

Dokumentation

Kulturpolitische Strategie für die Landeshauptstadt Potsdam

Digitaler Auftakt am 21. und 22. Januar 2022 (online und im Waschhaus Potsdam)



Inhaltsverzeichnis

- 1 Übersicht der Veranstaltung
- 2 Veranstaltungsablauf (inkl. Warm-Up)
- 3 Ergebnisse der Arbeitsgruppen
- 4 Ideen für die ersten Arbeitsgruppen (inkl. „Vernetzungseck“)

1 Übersicht der Veranstaltung

Ort

Videokonferenz über Zoom, AG-Team und Zebralog-Hauptmoderation in gemeinsamer Location vor Ort in Potsdam (Waschhaus Potsdam)

Zielgruppe

Kulturlandschaft Potsdam, kulturpolitische Akteure

Teilnehmendenzahl

Zwischen 65 und 140 Teilnehmenden

Kontext und Ziel der Veranstaltung

Der Prozess der kulturpolitischen Strategie wird mit einem großen Kreis eingeladenen Kulturakteure angestoßen, ein gemeinsames Verständnis der Inhalte der Strategie erarbeitet und der Grundstein für die darauffolgenden Arbeitsgruppen gelegt (Formierung und Arbeitsbefähigung). Die Veranstaltung informiert über den Prozess und den damit angestoßenen ausführlichen Beteiligungsprozess, welcher bereits mit der Veranstaltung beginnt.

Gastgeber*innen

Noosha Aubel (Landeshauptstadt Potsdam, Beigeordnete für Bildung, Kultur, Jugend und Sport)

Birgit-Katharine Seemann (Landeshauptstadt Potsdam, Fachbereich Kultur und Museum)

Bianka Peetz-Mühlstein (Landeshauptstadt Potsdam, Fachbereich Kultur und Museum)

Greta Dadalau (Landeshauptstadt Potsdam, Fachbereich Kultur und Museum)

Julia Glesner (Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit)

Sabine Haack (Büro für Kultur und Konzept / Projektteam Fachhochschule Potsdam)

Mathias Paselk (Waschhaus Potsdam)

Hauptmoderation

Julia Fielitz und Matthias Trénel, Zebralog

Moderator*innen der Arbeitsgruppen

1) Kulturförderung (Matthias Trénel, Zebralog)

2) Stadtentwicklung, Kultur- und Kreativwirtschaft (Julia Fielitz, Zebralog)

3) Kulturelle Bildung und Teilhabe (Ilka von Eynern, Zebralog)

4) Kommunikation und Marketing (Sabine Haack & Julia Glesner, Fachhochschule Potsdam)

5) Open Space (Alina Schütze, Zebralog)

2 Veranstaltungsablauf

Freitagabend 21.1.22

UHRZEIT	TAGESORDNUNG	ERLÄUTERUNG
12.00 – 13.00	Technik-Sprechstunde	Hilfe beim Einrichten von Zoom und Miroboard
16.30 – 17.00	Technik Check-In und Ankommen	Ankommen mit Hilfestellung
17.00 – 17.10	Begrüßung	Begrüßung durch Waschhaus Gastgeber Mathias Paselk und die Hauptmoderation von Zebralog
17.10 – 17.35	Keynote	der Beigeordneten für Bildung, Kultur, Jugend und Sport Noosha Aubel
17.35 – 17.45	Digitales Warm-Up	mit Mentimeter und Miroboard
17.45 – 18.15	Einführung in Auftrag, Themen und Prozess	Einführung in Auftrag, Themen und Prozess der Gastgeberinnen Frau Seemann (Landeshauptstadt Potsdam) und Frau Glesner (Fachhochschule Potsdam). Anschließend informeller Austausch in zufälligen Gruppen
18.15 – 18.35	Einführung in die Arbeitsgruppen	Vorstellung von vier Arbeitsgruppenthemen durch Frau Seemann (Landeshauptstadt Potsdam)
18.35 – 18.45	Themensammlung	Worüber soll in den Arbeitsgruppen gesprochen werden?
18.45 – 19.00	Pause	
19.00 – 19.45	Arbeitsgruppen (frei wählbar)	Diskussion und Ergänzung der gesammelten Inhalte aus dem Plenum
19.45 – 20.00	Zusammenfassung und Ausblick	Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen und Ausblick auf den nächsten Tag
ab 20.00	Ausklang im virtuellen Foyer	Ausklang und Austausch in frei wählbaren virtuellen Kultureinrichtungen

Samstagvormittag 22.1.22

UHRZEIT	TAGESORDNUNG	ERLÄUTERUNG
09.30 – 10.00	Technik Check-In und Ankommen	Ankommen mit Hilfestellung
10.00 – 10.15	Begrüßung	Begrüßung durch die Hauptmoderation von Zebralog und Hinweise für den Ablauf
10.15 – 11.30	Arbeitsphase in parallelen Arbeitsgruppen	Es finden die gleichen Arbeitsgruppen wie am Freitag statt. Die Teilnehmenden können entscheiden, ob sie in einer Gruppe bleiben oder zwischendurch wechseln.
11.30 – 11.45	Blitzlicht im Plenum	Kurzvorstellung der Ergebnisse
11.45 – 12.00	Ergänzen der Bestandsaufnahmen	Teilnehmende können frei zwischen den Arbeitsgruppen wechseln und Bestandsaufnahme ergänzen
12.00 – 12.30	Mittagspause	
12.30 – 13.00	Organisation der Arbeitsgruppen	Input für den Folgeprozess nach der Auftaktveranstaltung und Gelegenheit für Rückfragen
13.00 – 13.40	Zuordnung zu den Arbeitsgruppen	Zusammenstellung der Arbeitsgruppen für den weiteren Prozess, Klären von Fragen für die Zusammenarbeit
13.40 – 14.00	Fazit & Ausblick	Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen, Ausblick und Verabschiedung
ab 14 Uhr	Ausklang und informeller Austausch	Ausklang und Austausch

Digitales Warm-Up mit Mentimeter

Welchem kulturellen Sektor /
Bereich ordnen Sie sich zu?



© Markus Bertuzzo

Welcher ist ihr kultureller
Lieblingsort in Potsdam?



© Markus Bertuzzo

3 Ergebnisse der Arbeitsgruppen

1) Kulturförderung

Moderation Matthias Trénel

2) Stadtentwicklung, Kultur- und Kreativwirtschaft

Moderation Julia Fielitz

3) Kulturelle Bildung und Teilhabe

Moderation Ilka von Eynern

4) Kommunikation und Marketing

Moderation Sabine Haack und Julia Glesner

5) Open Space & Ideenwerkstatt

Moderation Alina Schütze



Dokumentationshinweis

Die Arbeitsgruppen trafen sich über die beiden Veranstaltungstage zu mehreren Sitzungen in Break-Out-Räumen (siehe Veranstaltungsablauf). Die hier dokumentierten Ergebnisse sind Zusammenfassung und Synthese der gesammelten Sitzungen. Sie enthalten somit Beiträge aus verschiedenen Teilnehmendenkonstellationen.

AG 1 Kulturförderung

Teilnehmende **40/10** (Schätzung)
(Tag1/Tag2)

Fokus **Struktur der Kulturförderung, Transparenz, Bürokratieabbau, Digitalisierung, Beratung**

THEMENSAMMLUNG

Struktur der Kulturförderung

Die zahlreichen Rückmeldungen zur Struktur der Kulturförderung betreffen hauptsächlich die Frage, wie gut die Fördermöglichkeiten den Bedarfen der Kulturschaffenden entsprechen und wie sie zeitgemäßen Kulturformen gerecht werden können. Gewünscht werden Strukturen zur Förderung mehrjähriger Projekte (wie z.B. Festivals), von über die Jahre gewachsenen institutionellen Strukturen, von (vorbereitenden) Prozessen und Diskursen, von Kleinstvorhaben, von Ausstellungen, von temporären Nutzungen, von interdisziplinären bzw. transsektoralen Vorhaben (z.B. im Jugendbereich), von internationalen Projekten und von Kooperationsprojekten mit Kulturschaffenden außerhalb Potsdams. Darüber hinaus wurde mit dem Ziel der Inklusion darüber gesprochen, welche Zielgruppen mit welchen Instrumenten (z.B. Künstler*innen mit Stipendien) gefördert werden können und wie die Kulturförderung bedarfsgerecht auf den Potsdamer Stadtraum verteilt werden kann (Ortsteilförderung, Hotspots der Stadtentwicklung).

Transparenz und Partizipation

Es wurde der Anspruch formuliert, Zusammensetzung, Bewertungskriterien und Arbeit der Juries nachvollziehbar zu gestalten, um möglichst erfolversprechende Anträge einreichen zu können. Dies sei insbesondere für neue Antragsteller*innen wichtig, die noch keine Erfahrung haben und den Fachbereich noch nicht kennen. Zudem wird angeregt, die Kulturschaffenden selbst in die Entwicklung von Förderprogrammen und Themensetzungen einzubeziehen.

Vereinfachung und Beratung

Die Kulturschaffenden haben Gesprächsbedarf, was die Vereinfachung der Einreichung und Abrechnung von Projekten angeht. Hier werden Optimierungsmöglichkeiten gesehen, die insbesondere auch mit der Digitalisierung von Prozessen erreicht werden können. Dies gilt auch für die Aufbereitung von Informationen über die Fördermöglichkeiten, welche weiteren Förderprogramme bestehen und wie sie sich gegebenenfalls kombinieren lassen. Ein weiteres Thema sind Angebote für die persönliche Beratung – nicht nur vor und bei der Antragstellung, sondern auch bei der Umsetzung der Projekte (z.B. Vernetzung mit anderen Akteuren, Tipps für Räume).

BESTANDSAUFNAHME

Neue Formen der Kulturförderung sind positiv, aber reichen nicht aus

Gelobt wird, dass es in Potsdam mittlerweile eine Förderung von Festivals gibt. Allerdings klagen immer noch viele über zu unsichere Perspektiven, über zu späte Zusagen und zu große Vorleistungen und damit verbunden über ein zu großes Risiko, das die Akteure in der freien Kulturszene vielfach eingehen. Es wird erwartet, dass der Fachbereich Kultur in Zusammenarbeit mit dem Kämmerer die Förderstrukturen weiterentwickelt, die rechtlichen Spielräume dafür nutzt und dabei Erfahrungen aus anderen Städten wie Dresden berücksichtigt.

Wird die Kulturförderung gerecht aufgeteilt?

Die Förderung der großen Kultureinrichtungen (Hans-Otto-Theater u.a.) wird allgemein als erfolgreich angesehen. Es sollte aber kritisch geprüft werden, wie gerecht das Budget für die Kulturförderung zwischen festen Institutionen und freien Trägern und zwischen den Kultursparten (Theater, Musik, Bildende Kunst, etc.) aufgeteilt wird und wie sich Schwerpunktsetzungen rechtfertigen lassen.

Potsdam hat viele Geldgeber – gebraucht wird eine Vernetzung mit Kulturschaffenden

Die Stadt Potsdam kann neben direkter Förderung der Kulturschaffenden auch eine Mittlerrolle einnehmen mit dem Ziel, Kulturschaffende mit potenziellen Geldgebern und Werbepartnern (Stadtwerke, Sparkasse, Unternehmen, etc.) zu vernetzen.

Fachbereich Kultur macht gute Arbeit - und kann mit digitalen Prozessen noch besser werden

Die Mitarbeitenden des Fachbereichs Kultur der Landeshauptstadt werden als ansprechbar, hilfsbereit und unterstützend wahrgenommen. Gleichzeitig können insbesondere neue Akteure davon profitieren, wenn das (digitale) Informations- und Betreuungsangebot ausgebaut wird, die (digitalen) Prozesse zur Einreichung und Administration der Anträge vereinfacht werden und offene Austausch- und Beteiligungsformate zur – thematischen wie strukturellen – Weiterentwicklung der Kulturförderung gefunden werden.

PLANUNG DER ARBEITSGRUPPENSITZUNGEN

Aufbauend auf der Themensammlung und ersten Bestandsaufnahme wurde für die Sitzungen der Arbeitsgruppe Kulturförderung vorgeschlagen, beginnend eine geteilte Informationsgrundlage zum Status Quo der Kulturförderung zu schaffen. Anschließend sollen Schwerpunktthemen wie „mehrjährige Förderung“, „Mikroförderung“ und „Vereinfachung des Antragsverfahrens“ behandelt werden. Hilfreich wären dabei auch externe Expertisen zu rechtlichen Spielräumen und „Kniffs“ im Zuwendungsrecht.

Legende

Titel

Thema

Themensammlung Kulturförderung (Teil 1/2)

Struktur der Kulturförderung							
überjährig, transsektoral...	Nicht nur Projekt- auch Prozessförderung	Strukturförderung(en)	MicroGrants	Kulturförderung interdisziplinär	Zielgruppen für die Förderung	Orte für Kultur	Finanzrahmen
Wo liegt der Handlungsspielraum?	Rechercheförderung (offene, künstlerische Prozesse)	institutionelle Förderungen stärken	niedrigschwellige Antragsverfahren	Der Jugendkulturfonds fungiert als Schnittstelle zwischen Jugend und Kultur und muss unbedingt mitgedacht/weiterentwickelt werden (SJR)	Kinderkunst sichtbar machen	Orsteilförderung	Wie viele Mittel stehen zur Verfügung?
Frage nach Grenzen der Haushaltsordnung	gesicherte finanzielle Förderung über einen mehrjährigen Zeitraum, um Kapazitäten für die eigentliche Projektarbeit zu haben,	institutionelle Fördermöglichkeiten für langjährige Projekte welche kein "Haus" haben	schnell an wenig Geld kommen (ca. 1.000-2.000 EUR)	Stipendien	inklusive Formate und Arbeitsweisen	Kulturrorte in Potsdam besser ausnutzen	Gibt es einen Förderungsschlüssel/Verhältnis zwischen Hochkultur und Soziokultur?
überjährige Förderung (z.B. Festivals) ist prinzipiell möglich	Planungs-sicherheit	Kulturelle Infrastruktur als staatliche Aufgabe: d.h. institutionelle Förderung nicht vergessen	Wie kann Kulturförderung schneller werden und wie kann Kultur damit schneller reagieren?	mehr Künstler:innen Stipendien	Förderprogramm für Subkultur/junge Szene	In der Potsdamer Mitte braucht es Räume für Soziokultur. Auch dort gibt es Bewohner:innen, die z.T. wenig Ressourcen haben, hoher Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund in der Potsdamer Innenstadt, viele Senior:innen.	der Großteil geht an große Kulturinstitutionen
Mehrjährigkeit	langfristige Planungs-sicherheit	wie können neue Institutionen entstehen? wie kommt man in die institutionelle Förderung? Und können Festivals nicht auch Institutionen sein?	Mikrokredite für Mikroprojekte	Stipendien für Solokünstler*innen und Veröffentlichung der Ergebnisse in einem open space, hab edie letzten drei Stipendien erhalten	Künstlerinnen Förderung	Förderprogramm zur Bespielung von Außenflächen mit Schwerpunkt musikalische Bühnenprogramm für Open-Air-Veranstaltungen	Balance "Passive Kultur" (Anschauen) vs. "Aktive Kultur" (Selbstverwirklichungsräume)
Langfristige Planungsmöglichkeiten	Festivalförderung / Projektförderung überdenken - wie sollen Festivalmacher:innen davon leben?	Förderung für Ausstellungen nicht nur an Institutionen	"Kriegskasse" für kleine Projekte und ehrenamtliche Vereine, pro Antrag auf 1.500 € begrenzt, nicht mehr als 3 Seiten pro Antrag. Ein Wunschraum...;-)	Künstlerförderung versus Einrichtungsförderung	Neudefinition von "Zielgruppen" in der Förderpolitik (Was heißt "bildungsbenachteiligt in der Pandemie?")	Zwischennutzungen von leerstehenden Gebäuden realisieren	keine Förderung mit der Gießkanne (à la viele Projekte erhalten wenig Zuwendung)
nachhaltige und innovative Fördermodelle / Überjährigkeit auch für Projekte	Stabile Förderszenarien	Förderung für internationale Projekte	Mehr neue Formate	Kooperationsprojekte zwischen kommunalen Institutionen und freien Künstler*innen - local artist in residence	Finanzierung der Teilhabe von Menschen mit Behinderung	Anrechenbarkeit von Eigenmitteln	Finanzierung nicht erst ab Mai
Mehrjährige Förderzusagen	Mehrjährige Förderung für längerfristige Planung ermöglichen	Blick auch nach außen richten (Europa), daran Förderstrukturen anpassen	Mix aus bewährten und neuen Fördermechanismen (Innovation)	Kulturverständnis	Chancen für kleine Einrichtungen	Eigenmittelanteil bei öffentlichen Förderungen	Abgestimmte Mittelfristplanung, keine automatische Hochrechnung
Förderung über mehr als einem Jahr für Planungssicherheit und langfristige Konzepte	Förderzusagen für 3-5 Jahre	Förderung von international ausgerichteten Projekten	Neue Formate fördern	Kunst- / Kulturprojekte nicht als Konsumprodukt sondern als Diskursgenerator verstehen >> d.h. Begegnungs- und Austauschplattformen schaffen für Publikum / Rezipienten untereinander aus Anlass der Kunst	Förderung von Projekten, die auch Zusammenarbeit mit Künstlern in Berlin umfassen	Anerkennung Ehrenamt im Eigenanteil	Dynamische Anpassung des Kulturhaushalts an das Wachstum der LHP und mind. jährlicher Inflationsausgleich
Mehrjährige Förderung zur langfristigen Planung			experimentelle Förderung !	Selbstverständnis der Stadt als Ort zeitgenössischer Kunst / Kulturproduktion (vs. Stadt als Museum)	Förderung von Folgeprojekten / Gastspielen / Wiederaufnahmen	Bessere Möglichkeiten Ehrenamt/unbare Eigenleistungen in Förderanträgen einzubringen	Förderfähigkeit von Verpflegung überdenken
mehrjährige Förderung für Institutionen				Förderung in der Funktion als Landeshauptstadt	qualifizierte Kunstkritik fördern	Kunstsalon	Anbest überarbeiten, vereinfachen, Grenze für mehrere Angebote hochsetzen etc.

Legende

Titel

Thema

Themensammlung Kulturförderung (Teil 2/2)



Bestandaufnahme Kulturförderung

Struktur der Kulturförderung	Langjährige Förderung (von Festivals)	hohe Motivation der Antragsteller darf nicht "ausgenutzt" werden	Förderung mehr als ein Jahr, ggf. Beginn mit 3 Jahren	Förderwesen neu denken	in Dresden oder Leipzig gibt es das
dass es förderung speziell für festivals gibt	sonst wird ständig in Vorleistung gegangen	teilweise seit 10 Jahren	langjährige Förderung für Projekte	Pauschalen	Modell der Mehrjährigkeit auch für evaluierte Projekte - (zwischenstufen zweijährig - Berliner Modelle)
Förderung von Kultureinrichtungen in den Ortsteilen	keine Planbarkeit des Einkommens	zu große Ungleichbehandlung mit großen Kultureinrichtungen	Dem Kämmerer verständlich machen, dass es nicht nur um Ausgaben sondern um Einnahmen geht am Ende	Vorschüsse	braucht Bekenntnis der SW und des Kämmerers
Zeitlicher Rahmen von der Antragstellung bis zum Bescheid im Festivaltat	Antragstellung und Abrechnung muss vereinfacht werden	nicht nur manchmal, das ist hochproblematisch!	es braucht eine neue Anspruchshaltung was den Stellenwert der freien Szene angeht	Verlässlichkeit der Förderung	Gute Bsp:
auch bei kleinteiliger Projektförderung	große Belastung für freie Träger	uneinheitlich, manchmal auch sehr lange Wartezeit, dadurch viel Vorleistung/Risiko; selbst bei wiederkehrenden Festivals	Anpassung und Gleichstellung der Bildenden Kunst mit den anderen künstlerischen Disziplinen bzgl. Projektförderung und Ausstattung mit Investitionsmitteln	Verlängerung der Förderzeiträume von ein auf drei Jahre	Ich habe gerne zur Kulturförderung nach dem Thema „Zerlegung unserer Eigenmittel“ beigetragen, da dies auch in einer strategischen Ausrichtung der Dresdner Kulturförderung gehört. Die LfF akzeptiert das zwar, allerdings in der Zukunftsmenge, aber es gibt dazu keine Beratung, geschweige denn eine praktische Aufklärung dieses Weges zu wählen. Und langfristige finanzielle Engagements können oft ausbleiben, welche nicht über Förderzeiträume verfügen, sondern 10% Eigenmittel zusammen können oder das nötige Know-how besitzen, um diese in einem Bereich nachzuheben die anderen Eigenmittel nachweisen. Hier besteht es eine praktische Möglichkeit der Verwaltung im gesamten Jugend- und Sozialkulturinitiativen zu befragen, um diese zu befragen und nach sehen wo der geforderte 10% Eigenmittel zu schauen. (z.B. durch einen speziellen Zusatzantrag in den Anträgen, wie unsere Eigenmittel nachgewiesen werden. Bsp. Lokale Kulturvereine, Vereine, Musikvereine etc.) Handlungsplan zur Umsetzung der Kulturförderung in Potsdam, wo unsere Eigenmittel direkt Bestandteil des allgemeinen Theaterwesens sind. https://www.potsdam.de/de/kultur/10-eigenmittel https://www.potsdam.de/de/kultur/10-eigenmittel
Förderung der großen Kultureinrichtung (z.B. HOT)	Bildende Kunst führt in Potsdam Schattendasein	vor allem im Vergleich zu Theater		Auskömmliche Förderung	
	Weg von hin zur kontinuierlicher Förderung zu kommen, dauert zu lange	fehlende Kontinuität und Planbarkeit von Förderung für die Amateurensembles		Anpassung des Gesamttat	

Legende

Titel

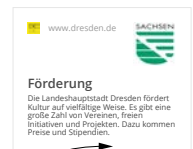
Thema

Läuft gut

Läuft nicht gut

Sollte sich ändern

Es braucht



Förderung

Die Landeshauptstadt Dresden fördert Kultur auf vielfältige Weise. Es gibt eine große Zahl von Vereinen, freien Initiativen und Projekten. Dazu kommen Preise und Stipendien.

Hinweis Dresden - hier auch freie Theatermodelle mit auskömmlicher Förderung sind in kommunaler Trägerschaft - Bsp. Europa Zentrum der Künste Hellerau / Societatstheater u.a.

Transparenz, Partizipation	hier gibt es ein großes Potenzial	Akteure vernetzen sich	Vernetzung mit weiteren finanziellen Unterstützer*innen	Koordinierung, Management mit finanzieller Unterstützung für Potsdamer Mitte	
Struktur der gesamten Kulturförderung = Transparenz	Übersichtlichkeit und Transparenz der Kulturförderung	Transparente Darstellung der Entscheidung	Vernetzung mit Werbepartnern "das wird gefördert, bitte bewerben Sie es"	wo kann ich mich mit Stadtwerken, Sparkasse, etc. zusammensetzen	Potsdam-Berlin Werbung etc. Vernetzung
gerade junge/neue Kulturschaffenden, die noch nicht in Netzwerken drin sind, brauchen eine stärkere Interessenvertretung	Klarere Förderrichtlinien erarbeiten, Transparenz der Entscheidungen		Kanäle müssen geschaffen werden	Unternehmen und Kulturschaffenden zusammen bringen	damit freie Träger nicht unkoordiniert selbst andere mögliche Finanzierer anschreiben müssen
Information und Beratung	Abstimmung Uil, events für die PHM	Verwaltungsmitarbeiter erleben sich als ErmöglicherInnen	gutes Marketing, Verantwortliche für die Kommunikation	Webseite	Kommunikation über FB/GB direkt zum OB
Kommunikation mit dem FB	gut möglich, persönliche Gespräche zu führen	Kommunikation zu Fördermodellen	Adressatinnengerechte Kommunikation über gefördertes Angebot (ermäßigte Eintritte für Kinder, Jugendliche ...)	Übersicht zur Fördermodellen auf der Website	Verwaltung schafft Büro für Antragswesen=Künstler:innen machen Inhalte,
Termine werden gefunden, man ist beüht	Tipps werden gegeben	digitale anmeldeformulare und zugewandungsbescheide	niederschweligen Zugang zu Informationen (Mehrsprachigkeit, Leichte Sprache etc.)	FAQs zu den einzelnen Modellen	Bezieht sich auf Kommunikation aus der Verwaltung hinaus
Klärung von Sachverhalten mit dem FB	Unterstützung beim Ausfüllen von Förderanträgen	Förderungsmöglichkeiten sollten mehr publik gemacht werden	Erläuterung der Prozesse	Öffentlichkeitsarbeit und Beteiligung	herantreten an schulen um informationes austausch was findet statt
		Kommunikation weiterer Fördermgl. (Land, Bund, EU)			

Bearbeitung

Einfache und zugleich rechtssichere Verfahren bei der Zuwendungsvergabe

Antragsstellung muss einfacher werden, zuviel buchhalterisches Know-How nötig

Vereinfachung von Antragstellungen und Abrechnungen!

Kommunikation & ÖA

Kommunikation zwischen FB Marketing und Kultur

Die Kommunikation von Förderungsmöglichkeiten

Planung der Arbeitsgruppensitzungen Kulturförderung



AG 2 Stadtentwicklung, Kultur- und Kreativwirtschaft

Teilnehmende **30/18** (Schätzung)
(Tag1/Tag2)

Fokus **Verständnis von Kultur, Kultur in der Stadtentwicklung, Zusammenarbeit von kulturellen Akteuren und Verwaltung, Freiflächen und Räume für die kulturelle Nutzung**

Verständnis von Kultur

Ein wichtiger Diskussionspunkt der Arbeitsgruppe war das Verständnis von Kultur. Neben Stimmen, die sich für eine genauere Definition des Kulturbegriffs aussprachen, warnten andere vor einer genauen Definition und damit der Begrenzung des Kulturbegriffes: Gerade die Vielfalt an Kultur- und Kreativwirtschaft sei das Besondere in Potsdam. Potsdam profitiere von seiner kulturellen Diversität. Diese Vielfalt sollte kulturpolitisch gestärkt werden. Das Verständnis sollte sein, dass die Landeshauptstadt Potsdam die Kultur – in all ihrer Vielfalt – ermöglichen möchte.

In diesem Zusammenhang sollte auch eine kulturelle Reflexion über den Postkolonialismus, den Nationalismus sowie Fragen zur kulturellen Identität ihren Raum finden. Identität wurde sowohl mit Blick auf Sozialräume als auch mit Blick auf die Themen Abriss, Erhalt und Wiederaufbau benannt.

Kultur bei Stadtentwicklungsprozessen frühzeitig einplanen

Kultur- und Kreativwirtschaft sollten als wesentlicher Motor der Stadtentwicklung verstanden und rechtzeitig bei der Planung von neuen Stadtentwicklungsprozessen eingeplant werden (Beispiele: In Golm würde insbesondere Wissenschaft und Einzelhandel eingeplant, aber keine kulturelle Infrastruktur. Welche Art von Kultur ist für Krampnitz geplant?). So wie auch Handel, Ärzte, Schulen und Kitas bei der Planung von neuen Stadtquartieren mitgeplant werden, so solle auch Kultur als lebensnotwendige Infrastruktur in jedem Sozialraum mitgeplant werden. Dafür müsse – genau wie bei den zu erbringenden Sozialleistungen – auch eine Investmentsumme im Haushalt für kulturelle Infrastruktur vorgesehen werden. So wie die Stadt Potsdam wachse, müsse auch die kulturelle Landschaft mitwachsen und die Kultur- und Kreativwirtschaft quantitativ und qualitativ gestärkt werden. Dies müsse sich in einem höheren Kulturhaushalt widerspiegeln.

Ermöglichende Stadtverwaltung

Die Stadtentwicklung dürfe nicht die bestehende kulturelle Infrastruktur destabilisieren und vorhandene Freiräume nehmen. Es brauche mehr Verständnis für die Situation der kulturellen Akteure, welche zum Teil nur begrenzte personelle und finanzielle Kapazitäten hätten. Pachterhöhungen oder schwierige bürokratische Auflagen (Genehmigungsverfahren) machten es kulturellen – zum Teil ehrenamtlich arbeitenden – Akteuren schwer sich zu engagieren. Die Teilnehmenden wünschen sich eine ermöglichende Verwaltung, die Zwischennutzungen und Nutzungen im öffentlichen Raum unterstütze. Die Stadtverwaltung solle den Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft stärker priorisieren: Wenn Potsdam eine kulturell attraktive und lebendige Stadt sein solle, müsse die Stadtverwaltung Genehmigungsverfahren für Veranstaltungen der Kultur- und Kreativwirtschaft vereinfachen.

Dialog und Zusammenarbeit in der Stadtentwicklung zwischen Verwaltung und kulturellen Akteuren

Kulturelle Akteure sollten in Stadtentwicklungsprozesse stärker einbezogen werden. Sie würden derzeit insbesondere für Feiern und Gedenken angesprochen, nicht aber bei anderen planerischen Prozessen. Kultur könnte jedoch viel stärker in Stadtentwicklungsprozesse eingebunden werden und spannende Ansätze wie MakerSpaces o.ä. hervorbringen. Kulturakteure sollten bei Stadtentwicklungsprozessen aktiv eingeladen und beauftragt werden, statt abzuwarten, dass sie von sich aus Fördermittel beantragen.

Vorbild für einen dialogischen Austausch und eine Zusammenarbeit zwischen kommunaler Ebene und kulturellen Akteuren könnten Diskussionsformate sein, wie sie derzeit im Bereich Klima oder Demokratie in Potsdam stattfinden. Dafür sollten nicht nur die großen etablierten kulturellen Akteure, sondern auch kleinere kulturelle Akteure zusammengebracht werden. Es sollte geklärt werden, welche Verbindung es zwischen den kulturellen Akteuren und der Kommune bei der Stadtentwicklung brauche.

Freiflächen im öffentlichen Raum für kulturelle Nutzungen

Während der Pandemie wurden neue Räume im öffentlichen Raum für die Kultur entdeckt. Diese neuen Freiräume sollten auch zukünftig mitgedacht werden: Bei der Planung von neuen Stadtquartieren sollte Raum ohne eine bestimmte Funktion und Festlegung vorgesehen werden. Durch diese Art von Freiräumen könne neue kulturelle Aktivität entstehen.

Kulturelle Infrastruktur für verschiedene Zielgruppen

Die Teilnehmenden wiesen mit Nachdruck darauf hin, dass es in Potsdam zu wenig Probieräume für verschiedene kulturelle Aktivitäten gäbe (z.B. Band- oder Theaterprobieräume mit Schallschutz). Es brauche (Frei-)Räume mit geringen Mietkosten bzw. einer entsprechenden Förderung sowie dezentrale und niedrigschwellige Angebote. Dies gilt sowohl auf der Ebene der Zielgruppen (z.B. Kinder- und Jugendliche und Studierende) als auch auf der stadträumlichen Ebene (Räumlichkeiten sowohl in den Stadtteilen als auch in der Innenstadt).

Rückmeldung zur Zusammenarbeit in den zukünftigen Arbeitsgruppen (AG)

Die Teilnehmenden wünschten sich eine genauere Klärung für das Selbstverständnis der AG. Geklärt werden sollte, wie basisdemokratisch der Prozess sein, wie das Meinungsbild entstehe und an welcher Stelle Entscheidungen getroffen würden. Angeregt wurde, dass die AG als eine Art Think Tank für die Strategie fungiere. Es wurde darauf hingewiesen, dass nicht alle Teilnehmende viel Zeit für ehrenamtliche Prozesse habe. Die Perspektive aus den Stadtteilen (Bürgerhäuser, Quartiersmanagement) solle berücksichtigt werden. Einige Teilnehmende konnten sich vorstellen (von außenstehenden Personen vorformulierte) Textbausteine kollaborativ zu bearbeiten und weiterzuentwickeln.

Es wurde darauf hingewiesen, dass es zwar schön sei, gemeinsam eine Strategie zu entwickeln, die von allen getragen würde. Falls dies aber nicht möglich sei, wurde von langen Konsensdebatten abgeraten.

Themensammlung

Stadtentwicklung, Kultur- und Kreativwirtschaft (Teil 1/2)

Legende

Titel

Thema

Reflexion & Verständnis von Kultur	eigene übergeordnete AG	große Vielfalt der Kulturangebote in Potsdam / geforderte freie Initiativen und Strukturen neben kommunalen Einrichtungen (auch im Verhältnis zu anderen Kommunen)	Wie spricht Potsdam Touristen an? Halten wir sie für zu leicht?	Selbstverständnis der Stadtverwaltung sollte es sein, Kultur ermöglichen zu wollen	einfache Genehmigungsverfahren in der Stadt	Kultur-Invest
Was ist unter Kultur zu verstehen? Was fällt unter Kultur? Wie will Potsdam als Akteur Kultur fördern?	Wie weit geht der Kulturbegriff? Wie wird das strategische Formuliert in der Strategie (Es braucht Ziele, gemeinsames Verständnis...)	statt Klärung des Begriffs: Ermöglichung schaffen!	Kulturprojekte nicht zusätzlich destabilisieren, wie zB durch Pachterhöhungen durch die Kfz mitten in der Corona-Krise, in der die finanzielle Grundlage einiger Projekte gänzlich entfällt / generell keine wirtschaftlichen Maßstäbe ansetzen beim Ehrenamt	Verwaltungsstrukturen / Finanzierung	Bsp: auf dem alten Markt ein Festival organisieren ist alleine schon schwierig - mehr Zusammenarbeit mit der Verwaltung	Es braucht eine Investmentsumme, die in Kultur investiert werden muss
breiterer Kulturbegriff!	Was ist Kultur und welchen Stellenwert hat sie in Potsdam	grundlegende Klärung des Kulturbegriffs	Kunst nicht als Deko / Kultur nicht als Zeitvertreib sehen, sondern beides als Angebot ins Erkunden neuer Gedanken / Haltungen zu kommen	es braucht Verwaltungsstrukturen, die helfen, dass Kultur stattfinden kann (Selbstorganisation kommt an ihre Grenzen) -> koordinieren & unterstützen, 2 Stellen	Bsp. Insellösungen: sehr viele Auflagen. Innerhalb der Stadtverwaltung muss man sich fragen, wo die Prioritäten liegen. In welcher Stadt wollen wir leben?	Baulandmodell: Sozialleistungen müssen erbracht werden (Kitas, Schulen...) -> Kulturleistungen
Kultur- und Kreative nicht nur zum Werte erzeugen "nutzen", sondern auch langfristig an Wertschöpfung beteiligen	Kulturelle Reflexion: Z.B. Postkolonialismus, Nationalsozialismus...	Kultur darf alles sein: es braucht keine enge Definition	könnte Potsdam das Heidelberg Brandenburgs werden?	ermöglichende Verwaltung, die Zwischennutzungen, Nutzungen im Öffentlichen Raum, unterstützt	Ist die Kulturverwaltung zeitgemäß? Modernisierung in Sachen Digitalisierung. Bildet sie die vielfältige Landschaft der Kultur ab?	Bildungsinfrastruktur ist auszufinanzieren. Warum ist Kultur nicht dabei?
Nicht nur Barock und Klassizismus	Mehr Preußenkritik	Müssen kulturelle Akteure einbezogen werden? Wie breit ist der Kulturbegriff aufgestellt?	warum sollte Potsdam das wollen? lässt es doch einfach POTSDAM sein!	Kultur oder Lärmschutz? Wie belebt man die Innenstädte, wenn man überall still sein muss?	Wie können Kinder und Jugendliche Stadtkultur mitgestalten? Geringere Hürden in der Beantragung von Fördermitteln für zB Jugendprojekte	Stichwort wachsende Stadt - "mitwachsen" der kulturellen Landschaft quantitativ wie qualitativ verstetigen
gehört die Baudebatte in die kulturpolitische Strategie?	Ja: Identität ist auch sozialräumlich zu verstehen (wer nutzt weiche Räumen?)	Was ist unter Kultur zu verstehen? Was fällt unter Kultur? Wie will Potsdam als Akteur Kultur fördern?	Bsp: Artist in Residence in Görlitz, wie sich die Stadt in den nächsten 10 Jahren entwickelt	Kinder und Jugendliche brauchen Orte um Kultur aktiv zu leben / zu gestalten. In Potsdam gibt es viel passive Kultur - Parks zum Spazieren gehen und anschauen.	schlanke Genehmigungsprozesse	Wachsende Stadt in Quantität und Lebensqualität muss sich auch im Kulturhaushalt widerspiegeln. Zusätzliche Kulturstrukturen müssen aus einem Haushalt wiederfinden.
Behutsamer Rückbau des GK-Turms	Identität: Abriss, Erhalt, Wiederaufbau	Wie weit geht der Kulturbegriff? Wie wird das strategische Formuliert in der Strategie (Es braucht Ziele, gemeinsames Verständnis...)		Reduktion bürokratischer Redundanzen	Potsdam profitiert von der kulturellen Diversität. Dies muss kulturpolitisch gestärkt werden.	Stabile Förderszenarien
Kultur in der Stadtentwicklung				Struktur und Aufstellung des Fb Kultur der Stadt?		
Kultur als wesentlichen Motor von Stadtteilentwicklung begreifen und rechtzeitig / von Beginn an mit einbeziehen	Bei Stadtentwicklung Betätigungs- und Bewegungsräume von Jugendlichen mitdenken, wo sie nicht "stören"	Mehr Protagonisten im Kulturbereich in der Stadtentwicklung mit einbeziehen, vor allem lokale Akteure. ☺	Baulandmodell: Sozialleistungen müssen erbracht werden (Kitas, Schulen...) -> Kulturleistungen		Wann sie die Akteure gefragt? Welche Mitentscheidungsmöglichkeiten gibt es? Prozedere, wie Akteure mit eingebunden werden?	Mapping von Kulturinstitutionen: Gibt es so etwas? Wo sind die Player, Vereine, kommunale Strukturen?
Es müssen Räume für Kultur in jedem Sozialraum als lebensnotwendige Infrastruktur bei allen zukünftigen Planungsprozessen mitgeplant werden, so wie Handel, Arzt, Schule.	Kommunikation mit Immobilienwirtschaft fördern um Räume für Kultur möglich zu machen	Kultur zur infrastrukturellen Versorgung bei der Schaffung neuer Quartiere zur Pflicht machen	Verständnis der Bedeutung von Kultur für die Stadtentwicklung	Diskussionsformate und Zusammenarbeit	Nicht nur die großen Akteure sollen einen JF bekommen, sondern die verschiedenen Player müssen zusammengebracht werden.	Mapping (Analyse) bitte nicht nur der KULTURINSTITUTIONEN sondern aller Kulturakteur:innen und kultureller (Frei)Räume!
Kulturort Bibliothek gilt weltweit als Motor für Stadtentwicklung, insbesondere in Problemzonen (Bsp Birmingham)	Wiederaufnahme des Quartiersmanagement s der Historischen Potsdame	KKW Berlin-Potsdam mehr verknüpfen	Stadtentwicklung einladen, sich am Prozess zu beteiligen.	Es gibt keinen Austausch zwischen den Akteuren in der Innenstadt und der Peripherie. Es braucht einen Transfer von Wissen und Erfahrungen. Der Verinselung in Potsdam entgegenwirken.	mehr Vernetzung zwischen Unternehmen und Künstler:innen	mehr Sichtbarkeit unterschiedlicher Orte und Initiativen
Stadtentwicklung destabilisiert z.T. Projekte: Bsp. Archiv. Bei der Entwicklung des Plans wurde Archiv nicht einbezogen. (B-Plan Änderung im Nachhinein)	aus dem Elfenbeinturm des Spezialwissens heraus: als Ziel formulieren: Kultur für die Stadtentwicklung nutzen (Makers Spaces...)	stadtweites KKW-Netzwerk gründen (z. B. als SLACK-Channel)	Herausarbeiten, welche Chance Kultur für eine gute Stadtentwicklung darstellen kann.	Es sollten Diskussionsformate gefunden werden - vergleichbar mit dem, wie es im Bereich Klima läuft - und diese auf Augenhöhe führen.	Ziel: Kultur als Vermittler / Motor von Wissensprozessen einsetzen (Praxisakteure)	Leitsysteme zu/für Kultureinrichtungen für mehr Sichtbarkeit
Wenig Verständnis für Situation vom Archiv / Pachterhöhung	Als Kulturakteur wird man eher beim Feiern und Gedenken angesprochen, nicht aber bei anderen planerischen Prozessen. -> wie kann man eine Mehrheit gewinnen in der Stadtgesellschaft	Kulturakteure aktiv einladen zu gestalten (nicht immer nur warten bis jemand Geld beantragt), Aufträge erteilen!	Krampritz: Was soll hier an Kultur entstehen? / in Golem wird über Wissenschaft und Einkauf gesprochen, nicht aber über Kultur.	Kultur/Kommunale Genossenschaft / oder Stiftung als Träger von Objekten von Kultur, Kreativ, Freiraum	Vernetzung der Veranstalter auch Online. Ergänzung nicht konkurrenz	Netzwerk Zwischennutzungen -> TRANSITRÄUME.org
Wo ist die Kultur z.B. bei Smart City eingespeist?	städtische Flächen behalten / neue erwerben für leistbare Mieten	offensive "Freiflächenvermarktung" der Schiffbauergasse	Best Practice einbeziehen	Frage: Anonyme Evaluation aus / in der Verwaltung - Expert*innenwissen?	Internationale Orientierung	Welche Verbindung braucht es zwischen den kulturellen Akteuren bei der Stadtentwicklung?
PopUp Nutzungen fördern	Beispiel: Wie Klimawandel, Demokratie etc. diskutiert werden.	Veränderungssperren für bestehende Kulturflächen zur Vermeidung anderweitiger Nutzungen	z. Bsp. Schiffbauergasse, Rechenzentrum oder auch zukünftige Kulturorte in Stadtteilen: Was für Betreiber- und Betriebsmodelle sind innovativ? Verbindung von kommunaler Beteiligung / Sicherung und freiem Engagement (Vereine) von Akteuren, die in einer freien Perspektive zusammenarbeiten		NOCH addiert: Evaluation der bestehenden und Andenken / Entwicklung zeitgemäßer / nachhaltiger Management- / Betriebsstrukturen für Kulturareale / Institutionen / Einrichtungen neben / zwischen kommunaler und freier Struktur (zwischen Sicherheit, kommunaler Anbindung und Freiheit / individueller Verantwortung und Engagement)	Vernetzung / Kommunikation

Themensammlung

Stadtentwicklung, Kultur- und Kreativwirtschaft (Teil 2/2)

Legende

Titel

Thema



AG 3 Kulturelle Bildung und Teilhabe

Teilnehmende 26/9 (Schätzung)
(Tag1/Tag2)

Fokus **Teilhabe von jungen Menschen sowie Angebots- und Kommunikationsstrukturen und das Abfragen von Bedarfen**

Teilhabe von jungen Menschen

Die Notwendigkeit für den Ausbau des Potsdamer Angebot für die Zielgruppe der jungen Menschen nahm in der Arbeitsgruppe viel Raum ein. Aktuell sind Kinder und Jugendliche schwer zu erreichen und einige Angebote sind, auch durch die pandemische Lage, nicht (mehr) zielgruppengerecht. Besonders der Bedarf nach öffentlichen und pädagogikfreien Räumen sowie der Ausbau von außerschulischen Angeboten wurde adressiert. Hier sollte man aus Best-Practice-Beispielen, wie Tandempartnerschaften zwischen Bürger*innenhäusern und Kindertagesstätten und Schulen, lernen. Auch der Austausch mit der Gruppe der Studierenden in Potsdam bietet Chancen.

Synergien und Austausch

Die Teilnehmenden formulierten als passende Maßnahme die Bestandsaufnahme von kulturellen Akteuren sowie das Etablieren einer Datenbank, welche eine Übersicht über Angebote bietet. Eine Angebots- und Kommunikationsstruktur könnte bestehende Angebote bündeln und Synergien zwischen Akteuren schaffen, da oftmals das Wissen zu bestehenden Ressourcen fehle. Weiterhin sollten Bedarfe abgefragt werden. Dabei bezog sich die Arbeitsgruppe sowohl auf die Bedarfe der Potsdamer*innen nach kulturellen Angeboten als auch auf Bedarfe der kulturellen Akteure. Eine Vernetzung von Akteuren sahen die Teilnehmenden als elementar für eine bessere Zusammenarbeit und mehr Transparenz. Beispielhaft wurde die Kooperation von Stadtteilmanagements und Begegnungsorten wie in Schulen und Nachbarschaftshäusern genannt.

Niedrigschwellige und barrierearme Zugänge

Die Zielgruppe der Menschen mit Beeinträchtigung sowie Menschen mit Migrationserfahrung in Potsdam sollte stärker adressiert werden. Auch hier fehlen Informationen zu den aktuellen Bedarfen, niedrigschwellige Angebote sollten in diesem Kontext ausgebaut werden. Dabei waren sowohl räumlich besser erreichbare Angebote als auch eine finanzielle Förderung Gesprächsthema. Ein Fokus sollte dabei auf diversen Angeboten liegen, welche Subkulturen in Potsdam adressieren. Im Zuge dessen waren auch neue und besonders digitale Formate Bestandteil der Diskussion. Gefördert durch die Pandemie sollten diese Angebotsstrukturen ausgebaut werden, aber auch der Nachteil der eingeschränkten Zugänglichkeit zu digitalen Veranstaltungen wurde genannt.

Die Teilnehmenden formulierten aus der Diskussion erste Punkte für die Arbeitsgruppensitzungen (s. Kap. 5) und hielten potenzielle Ansprechpartner*innen fest, die die Arbeit der Arbeitsgruppe mit Wissen aus der Praxis unterstützen könnten. Die Grundlage bietet eine Bestandsaufnahme zur Nachfrage und zu den Angeboten in Potsdam aktuell.

AG 4 Kommunikation und Marketing

Teilnehmende **20/15** (Schätzung)
(Tag1/Tag2)

Fokus **Corporate Design & Außenwirkung, Internationale Kommunikation & Tourismus, Gemeinsamer Vertrieb, Vernetzung, Kooperation & Synergien**

THEMENSAMMLUNG

Strategisches Kulturmarketing

Die Teilnehmenden äußerten den Wunsch, in der ersten Sitzung der AG die strategischen Ziele des Potsdamer Kulturmarketing und die Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten in diesem Prozess zu diskutieren. Für dieses Thema wäre auch ein Gastvortrag aus einer anderen Kulturstadt wünschenswert.

Corporate Design & Außenwirkung

Die Teilnehmenden der Arbeitsgruppe Kommunikation und Marketing formulierten den Wunsch nach einem neuen und frischen Design für Potsdam, welches das Lebendige, Kreative der Stadt in den Vordergrund stellt und zielgruppenübergreifend funktioniert. Es sollte sich zu gemeinsamen Zielen und dem Leitbild der Stadt verständigt und das Design darauf angepasst werden. Dabei sollte nicht nur der Tourismus im Fokus stehen und Kultur auch als Angebot für Menschen in Potsdam verstanden werden.

Internationale Kommunikation & Tourismus

Die Internationalität sollte in Kommunikation und Marketing der Stadt unbedingt aufgenommen werden und Synergien mit Tourismusmarketing genutzt werden.

Gemeinsamer Vertrieb

Informationen zu Kulturangeboten sind bisher nicht gebündelt abrufbar, der Vertrieb erfolgt nicht koordiniert. Die Teilnehmenden der Arbeitsgruppe formulierten den Bedarf nach einem gemeinsamen, zentralen Veranstaltungs-/Kulturkalender, den Veranstalter*innen in Potsdam als Datenbank füllen. Vorgeschlagen wurden außerdem ein einheitliches Ticketportal und die Überarbeitung der städtischen Webseite. Bessere Zugänge und die Erreichbarkeit von Jugendangeboten wurden ebenfalls thematisiert.

Vernetzung, Kooperation & Synergien

Auch im Bereich Marketing sollte der Austausch der Akteure untereinander gefördert werden. Im Zuge dessen wurden gemeinsame Kampagnen Instrument genannt.

Stadtteilübergreifende Projekte, Vernetzung mit Berlin und eine verbesserte Kommunikation mit der Stadt Potsdam wurden in diesem Kontext als wünschenswert erachtet.

BESTANDSAUFNAHME

Läuft gut

Als positiv wurde der nun angestoßene Beteiligungsprozess und die Begleitung des Prozesses durch die Wissenschaft bewertet. Ein geteiltes Verständnis vom hohen Stellenwert der Kultur für die Stadt (als Markenkern) dient als fruchtbare Grundlage.

Läuft nicht gut

Hauptmankos der aktuellen Kommunikation sind zu wenig interner Austausch unter den kulturpolitischen Akteuren und dementsprechend eine fehlende geschlossene Kommunikation nach außen. Eine Verständigung über gemeinsame Ziele müsse erfolgen, der Prozess geklärt und der Informationsfluss optimiert werden. Daraufhin kann bessere einheitliche Kommunikation und Bewerbung erfolgen. Auch die Zielgruppen müssten in diesem Prozessschritt konkretisiert werden. Grundlage dafür sei eine übergeordnete Debatte, was Kultur in Potsdam ausmacht.

Sollte sich ändern

Um die Situation zu verbessern, müssen Informationsflüsse optimiert werden und gemeinsame Kommunikationsstrukturen geschaffen werden – z.B. mit Austauschformaten, einem gemeinsamen Redaktionsplan, aber auch einer gemeinsamen Kommunikationsplattform nach außen, wie einem Veranstaltungskalender. Informationen müssten zentralisiert werden. Das Netzwerk (analog und digital) solle zwischen Stadt und kulturellen Akteuren, aber auch unter den Akteuren selbst intensiviert werden. Gemeinsame Denk- und Entwicklungsformate sind erwünscht. Schlussendlich soll Kultur nicht nur als Verkaufstool für Tourismus gehandelt werden, sondern als Faktor für Potsdamer Lebensqualität anerkannt werden.

Es braucht

Eine einheitliche, übergeordnete Kulturmarke für Potsdam könnte viele der Anliegen auffangen. Diese müsse mehr Zielgruppen, z.B. auch jugendliche Menschen ansprechen, sollte auch in den ländlichen Raum ausstrahlen und sowohl digital als auch analog sichtbar werden. Für all dies wird auch hier wieder die Notwendigkeit einer übergeordneten Debatte bzw. Bestandsaufnahme erwähnt, die kulturelle Identität Potsdams grundlegend zu diskutieren. Konkrete weitere Bedarf sind u.a. die Aufstockung des Social-Media-Budgets der Stadt, das spezifische Fördern junger Influencer*innen, ein Kulturgutschein und der Kulturkalender.

Themensammlung Kommunikation und Marketing

Legende

Titel

Thema

Grundsätzliches/ Ziele	Corporate Design und Außenwirkung					Internationale Kommunikation & Tourismus
Nutzung gemeinsamer Ressourcen	Klärung der Frage: Wofür will die Potsdamer Kulturlandschaft stehen?	Bitte weg von weißer Schrift auf preußisch blau, wir brauchen Frische!	Kultur als Angebot für Menschen in Potsdam begreifen und nicht nur als Tourithema	Kulturschneise zwischen Alter Markt und RZ anlegen, vorbereiten	internationales Tourismusmarketing in enger Zusammenarbeit mit Berlin denken und vorantreiben	
Marketing ist ein strategischer Auftrag	Wie soll die "Kulturstadt Potsdam" in Zukunft aussehen und wie wird dies nach innen (Bürger*innen) und nach außen (Gäste) kommuniziert? Leitbild, Werte, Angebote etc.	Ein Familien Corporate Design nutzbar für alle	Marketing nicht nur "Werbung", sondern vor allem Produktentwicklung (nur was gut für einen Markt ist, kann beworben werden)	Potsdam als Stadt der Prozesse	Synergien Tourismus- und Kulturmarketing nutzen	
Gemeinsame Marktforschung?	Zielgruppen definieren: mehr als Tourismus	Ein neues, zeitgemäßes CD für Potsdam	Kultur für alle erreichbar machen/gestalten; alle Potsdamer*innen sollten wissen was es gibt. Es braucht bessere Marketingstrategien, neue Kanäle um mehr Menschen zu erreichen. Niedrigschwellige Stadtfeste fördern, um Begegnung zu ermöglichen (SJR)		Die Hauptzielgruppe des Potsdam-Tourismus ist der/die intel. Kulturliebhaber:in.	
	Potsdam-based Locals (aus Medien, Politik, Schauspiel etc.) als Botschafter:innen in Kommunikation / Kampagne einspannen	Das Lebendige, Kreative der Stadt in den Vordrgrund	Gemeinsame Kommunikation der Mueeeun der Stadt		Internationalen Tourismus stärken: Potsdam als "Versailles" vor den Toren Berlins	
	bessere Vermerkung der verschiedenen Kulturstandorte wie z.B. Neuen Vordr. der verkehrstechnisch nicht so gut angebunden ist	Darstellung im Stadtbild, Wegweiser, Kulturwege etc.	Kennzeichnung der Kulturorte im Stadtbild sichtbarer machen		Internationale Kommunikation berücksichtigen	
Gemeinsamer Vertrieb	zentraler Info-/ Anlaufpunkt / eine Datenbank, filterbar / Veranstaltungskalender	gemeinsamer Vertrieb v. Veranstaltungen	Leichterer Zugang zu Werbetreibenden Anbietern etc.	Vernetzung, Kooperation & Synergien		
	Veranstaltungskalen der: Datenhaltung vs Ausspielung	Ein Relaunch von potsdam.de steht an. Aktuelle wird an einem Update des CMS gearbeitet, das viele Verbesserungen mit sich bringt.	Werbekosten überschaubar halten. Öffnung für mehr Möglichkeiten	digitale Möglichkeiten nutzen zu Vernetzung und Kommunikation	Bedenken der Stadtverwaltung gegen Digitalisierung abbauen	
	Wichtig ist, dass alle Veranstalter die Datenbank der TMB füllen. Damit erreichen die Angebote einen großen Teilnehmerkreis.	Überarbeitung von Potsdam.de Trennung von Funtion und Freizeit-Angeboten	Kultur für alle erreichbar machen/gestalten; alle Potsdamer*innen sollten wissen was es gibt. Es braucht bessere Marketingstrategien, neue Kanäle um mehr Menschen zu erreichen. Niedrigschwellige Stadtfeste fördern, um Begegnung zu ermöglichen (SJR)	Stadtteil- und genreübergreifende Projekte	gemeinsame Strategien entwickeln	
	Kulturkalender verbinden/verlinken => Kultur listet kostenfreie Veranstaltungen in einem EintrittFrei Kalender	zeitgemäße Präsentation Potsdams als Kulturstadt, v.a. auf digitalen Kanälen	kostenlose Beteiligungsmöglichkei ten am Stadtmarketing	mehr Engagement von Seiten der Verwaltung im Hinblick auf Vernetzung	Ehrenamtskarte für aktive als Angebot zur Nutzung von Kultur	
	Ein wichtiges Thema ist die Abstimmung von Kulturterminen in Potsdam. Wir sind eine Gangjahresdestination. Das, was "Made in Potsdam" gerade anbietet, ist ein tolles Vorbild.	gemeinsame Veranstaltungen, Bps. Mois de la photo	Clustern von ähnlichen Veranstaltungen zu VA Reihen	bessere Synergie von Kulturmarketing und Stadtmarketing	Vernetzung Kultur Berlin und Potsdam	
	"fairer" Veranstaltungs- kalender (Keine Priorisierung aufgrund des Tourismus)	zentrale, teilautomatisierte Plattform für Kulturtermine	Eine Datengrundlage Prio abgestimmt nach Ausgabekanal und Zielgruppe	mehr Foren wie diese - mit mehr Zeit	Stellenaufwuchs Standort-Management Schiffbauergasse	
	Kulturkalender der Stadt nach dem Schema "Hast 'n Plan"	PP - Potsdam Plattform (Bündelung v. digitalen Infoangeboten)	Nutzen des Tourism Data Hub der TMB als Datengrundlage	online Potenziale nutzen	bessere Abstimmung von städtischen Einrichtungen und Landeseinrichtungen	
	Kulturkalender mit einfacher Nutzungsmöglichkeit für alle Kulturschaffenden	gemeinsame Buchungs- und Ticketplattform (auch analog)	Einbindung in überregionale Bewerbung			

Bestandsaufnahme Kommunikation und Marketing

Legende

Thema

Läuft gut

Läuft nicht gut

Sollte sich ändern

Es braucht

schnell und adäquat informieren	Verständigung über Zielgruppen	wie kann Abstimmung organisiert werden	Klärung der Ziele	so dass sich alle wiederfinden		
Gemeinsamer Austausch und gemeinsame Projekte fehlen	regelmäßiger Austausch zwischen den Akteuren fehlt	Zielgruppenspezifisches Marketing	Prozess klären	Klärung der Zielgruppen: Welche Kommunikation für welche Zielgruppen		
Verständigung über gemeinsame Ziele	Diskussion über Rechenzentrum	Information untereinander, zB über Marktforschung	Austausch zu Ergebnissen und gemeinsamen Schlussfolgerungen	auch Nichtbesucher:innen befragen (Teilhabe)		
auch für Jüngere / Studierende (bleiben in der Freizeit in Berlin)	Informationsfluss	Einbindung Kulturmarke	Information zu Kulturangebot	zu touristisch orientiert		
Buchung, Einkauf kultureller Angebote	Was heißt Kultur in Potsdam?	Gibt nicht DAS Marketing				
			dass wir jetzt einen Beteiligungsprozess haben	Gemeinsames Marketing auf der Schiffbauergasse	Potsdam möchte Kulturstadt sein	
Wir brauchen ein Kommunikationsmedium, auf dem wichtige Termine/Themen geteilt und untereinander kommuniziert werden.	Nutzung und Pflege der TMB-Datenbank, die auch auf Potsdam.de ausgespielt wird - und vielen anderen Plattformen.	Stadtmarketing sollte nicht von finanziellen Möglichkeiten der Nutzer abhängig sein	dass dieser auch seitens der Wissenschaft begleitet wird	Entwicklung von Tourismusmarke auf Grundlage Marke Potsdam	Kultur wird als ein Markenkern der Stadt verstanden	
Zu wenig Informationen, die leicht und allgemein zugänglich sind	Fehlende Einbeziehung von Einzelakteuren und/oder freier Szene	Kulturtermine auf der Stadtseite sichtbar machen	unkomplizierte Kommunikation mit der PMSG	Marktforschung wird bei vielen durchgeführt	Breitgefasstes Kulturverständnis	
Verabredung eines gemeinsamen Redaktionsplanes	Commitment für eine einheitliches Ticketportal z.B. Public Ticket Solution	Besucherbefragung u.a. von IHK, Pfingsterg., Barberlini...	Potsdam als Marke: reichhaltige Kulturlandschaft			
Austausch sollte organisiert werden	Gemeinsam Denken und Entwickeln	Einheitliche von allen gepflegte Datenbank als Grundlage				
gute Verbindung analog - digital	Clustern von ähnlichen Veranstaltungen zu Veranstaltungsreihen	Verabredung von Kommunikationsschwerpunkten nach Vorbild von "Italien in P"				
und fehlende Information über vorhandene Vielfalt in der Stadt	Kultur ist nicht nur Verkaufsstool für den Tourismus - entscheidend für Lebensqualität der Menschen in der Stadt	Erweiterung des Kernmarkenverständnisses der Stadt				Zusammenlegung von Budgets für gemeinsame Kampagnen
Kulturmarke P	Bestandsaufnahme	Übergreifend agieren	bessere Zugänge für Jugendangebote	Junge Influencer für Potsdam?	Reichweite in den ländlichen Raum	Zentrale Website für alle Kulturtermine in der Stadt
Räume schaffen und Gelegenheit für Entdeckungen geben	Braucht personelle Ressourcen / zB Social Media Kommunikation	mehr Zielgruppenorientiertes Marketing	Einmalige Förderung für eine gemeinsame Ticketingplattform	Neben mündlichen Austausch auch technische Grundlagen (z.B. Datenbank für MaFo)	Sichtbarkeit von Kindern und Jugendlichen, Image passt nicht zu Kindern und Familien	"Katalog" über das Kulturangebot
Einkaufsplattform für kulturelle Angebote	Kulturgutschein	Diskussion zum Verständnis einer Kulturstadt	Öffentliches Vermarkten Kreativquartier	Mehr Direktkontakt als Social Media, persönlich Begegnungen	Diskussion über Image	Kulturkalender kann helfen

AG 5 Open Space und Ideenwerkstatt

Teilnehmende (Tag1/Tag2)	6/11 (Schätzung)
Fokus	Kulturelle Stadtidentität (Metaebene), internationale und europäische Bezüge, Potsdamer*innen erreichen/ Kultur sichtbar machen, Austausch und Kooperation, Förderung und Strukturelles, Teilhabe von jungen Menschen

Im Open Space wurden über die zwei Konferenztage verschiedenste Themen angesprochen. Einige dieser Themen lassen sich in die **Arbeitsgruppen Kulturförderung (1) Kommunikation und Marketing (4) integrieren** und sollten in dessen Arbeitsprogramm aufgenommen werden. Weitere Themen münden in einzelnen Arbeitssitzungen.

ZU AG 1 – KULTURFÖRDERUNG

Förderung vereinfachen und verstetigen

Ein immer wieder aufkommendes Querschnittsthema sind die strukturellen Herausforderungen der Kulturförderung. Die Problematik kurzfristiger projektorientierter Förderung verhindert den gesicherten Zugang kultureller Initiativen zu Fördergeldern. In der Arbeitsgruppe formierten sich Vorschläge zu einer langfristigen, zentralisierten und professionalisierten Fördermittelakquise, um Künstler*innen und Kulturschaffende zu entlasten. Eine aktive Stadtverwaltung wurde hier gefordert. Unter dem Motto „Weg von Projektförderung, hin zur Prozessförderung“ konnten sich einige konkrete Bedarfe und Ideen sammeln, welche z.B. auch die Förderung von Kinder- und Jugendarbeit stärken. Positive Beispiele für gute Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung sind das *Kleine Haus* (Hans-Otto-Theater) und die *Insofern-Installation* am alten Markt. Das spezifische Thema Künstler*innennachlässe wurde ebenso diskutiert, hier besteht Bedarf eines Kooperationsaufbaus mit der Stadtverwaltung.

Austausch und Kooperation

Um Vereinzelung der Kulturschaffenden zu vermeiden, sollten Vernetzungsaktivitäten gefördert werden, wie z.B. gemeinsame Digitalisierungsansätze, Austauschformate und die Vertiefungen von nachhaltigen Ansätzen. Gute Beispiele für bestehende Kooperationen seien das interdisziplinäre Netzwerk von *KMP* und kollaborative Audioformate mit Jugendlichen der Musikschule u.v.m.

ZU AG 4 – KOMMUNIKATION UND MARKETING

Potsdamer*innen erreichen und Kultur sichtbar machen

Ein großer Teil der Diskussionszeit wurde damit verbracht, über Sichtbarkeit und Zugänglichkeit von kulturellen Formaten zu sprechen. Die Herausforderung bestehe darin, weniger kulturaffine Gruppen zu erreichen und Potsdamer*innen mit internationalem Publikum zusammen zu bringen. Ansätze diesen Herausforderungen zu begegnen könnten mehr künstlerische Aktionen im öffentlichen Raum und in den verschiedenen Stadtteilen Potsdams sein. Ein gemeinsamer Veranstaltungskalender wäre dringend notwendig und eine einheitliche Social-Media Strategie wünschenswert. Niedrigschwellige und interdisziplinäre Ansätze haben sich als erfolgreich erwiesen. Konkrete Ideen sind z.B. Besucher*innenorganisationen, ein zentraler Kartenverkauf in der Innenstadt und sichtbare Projekte mit Klang oder Lichtinstallationen im öffentlichen Raum.

Kulturelle Stadtidentität (Metaebene)

Im Zuge der Diskussionen kam die Frage auf, wie der Kulturbegriff in Potsdam definiert bzw. wahrgenommen und nach außen kommuniziert wird. Es fehle bisher eine grundlegende Debatte darüber, welche zukünftigen Kommunikationsmaßnahmen zu Grunde liegen müsse. Wichtig sei nicht nur die Hochkultur, sondern auch Subkultur und experimentelle Formate in der kulturellen Landschaft Potsdams anzuerkennen. Diese Debatte sollte im Rahmen der AG 4 geführt werden.

ZUSÄTZLICHE ARBEITSSITZUNGEN

Internationale und europäische Bezüge

Im Open Space wurde auf mehreren Ebenen die noch ausbaufähige Internationalisierung diskutiert. Der Austausch zwischen Potsdamer und internationalen Künstler*innen sollte intensiviert werden, z.B. über Austauschkonzerte oder ein internationales Jahresmotto. Auch die internationale Wahrnehmung kultureller Angebote in Potsdam könnte verbessert werden. Daher wurde gemeinsam mit Frau Seemann (Landeshauptstadt Potsdam) die Entscheidung getroffen, eine einzelne **Arbeitssitzung zum Thema Internationalisierung** anzusetzen. Expert*innen für die Sitzung könnten sein: Fabrik, Barberini, M100-Konferenz, Klimafolgenforschungsinstitut und Teatre Blau.

Zusätzlich hat sich im Laufe der Veranstaltung der Bedarf nach einer **Arbeitssitzung Museen und Veranstaltungen in der Innenstadt** formiert. Der Bedarf an einem **thematischen Workshop zum Thema Diversität** wurde durch mehrere Beiträge gestärkt. Die Gruppe der während der Veranstaltungstage sprechenden wurde als nicht divers genug empfunden.

Themensammlung und Bestandsaufnahme

Open Space und Ideenwerkstatt

Zu AG 1 Kulturförderung

Förderung vereinfachen und verstetigen	Kunst im ÖR scheitert oft an Genehmigungen	Stadt sollte Akteur*innen besser kennen, um zu unterstützen	Rechtssicherheit für den Fachbereich Immissionsschutz in Bezug auf Open Air Veranstaltungen	weg von Projektförderung hin zur Prozessförderung	Synergien mit Fachbereichen (verwaltungsintern?)	Kultur und Kinder / Jugend als eigene Arbeitshematik da generelle Zukunftstrage auch der Kultur, in allen Ebenen verflochten (Förderung, Medien, Kult, Bildung, ...) und Zielgruppe meist (wie auch heute) nicht oder gering repräsentiert	Kleines Haus/Hans Otto Theater in Brandenburger Straße hatte gute Kooperation mit Stadtentwicklungsamt
	Künstler*innen müssen viel Aufwand betreiben, um Kunst zu verbreiten (Anträge, Bewerbung) > sollte professionalisiert werden	Residency-Idee mit ILB wurde nicht realisiert, da keine Anlaufstelle bei Stadt, die internationale Arbeit macht	Förderung für Projektentwicklung (läuft bisher nebenher)	Jugendbeteiligung// Jugendvertreter:innen einladen in die Arbeitsgruppen!!!!	Planungssicherheit	Synergien mit anderen Fachbereichen (Umwelt, Politik, ...)	Insofern - Installation am alten Markt lief sehr gut, Stadt war flexibel mit Genehmigung (Super Whatsapp Kommunikation mit Stadt)
	Erfahrung aus Kulturausschuss: nicht nur einmalige Förderungen (über 1 Jahr hinaus), für Einrichtungen und Festivals		Handlungsbedarf: Nachklausen von Kampagnen/Personen und anderen kulturellen Events (außerhalb: Berliner Kunst)	bitte auch die Senioren nicht vergessen!	Fördermittelberatung anbieten	Kunst und Wirtschaft vernetzen	
Austausch/ Kooperationen	weniger Stückwerk, gemeinschaftliche Arbeiten	Digitalisierungsansätze der Pandemie in den Kulturalltag integrieren	Netzwerk/Fachausch Nachhaltige Kulturarbeit	Interdisziplinäres Arbeiten (KMP) für Arbeiten jenseits der Blase > gibt bereits Netzwerk			Zu thematischem Workshop Diversität
		Digitale Ebene der Zusammenarbeit	Kooperation mit städtischer Musikschule VDMK Uni Potsdam Kunstpädagogik	Kooperation Berlin-Potsdam Berliner Symphoniker und Hans Otto Theater (Kontakt wurde ausgetauscht)			Diversität
							Wie divers sind wir als "Kulturstrategen / Gruppe" wirklich? - Sind "alle" beteiligt? - Extragruppe "Diversity" in allen Arbeitsgruppen nötig? - Outside eye, Braucht es bessere mehr Einladung?

Zu AG 4 Kommunikation und Marketing

Potsdamer*innen erreichen/ Kultur sichtbar machen	Wie können Veranstaltungen gut beworben werden, damit alle erreicht werden? (Potsdam ist spezieller Fall)	Mehr direkte Kunst im öffentlichen Raum / Wiederbelebung der Straße	Verbindende Themen (z.B. Theater und Musik zu verbinden über ein Thema), bringen Menschen dazu Disziplin zu wechseln	Gemeinsamer VA-Kalender der Stadt (mit Bewerbung)	Beschäftigung mit Klang der Stadt/ akustische Ökologie (Installationen, Soundwalks, Radtouren u.v.m.)	Potsdam sollte auch in der Nacht als Kulturstandort erkennbar sein. Dazu gehört m.E. ein Beleuchtungskonzept für Plätze und Gebäude (nicht nur einmal im Jahr mit Potsdam im Licht. Zusammenarbeit mit den Stadtwerken und Betreibern wäre wünschenswert.
Sichtbarmachen von Kultur gerade in Corona-Zeiten	Wie können auch nicht-kulturraffine Menschen mitgenommen werden?	Zufällige Begnungen / aus den Häusern raus	Einheitliche Social Media Strategie Potsdams verstärken, damit mehr Menschen erreicht werden	Besucher*innenorganisationen (bis zu 1/3 der Kartenverkäufe), Mitgliedschaften mit eigenem Kalender und Reichweite	Karten zufällig verlosen	Vernetzung der TN für kulturpolitische Strategie, z.B. auf Signal, Whatsapp
Kulturbiasse und gesellschaftstooche Mitte zusammenbringen	Unterschiede der Stadtteile herausarbeiten/spielen (Mit Ansprechpartner*innen)	niedrigschwellige Angebote (auch auf deutsch), z.B. mit Festivals und Arbeit im öffentlichen Raum, Installation	Kai Diekmann (Story machine) könnte Stadt bei Social Media ggf. unterstützen	Idee: Kooperation Klang und Licht?	zentraler Kartenvorverkauf in Innenstadt?	
Kulturelle Stadtidentität ("Helicopter"-Perspektive, Metaebene)	brauchen wir nicht auch zunächst eine Art Definition, was unter "Kultur" in Potsdam fällt	Neue Musik ebenfalls anerkennen, kein Exotenstatus	Diskurs über Identität der Stadt von Kulturträgern aktiver führen - gemeinsames großes Format dazu? Kunst/Diskursfestival	Workshopangebot: Dynamisch streiten, Demokratie stärken		
Thema Nachhaltigkeit	Streit als Glücksfall / Dissonanzen aushalten (z.B. auf Innenstadt-Debatte bezogen)	Subkultur anerkennen als Teil der Stadtidentität!	Bekenntnis zum Stellenwert von Kunst und Kultur für die Stadt und die Gesellschaft, unabhängig von der "dienenden" Funktion (Tourismus, Motor für ...)	Fallbeispiele, z.B. aus Barcelona kennenlernen		

Einzelne Arbeitssitzungen zu folgenden Themen

Internationale/ europäische Bezüge	VA auf Englisch ist Hürde für Potsdamer*innen	Internationale Gäst*innen mit Potsdamer*innen in Kontakt bringen	"Austauschformate" mit andern Städten, z.B: über Konzerte	Internationale Jahresthemen der Stadt mit breitem Fokus	Goethe-Institut ist gute Partner*in für Austauschformate
	Internationale Ausstrahlung kultureller VAs	Internationaler Bezug// EUROPA Projekte	Den innerstädtischen Kampf von Ost contra West endlich vergessen, um an der gemeinsamen Utopie einer Europäischen Gemeinschaft zu arbeiten! Arbeitsgruppe!		

Legende

Thema

Läuft gut

Läuft nicht gut

Sollte sich ändern

Es braucht

4 Ideen für die ersten Arbeitsgruppen

Kulturförderung

Überblick mit Infos von FB Kultur	Thema stärker strukturieren: Kulturförderung, etc.	investive Mittel	mehrfährige Förderung in der Projekt- und Festivalförderung	Förderung muß ganzjährig Kulturangebote ermöglichen - auch dafür ist Überjährigkeit dringend notwendig (Produktionszyklen...)	Basisinfos	das kann der FB Kultur aufbereiten
Vereinfachung und Beschleunigung von Antragsverfahren	Mehrfährigkeit ist auch in den freien Institutionen lange geplant und überfällig in der Umsetzung	Transparenz über Antragstellungsprozess, inklusive Juryzusammensetzung	Mikroförderung	Digitalisierung Zuwendung (Antrag bis Abrechnung)	Infos: Wie ist die Kulturförderung momentan aufgebaut?	Wie viel Prozent des Finanzvolumens erhalten größere Einrichtungen, freie Kultur, Festivals, etc.
Beratungstermine vor Antragstellung	Um die strategische Ausrichtung konkretisieren zu können, ist es auch wichtig die Zielgruppen (wie z.B. feste Träger, ohne Träger etc.) innerhalb der "kulturellen Disziplinen" zu betrachten. Da diese haben unterschiedliche Bedürfnisse haben.	insbesondere für neue Akteure, die noch wenig Erfahrung mit Antragstellung haben	Antragsfitness-Workshops		Expertise des Verwaltungsbereichs - was braucht das Kulturamt für die Veränderung der Förderstrukturen - wo gibt es Probleme (anonyme Evaluation)	Wie sieht der Kriterienkatalog aus?
Verbesserung Kommunikation, Antrag & Abrechnung zu unbare Eigenmittel	Problematisierung Standards für Geförderte: Mindestlohn / Honoraruntergrenzen / Gleichbehandlung	Expertise: Was lässt das Zuwendungsrecht zu?	Wichtig wäre Vernetzung der Themen, z.B. mehrjährige Förderung, Antragstellung, Digitalisierung			
Wie sieht es mit Sparten aus? Wie gut werden alle bedacht?	Information über Kommunikation und Beratung: Wie ist es und wie soll es sein?	Kosten und Arbeitserleichterung durch Digitalisierung	je strukturierter die Förderung, desto undurchsichtiger			

Stadtentwicklung, Kultur- und Kreativwirtschaft

Arbeitsgruppe = Think Tank für die Strategie	Selbstverständnis der Arbeitsgruppen noch etwas besser klären	Wo wird das in eine Form gebracht, die politisch wirksam werden kann?	Chat: Ich fände es spannend wie eine Art selbstberufener Ausschuss auch Expertisen einzuholen und Ideen zum Thema zusammenzuführen.	Erarbeitung von Inhalten / Texten für die Strategie	jeweils eine Person, die den Aufschlag für die Texte macht	gemeinsames Papier, das aus der Gruppe entsteht
Nicht alle können sich zeitlich intensiv einbringen	Wie basisdemokratisch wird dieser Prozess?	Wie muss der Prozess laufen, damit das Ziel erreicht wird?	Was und wie soll das Meinungsbild entstehen?	Texte / Textbausteine können kollaborativ entstehen	Keine Lust auf Konsensdiskussionen	gut, wenn jemand außenstehendes neutrales macht
ist es unsere Aufgabe zu formulieren, dass es machbar ist oder geschieht das an anderer Stelle?				Es muss kein Konsens festgehalten, aber unterschiedliche Perspektiven können mit festgehalten werden	Produkt am Ende der Arbeitsgruppe:	
	2 Bereiche mit allgemeinerer Postulaten	allgemeiner konkreter	Chat: Denke auch wie haben bereits viele Akteure mit umfangreicher Erfahrung und Kontakten zu weiteren wesentlichen Akteuren dabei.	Chat: Es gibt inzwischen auch zwei Stadtteilkordinatoren (Waldstadt und Bornstedt), es gibt Quartiersmanagement für Schlaatz, Drewitz, Stern	Expertise aus den verschiedenen Stadtteilen einbringen: Kramnitz, Schlaatz, (Bürgerhäuser...)	Zeitschiene bis Sommer 2022 im Auge behalten: Welche Prozesse laufen dann?
						Chat: Auf alle Fälle sollten wir Herrn Wolfram, den Chef der Stadtentwicklung, einladen, um die Möglichkeiten auszuloten.

Kulturelle Bildung und Teilhabe

Prozessfrage: AnsprechpartnerInnen auch zur AG Teilnahme einladen	Nachfrage abfragen	Definition / Abbilden des Diskurses: Was verstehen wir unter Teilhabe?	Welches sind Zielgruppen? Was bedeutet Stadt? Teilhabe?	Pandemie mit einbeziehen	Welche Formate haben bisher gut funktioniert? Wo braucht es neue Wege zwecks Pandemiesituation?
ExpertInnensuche	Zahlen und Fakten sammeln	In welchem Rahmen bewegen wir uns?		Evaluation der letzten Jahre	

Kommunikation und Marketing

Themen aus dem Auftakt clustern	Selbstverständnis	Zu einer Zieldefinition kommen	Bedarfe auch der kleineren Kulturakteure formulieren	Gefälle "Profis" - Ehrenamt	Tourismus: "Kommerz vs. Kultur" auflösen
---------------------------------	-------------------	--------------------------------	--	-----------------------------	--

Open Space und Ideenwerkstatt

Arbeitssitzung zu Museen/VA in Innenstadt	
Arbeitssitzung zu Internationalisierung	Expert*innen: Fabrik, Barberini, M100-Konferenz, Klimafolgenforschungsinstitut, Teatre Blau

Vernetzungseck

Diese Adressen wurden
während der
Veranstaltung im Sinne
der Vernetzung zur
Verfügung gestellt.

Tamás Blénassy
museum FLUXUS+
blenassy@fluxus-plus.de
www.fluxus-plus.de

Juliane Höpfner
Standort- & Kulturmanagement
Schiffbauergasse
Landeshauptstadt Potsdam
Fachbereich Kultur und Museum
juliane.hoepfner@rathaus.potsdam.de
schiffbauergasse@rathaus.potsdam.de
www.schiffbauergasse.de

Filmmuseum
Potsdam Christine
Handke
c.handke@filmmu-
seum-potsdam.de

DOREEN LÖWE
SIMON KNOP JACOBSEN
LOCALIZE e.V.
Festival für Stadt, Kultur
und Kunst in Potsdam
kontakt@localize-potsdam.de
www.localize-potsdam.de

Werner Ruhnke
sans titre e.V.
ruhnke@sans-titre.de
www.sans-titre.de

Hans-Christoph Hobohm
Potsdamer Bibliotheksgesellschaft
bibliotheksgesellschaft@bibliothek.potsdam.de
<https://bibliotheksgesellschaft-potsdam.de>
https://twitter.com/PBG_SLB

Andrea Eichenberg
BELVEDERE PFINGSTBERG
Förderverein Pfingstberg in
Potsdam e.V.
eichenberg@pfingstberg.de
<http://www.pfingstberg.de>

Sabine Finzelberg WerkStadt
für Beteiligung / mitMachen
e.V.
bine@mitmachen-
potsdam.de

Stefan Pinter
Improtheater Potsdam e.V.
info@impro-potsdam.de
www.impro-potsdam.de
(neue Webseite ist in Arbeit)

Kirsten Venhues / Danylo
Mironets
Sinfonieorchester Collegium
musicum Potsdam
buero@cm-potsdam.de

Sabine Sasse
M100 Sanssouci Colloquium
Potsdam Media International e.V.
s.sasse@m100potsdam.org
www.m100potsdam.org

Ulrike Oehmichen
Kulturtänzer e.V./ Fête de la Musique Potsdam
ulrike.oehmichen@kulturtanzen.de
www.fete-potsdam.de

Christian Müller-Lorenz
Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und
Geschichte gGmbH | Kulturland Brandenburg
c.mueller-lorenz@gesellschaft-kultur-geschichte.de
kulturland-brandenburg.de

Sabine Haack
Büro für Kultur und Konzept /
Projektteam FH
buero@sabinehaack.de

Daniel Selke
Konzertveranstaltungen
Q3Ambientfest
Haus2konzerte
Kosmoskonzerte
info@bruederselke.com
www.bruederselke.com

Katrin Binschus-Wiedemann
Soziale Stadt ProPotsdam gGmbH (/ Friedrich-
Reinsch-Haus im Schlaatz und: StadtrandELFen
e.V. (Stadtteilarbeit in Bornstedt)
k.binschus@milanhorst-potsdam.de
buero@stadtrandelfen.de

Thomas Gerwin
info@neue-musik-
brandenburg.de
(Brandenburgischer Verein
Neue Musik - intersonanzen)

Susanne Marok
Museumsleiterin
Jan Bouman Haus
marok@jan-bouman-haus.de

Petra Kicherer
Hans Otto
Theater
p.kicherer@han-
sottotheater.de

marketing@rath-
aus.potsdam.de

Rainer Dallwig
Kulturausschuss (CDU)
rainer@dallwig.com

Sabine Völker,
sabine.voelker@p-
osteo.de,
teatreBLAU
www.teatreblau.eu

Mirko Krejci
**Städtische Musikschule
Potsdam "Johann Sebastian
Bach"**
mirko.krejci@rathaus.potsdam.
de
www.potsdam.de/musikschule

Kristin Geschwäntner
Kultur Potsdam
kristin.geschwaentner@kultu-
er-potsdam.de
www.kultuer-potsdam.de

Andreas Hueck
Theater Poetenpack e.V.
kunst-leitung@theater-
poetenpack.de
www.theater-poetenpack.de

Carsten Hensel
BKV, NAP
<carsten.hensel@bkv-
potsdam.de>
<mail@carstenhensel.de

Achim Trautvetter
Geschäftsführung CULTUS gUG
Trägergesellschaft freiland Potsdam
achim@freiland-potsdam.de
www.freiland-potsdam.de

Michael Ihnow
ihnow@artmonade.
de

Raiko Möller
#fetepotsdam Kulturtänzer e.V.
raiko.moeller@kulturtanzen.de
www.fete-potsdam.de

Anja Engel
Rechenzentrum Potsdam
post@rz-potsdam.de
www.rz-potsdam.de

Reiko Käse,
Jugendkultur- und Familienzentrum
Lindenpark, Stiftung SPI,
öffentlichkeit.lindenpark@stiftung-
spi.de

Simon Knop Jacobsen
Localize e.V.
kontakt@localize-potsdam.de
www.localize-potsdam.de
Musicbase Festival
simon.jacobsen@musicbase-brandenburg.de
<http://musicbase-brandenburg.de/>