebiet. Dahinter steckt u.a. der Wunsch, dass vorhandene Informationswirrwarr zu bündeln, die vielen Anforderungen an die Nutzung sozialer Medien gemeinsam besser zu bewältigen, ggf. auch interne Dienstleistungen anzubieten (z.B. interne Austausch- und Kommunikationsplattform) und auch mit einer Stimme für die Kultur zu sprechen.
S. hierzu z. B. das folgende Kulturportal der Stadt Frankfurt am Main: https://kultur-frankfurt.de/portal/de/startseite/Museen/3/1215/0/0/1159.aspx
oder dieses ältere Exposé: https://www.kulturkonzept-kyf-ndh.de/fileadmin/_migrated/content_uploads/Expose___Kommunikationsplattform_Kultur_KEK-Prozesse_Dez2014_final_01.pdf, beide zuletzt aufgerufen am 16.06.2021. Gleichzeitig stellt sich aber auch die Frage, ob der Nutzen und die Pflege für einer solchen Plattform im Verhältnis zum Aufwand stehen oder ob ggf. andere Formate besser geeignet sind.

27 Siehe hierzu vertiefend: https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/die-suche-nach-dem-grossen-narrativ/fohl_probstle_jb_2019-20.pdf, letzter Zugriff: 22.06.2021.

Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Organisationsstrukturen	Abbau von Doppelstrukturen und Aufbau transparenter und nachvollziehbarer Strukturen bzw. zunächst die Abbildung gegenwärtiger Verhältnisse	Abbildung gegenwärtiger Verhältnisse · Wer ist für was verantwortlich? · Welche Ziele etc. gelten für wen?
		Abbau von Doppelstrukturen bei Zuständigkeiten für Kommunikation, Marketing, Tourismus, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen Abstimmung von Zuständigkeiten oder z. T. sogar deren Zusammenlegung
		Aufbau transparenter und nachvollziehbarer Strukturen

Tab. 13: Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus – Kultur zeitgemäß erzählen. Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen

3.4.2 Leitziel: An das Fontanejahr anknüpfen und Neues wagen

In einem der Interviews beschrieb jemand den (Kultur-)Tourismus in Neuruppin im Jahr 2021 so: »In voller Fahrt eine Vollbremsung gemacht« – an die vielen erfolgreichen Formate und Kooperationen nach der Pandemie anzuknüpfen, ist eine große Herausforderung, die sich aber sehr lohnen wird. Es gilt nun, insbesondere das Fontanejahr, aber auch die Jahre davor nochmals in Erinnerung zu rufen und Formate wieder zum Leben zu erwecken. Neue Formate sind vor dem Hintergrund der gesamtgesellschaftlichen Querschnittsthemen (Diversität, Teilhabe, Nachhaltigkeit, u. v. m.) sowie der anderen konzeptionellen Leitlinien aus diesem Konzept zu entwickeln.

Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Leitziel: An das Fontanejahr anknüpfen und Neues wagen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
kulturtouristische Angebote und Maßnahmen[28]	Querschnittsthemen bei allen Maßnahmen mitdenken	Maßnahmen kooperativ ausrichten und insbesondere mit den Themen Diversität, Teilhabe, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Reichweite zusammendenken
	Kooperationen nach dem Fontanejahr und der Pandemie wieder aufnehmen und vertiefen	· Mit der Deutschen Bahn, mit Reiseblogger:innen... · mit anderen überregionalen Museen wie dem Brandenburg-Preußen-Museum, Kurt-Tucholsky-Museum · mit der TMB und Kulturland Brandenburg
	erfolgreiche Angebote aus dem Fontanejahr weiterführen und qualifizieren	Tablett-Spiele im Museum sind sehr gut angenommen, Jugendliche wollen sich begeistert »ins Museum stürzten«.
		»Hereinspaziert! Neuruppiner öffnen ihre Gärten und Höfe«, Öffnung der Innenhöfe mit kulturellem Programm und kulinarischen Angeboten, Angebot bringt auch Leistungsträger zusammen
		»Kultur-Triathlon für Genießer«. Radeln, Kultur, Kuchen und eine Schifffahrt weiterführen
		»Fontane-Festspiele« Koordination der einzelnen Programmsparten durch künstlerischen Gesamtleiter muss insbesondere die inhaltliche und organisatorische Weiterführung der Festspiele berücksichtigen, hier wird ein Generationenwechsel mittelfristig notwendig und damit ein Wissenstransfer
		»Ruppiner festspiel Land«, Kooperationen mit umliegenden Sommerfestspielen beleben
	weitere Konzepte entwickeln	erste Ideen: · Museum mehr Strahlkraft und einmal im Jahr eine große Ausstellung (inspiriert vom Barberini) · moderne Interpretationen, neben Fachleuten breites Publikum ansprechen · verborgende Höfe in Szene setzen · Fahrradkonzepte · Fridays for Future Impulse aufnehmen · Familien ansprechen! Ausstellung mit Kinderspielzeug · Entwicklung von Brettspielen · Tempelgarten für sommerliche Kulturveranstaltungen nutzen · gesellschaftsrelevante Themen aufgreifen

28 Noch mehr Ideen und Maßnahmenvorschläge finden Sie hier: Fontanestadt Neuruppin (2021d): Protokoll der 2. Online-Werkstatt, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_2_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.

Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus		
Leitziel: An das Fontanejahr anknüpfen und Neues wagen		
Bereich	Ziele	Maßnahmen
Infrastruktur	Schaffung weiterer Übernachtungskapazitäten	neues Hotel > Bereitstellung Grundstück für eine:n Investor:in notwendig
	Leitsystem ausbauen und erweitern	Leitsystem zu Fontane ausbauen und konsequent weiterdenken Anbindung bzw. Einbeziehung des Umlandes angehen
	Anpassung der kulturellen Infrastruktur an die aktuellen und zukünftigen Bedarfe	Nutzung des Magnet-Kaufhauses für städtische Partizipationsprozesse
		Galerie am Bollwerk als Zentrum für bildende Kunst der Region nach 2022 sichern
Qualifizierung und Beschäftigung	Qualifizierung und Anschubförderung	erzieherische, bildende Kulturarbeit ist im Kulturhaus über die Jahre zurückgegangen, es bedarf konzeptioneller Kulturarbeit (z.B. Programmkino, Seniorenveranstaltungen, Rolli-Tanz...)
		Bereitstellung von Qualifizierungsangeboten insbesondere zu den Themen Digitalisierung, zielgruppenadäquate Kommunikation, kulturelle Bildung und Teilhabe sowie Diversität
		Anreize schaffen für Kleinstunternehmer:innen in Kultur und Tourismus für Angebotsvielfalt

Tab. 14: Handlungsfeld: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus – Kultur zeitgemäß erzählen. Leitziel: An das Fontanejahr anknüpfen und Neues wagen

4 Erste Schritte – Prioritäten und Sofortmaßnahmen

Vorbemerkungen

Die große Herausforderung unserer Zeit und insbesondere auch der Strukturen und Mentalitäten ist, die großen Veränderungen, die sich vollziehen und anstehen, zuzulassen und - mehr noch - mit Offenheit und Mut zu begrüßen.

Ein solcher Kulturentwicklungsprozess mit vorangehendem Ausschreibungsverfahren verläuft traditionell immer ähnlich ab. So bedingen die Erfahrungen die Art und Weise, wie eine Ausschreibung konzipiert wird, danach sind die Berater:innen an die Rahmenbedingungen gebunden und schließlich werden in bekanntem Rahmen viele der empfohlenen Maßnahmen umgesetzt.

Allerdings besteht hier die Herausforderung, dass die weitreichenden, mitunter radikalen Maßnahmen, die möglicherweise Strukturen, Denkweisen und Abläufe verändern, nicht nachhaltig umgesetzt werden. Oft liegt das daran, dass schnelle Erfolge gewünscht sind. Transformation braucht aber Zeit. Albert Einstein hat einst gesagt, dass Probleme nicht mit denjenigen Maßnahmen gelöst werden können, die sie verursacht haben. D.h., Transformation ist immer auch auf neue Ansätze angewiesen, die entwickelt und erprobt werden müssen bzw. dürfen. Dafür braucht es agile Strukturen, die mit dieser Kulturstrategie im Kern avisiert werden.[29]

In Neuruppin ist – wenn man aus der Adlerperspektive auf den Prozess und die Ergebnisse blickt – einiges deutlich geworden:

- Es gibt sehr viele kulturelle Angebote und noch viel ungehobenes Potential.
- Es gibt ausgesprochen viele engagierte Kulturakteur:innen und angrenzenden Feldern, die sich mit ganzem Herzen für die Kultur in Neuruppin einsetzen.
- In der (Kultur-)Verwaltung gibt es einige mutige Akteur:innen mit Weitblick und der Bereitschaft, die nötigen strukturellen Veränderungen in die Wege zu leiten.
- Wie in jedem System ist der Erfolg einer zukunftsfesten und mutigen Kulturpolitik- und Kulturarbeit daher von einzelnen Akteur:innen abhängig und vieles wird davon abhängen, ob die nach vorne strebenden Kräfte ihre wichtige Arbeit leisten können.
- Wie können entsprechende Prozesse angestoßen werden?
    - Indem Brücken gebaut werden, um Ängste vor der Veränderung zu mindern und niemanden abzuhängen. Dies ist die wichtigste Aufgabe, denn Vorbehalte haben immer auch einen Kern, den es zu beachten gilt und der dabei unterstützen kann, keine vorschnellen und übermoti vierten Schritte zu gehen.
    - Es braucht eine klare Positionierung und Lobbyarbeit im Sinne von Überzeugungsarbeit durch Gespräche und Erklärungen.
    - Es braucht prioritäre (Modell-)Projekte, die zeigen, wie es gehen könnte und als Testballon den größeren Umstrukturierungen vorangehen.
    - Und es braucht externes Expert:innen- bzw. Erfahrungswissen, denn gute Beispiele helfen, sich Dinge vorzustellen und aktiv angehen zu wollen.

29 Siehe hierzu auch https://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/ueber-den-positiven-gestaltungswillen-praktische-transformationsarbeit-im-kulturmanagement/kmn1908_transformation_psf_sk.pdf, letzter Zugriff: 15.09.2021.

Maßnahmen priorisieren

Die Liste der Ziele und Maßnahmen sind lang. Womit also beginnen? Da im Handlungsfeld I die Grundpfeiler für die anderen Maßnahmen errichtet werden, ist dieses in der Abfolge der Umsetzung auch als erstes anzugehen. Darauffolgend oder auch parallel sollte das Handlungsfeld II in den Blick genommen werden, da hier viele einfach umzusetzende Aufgaben anstehen, die sehr viel bewirken können und einem großen Bedarf entgegenkommen. Das Handlungsfeld III rund um (Kultur-)Tourismus ist elementar von zwei Maßnahmen abhängig: dem Beschluss in Handlungsfeld I, wie der Tourismus zukünftig hinsichtlich der kommunalen Verantwortlichkeit strukturiert wird, ob es dabei eine Schnittstelle in der (Kultur-)Verwaltung gibt – und was in dem parallel in der Bearbeitung befindlichen Tourismuskonzept empfohlen wird. Selbstverständlich können Kooperationen und erfolgreiche Projekte wieder aufgenommen werden in dieser Übergangszeit. Die Querschnittsfelder sind inhaltlich überall mitzudenken und einzusetzen. Hier finden sich einige grundsätzliche Empfehlungen, die das »Was« auf übergeordneter Ebene und das »Wie« in der grundsätzlichen Umsetzung von Veränderungsprozessen betreffen.

Starter-Set „KulturStrategie 2030“

Handlungsfeld I: Kulturpolitik, -verwaltung und -förderung zukunftsfest ausrichten

Prioritäten	Leitziel: Eine agile Kulturverwaltung auf den Weg bringen
	Status des derzeitigen »Sachgebiets Kultur« angemessen anpassen hin zu einem »Kulturamt«
	Transparenz und Schnittstellen herstellen über vorhandene (und zukünftige) Strukturen sowie Aufgaben, Funktionen und Angebote der Kulturverwaltung
erster Schritt	Entscheidung, für ein »Kulturamt« und ob der Tourismus eine Schnittstelle in der (Kultur)Verwaltung findet. In jedem Fall bessere Abstimmung der Veranstaltungsplanung, des Marketings, der Prozesse und Klärung von Zuständigkeiten.

Prioritäten	Leitziel: Kulturförderung, Fördermittelmanagement und Förderbedarfe an neue Rahmenbedingungen anpassen
	Entbürokratisierung und Flexibilisierung der Bewilligungsverfahren > Professionelles Fördermittelmanagement einrichten
	Konzeptförderung: Erarbeitung und begleitete Umsetzung von Strategien für Digitalität, Marketing (inkl. Social Media), Kultur und Tourismus, kulturelle Teilhabe und Diversität, Stadtmarke, Großprojekte (z.B. 250 Jahre Schinkel)
	Orte für informelle Zusammenkünfte (Jugendclubs, Bars, (Spiele-)Cafés etc.) sowie Projektbudgets zur selbstorganisierten Verwendung ermöglichen
erste Schritte	Sicherung der Kulturförderung, insbesondere für postpandemische Zeiten und Überarbeitung der Fördermittelbedingungen
	Professionelles Fördermittelmanagement einführen

Prioritäten	Leitziel: Den Kulturbeirat kommunikativ und kooperativ neu ausrichten
	Ziele (neu) definieren, mutig die Stimme heben, eigene Impulse einbringen
	Kompetenzen des Kulturbeirats für Förderentscheidungen / Fördermittelbedingungen nutzen, eigene Projekte initiieren
erster Schritt	Den Kulturbeirat durch Transparenz – auch digitale Sitzungen für mehr Partizipation öffnen und zukunftsfest machen.

Handlungsfeld II: Dialog, Transkulturalität und Mitgestaltung – Den Kulturbereich inklusiv und barrierefrei öffnen

Prioritäten	Leitziel: Kulturelle Bildung und Teilhabe für alle
	kulturelle Vorbildung durch Kooperationen zwischen Bildungs- und Kultur-einrichtungen aufbauen und bürgerschaftliches Engagement »erleben lassen«
erste Schritte	Akteur:innen zu Treffen einladen und »Offensive Kulturelle Bildung und Teilhabe« starten
	Das »JFZ« stärker in die „freie" Jugendkulturarbeit einbeziehen.
	Neustart kulturelle Bildungskooperationen: Bedarfe klären und Träger in die Pflicht nehmen.
	Gesamtkonzept »Dritte Orte« in Neuruppin auf den Weg bringen.

Handlungsfeld III: Kulturkommunikation, Sichtbarkeit und Kulturtourismus

Prioritäten	Leitziel: Verbindlich und mutig an einem Strang ziehen
	Abgleich und Harmonisierung vorliegender und derzeit erarbeiteter Konzepte/ Strategien, um Dopplungen zu vermeiden und kooperative Potenziale bestmöglich zu entfalten
	Abbau von Doppelstrukturen und Aufbau transparenter und nachvollziehbarer Strukturen bzw. zunächst Abbildung gegenwärtiger Verhältnisse (Kommunikation, Marketing, Tourismus, Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen)
erster Schritt	zentrale Akteur:innen zusammenbringen und gemeinsam Vorhaben, Veranstaltungen, Marketing miteinander vereinbaren

Prioritäten	Leitziel: An das Fontanejahr anknüpfen und Neues wagen
	Erfolgreiche Angebote aus dem Fontanejahr weiterführen und -qualifizieren.
	Bereitstellung von Qualifizierungsangeboten insbes. zu den Themen Digitalisierung, Kommunikation, Kulturelle Bildung und Teilhabe sowie Diversität.
erster Schritt	Digitalisierungsprozess und digitale Vermittlung in Kultureinrichtungen sowie für freie Kunst- und Kulturakteur:innen beginnen

Übergreifende Transformationsbedürfnisse

Prioritäten	Zukunft möglich machen
	Digitalisierung/Konnektivität: Grundlagen schaffen und Strategien entwickeln und umsetzen
	Sicherheit und Orientierung durch Klarheit und Transparenz
	New Work: Mut für Neues und agiles, flexibles und digitales Arbeiten möglich machen
	Nachhaltigkeit/Neo-Ökologie/Gesundheit: individuellen Lifestyle zur kommunalen Bewegung machen
erste Schritte	Expert:innen einladen zur Bewertung der Lage und Vorstellung der Entwicklungen in dem spezifischen Bereich insbesondere zu den drei priorisierten Feldern - zur Klärung folgender Fragen: · Welche Entwicklungen gibt es in diesem Bereich? · Wo hat die Stadt das größte Potential? · Welche Maßnahmen können sofort umgesetzt werden? · Wo gibt es Qualifizierungsbedarf und neue Konzepte?
	Neues Lernen und Arbeiten neu lernen: New Work ist hinsichtlich der Verwaltungsstrukturen und der Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen ein eigenes Themenfeld, gleichzeitig gilt es insgesamt als ersten Schritt auch neue Möglichkeiten des Projekt- und Selbstmanagements zu erproben, um den Prozess in Gang zu bringen.
	Sparringspartner:innen zur begleiteten und effizienten Umsetzung suchen. Sonst droht die »Wir haben jetzt auch Facebook"-Gefahr, in dem Sinne, dass der Aneignungsprozess so langsam ist, dass man stets zu spät ist.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Dokument Prozess zur Entwicklung

- Fontanestadt Neuruppin (2021a): Auswertung der Kulturentwicklungskonzeption 2011, verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl in Zusammenarbeit mit Mario Zetzsche, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2021b): Auswertung leitfadengestützter Expert:inneninterviews, verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/KulturStrategie_2030_Auswertung_Experteninterviews_Mai_2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2021c): Protokoll der 1. Online-Werkstatt zum Thema »Kulturelle Teilhabe und Diversität – Junges Neuruppin« am 01.06.2021, verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_1_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2021d): Protokoll der 2. Online-Werkstatt zum Thema »Sehen und gesehen werden – Storyelling Neuruppin!« am 03.06.2021, verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_2_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2021e): Protokoll der 3. Online-Werkstatt zum Thema »Eine agile Kulturverwaltung und Kulturpolitik für Neuruppin auf den Weg bringen!« am 07.07.2021, verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_2_Kulturstrategie_Neuruppin_final_12-7-2021.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2021f): Protokoll der 4. Online-Werkstatt zum Thema »Offene Zukunftswerkstatt« am 14.06.2021, verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Protokoll_Online-Workshop_4_Kulturstrategie_Neuruppin_final.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2021g): Protokoll der Abschlusswerkstatt »Kulturwerkstatt«, am 25.08.2021 verfasst von Lara Buschmann und Dr. Patrick S. Föhl, letzter Zugriff: 14.09.2021.

Grundlagen-Dokumente

- Fontanestadt Neuruppin (2020): Mitteilung: 200. Jubiläum Theodor Fontane im Jahr 2019, Rückblick und Ausblick, Neuruppin, 20.05.2020
- Fontanestadt Neuruppin (2019): NeuruppinStrategie 2030, Integriertes Stadtentwicklungskonzept, Neuruppin, 08/2019
- Wielinski, Paulina (2019): Medieninformation: Positive Abschluss-Bilanz des Fontanejahres »fontane.200«, Potsdam, 12.12.2019.
- Patrick S. Föhl/Alexandra Künzel (2014): Untersuchung von Formen, Potenzialen und Herausforderungen eines Kulturbeirats für die Fontanestadt Neuruppin, Berlin 02/2014
- Fontanestadt Neuruppin (2015a): NeuruppinStrategie 2030, Integriertes Stadtentwicklungskonzept – Teil 1: Status, Neuruppin, 23.02.2015
- Fontanestadt Neuruppin (2015b): NeuruppinStrategie 2030, Integriertes Stadtentwicklungskonzept – Teil 2: Strategie, Neuruppin, 23.02.2015
- Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg (2012): Kulturpolitische Strategie 2012, Kultur in Brandenburg, Potsdam.
- Neuruppin Stadtmarketing (2012): Kommunikations- und PR-Konzept.
- Patrick S. Föhl (2012): Strategie – und Maßnahmenplan zur kulturellen Entwicklung im Landkreis Ostprignitz-Ruppin – Grundlagendaten und Dokumentenanalyse. Berlin, 11/2012, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Potsdam/Neuruppin (2011a): Kulturentwicklungskonzeption für die Fontanestadt Neuruppin und Feststellung von Qualifizierungsbedarf im Kulturbereich. Übersicht der Analysen, Ziele und Maßnahmen (=Kurzübersicht), verfasst von Dr. Patrick S. Föhl, Fachhochschule Potsdam. 10/2011, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Kultur_Downloads/KEK_Neuruppin_2011_Empfehlungsuebersicht.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Potsdam/Neuruppin (2011a): Kulturentwicklungskonzeption für die Fontanestadt Neuruppin und Feststellung von Qualifizierungsbedarf im Kulturbereich. Band 2 (Abschlussbericht): Zusammenfassende Analysen, Ziele und Handlungsempfehlungen, verfasst von Dr. Patrick S. Föhl, Fachhochschule Potsdam. 10/2011, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Kultur_Downloads/KEK_Neuruppin_2011_Band2.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Potsdam/Neuruppin (2011): Kulturentwicklungskonzeption für die Fontanestadt Neuruppin und Feststellung von Qualifizierungsbedarf im Kulturbereich. Band 1 (Materialband): Grundlagen, Bestandsaufnahmen, Forschungsergebnisse und Einzelempfehlungen für Kultureinrichtungen/-sparten, verfasst von Dr. Patrick S. Föhl, Fachhochschule Potsdam. 09/2011, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Kultur_Downloads/KEK_Neuruppin_2011_Band1.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.
- Fontanestadt Neuruppin (2008): Richtlinie zur kommunalen Kulturförderung der Fontanestadt Neuruppin (Kulturförderrichtlinie 2021), Drucksache 2008/61, 7. Ergänzung, Download: https://www.neuruppin.de/fileadmin/dateien/Kultur/Kultur_Dateien/Richtlinie_der_kommunalen_Kulturfoerderung.pdf, letzter Zugriff: 10.09.2021.

Impressum

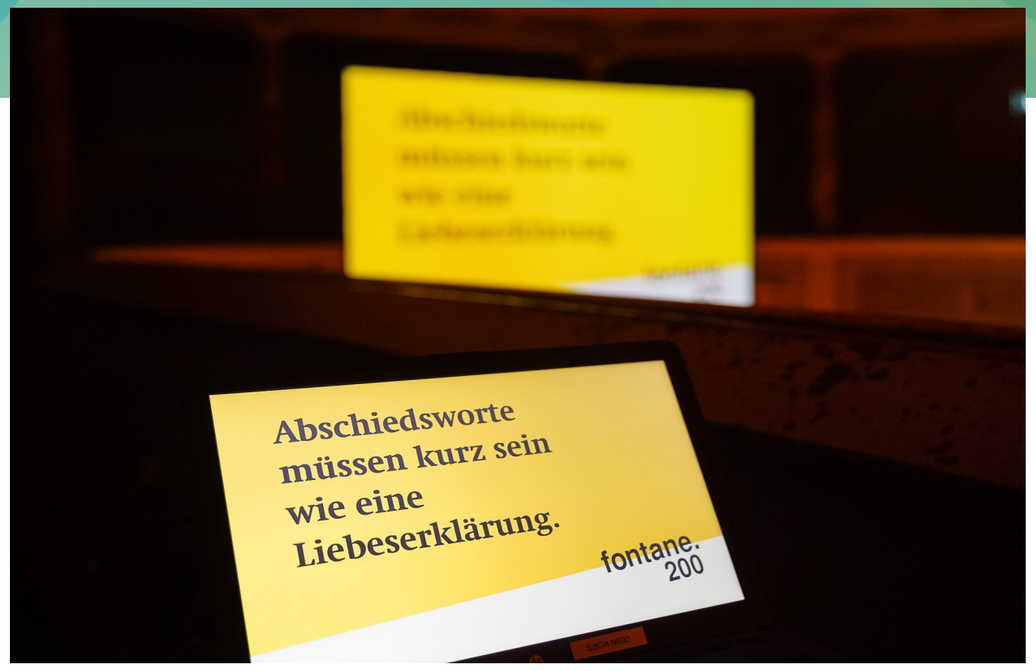

Abbildung 3: Einladungskarte zum 30.12.2019 (c) Andreas Kunow / Fontanestadt Neuruppin

FONTANESTADT
NEURUPPIN

Herausgeber:

Fontanestadt Neuruppin
vertreten durch den Bürgermeister Nico Ruhle
Karl-Liebknecht-Straße 33/34
16816 Neuruppin
Tel.: 03391 355-123 | Fax: 03391 355-122
stadt@stadtneuruppin.de | www.neuruppin.de

Kontakt:

i.A. Mario Zetzsche, Kulturreferent
Tel.: 03391 355-686| Fax: 03391 355-799
Mail: mario.zetzsche@stadtneuruppin.de | www.neuruppin.de/kulturstrategie2030

Externe Projektleitung:

Netzwerk Kulturberatung
Dr. Patrick S. Föhl und Lara Buschmann
www.netzwerk-kulturberatung.de

Gestaltung:

Werbeagentur Müller
Marcel Müller
Tel.: 03391 348 45 77
Mail: info@werbeagentur-neuruppin.de | www.werbeagentur-neuruppin.de

FONTANESTADT
NEURUPPIN